



Universidade de Brasília  
Instituto de Artes  
Departamento de Design  
Programa de Pós-Graduação em Design

MARIA EUGÊNIA RODRIGUES ALCÂNTARA

**O DESIGN COMO POTENCIALIZADOR DA ESTÉTICA SOCIOPOLÍTICA NO  
MOVIMENTO #ELENÃO**

BRASÍLIA – DF

2021

MARIA EUGÊNIA RODRIGUES ALCÂNTARA

**O DESIGN COMO POTENCIALIZADOR DA ESTÉTICA SOCIOPOLÍTICA NO  
MOVIMENTO #ELENÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Fávaro Garrossini.

**Linha de pesquisa:** Design, espaço e mediações.

BRASÍLIA – DF

2021

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

AA347dd Alcântara, Maria Eugênia Rodrigues  
O design como potencializador da estética sociopolítica  
no movimento #EleNão / Maria Eugênia Rodrigues Alcântara;  
orientador Daniela Fávaro Garrossini. -- Brasília, 2021.  
141 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Design) --  
Universidade de Brasília, 2021.

1. Design. 2. Cidades. 3. Estudos em design. 4. Político  
estético. 5. Imaginário. I. Garrossini, Daniela Fávaro,  
orient. II. Título.



Universidade de Brasília  
Instituto de Artes  
Departamento de Design  
Programa de Pós-Graduação em Design

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília intitulada “**O design como potencializador da estética sociopolítica no movimento #EleNão**”, de autoria de Maria Eugênia Rodrigues Alcântara, aprovado pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daniela Fávaro Garrossini  
Universidade de Brasília (Orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Fátima Aparecida dos Santos  
Universidade de Brasília / Instituto de Artes

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

---

Prof. Dr.<sup>a</sup> Marisa Cobbe Mass  
Universidade de Brasília / Instituto de Artes / Suplente

Brasília, 28 de julho de 2021.

Dedico este trabalho primeiramente ao meu filho Bernardo, que é quem me faz mover montanhas e foi quem me fez ter consciência política por nosso direito de existência digna nos espaços. Também – e principalmente – dedico a todas as mulheres que me educaram e me deram toda a base para que hoje eu conseguisse estar onde estou, pela primeira vez em nossa família.

## AGRADECIMENTOS

Estes agradecimentos se voltam primeiramente a mim, mesmo que isso soe narcisista. Agradeço ao meu “eu” de anos atrás por ter insistido em si e se permitido tantas mudanças assustadoras. O acesso à educação é avassalador e transforma as pessoas de uma maneira dolorosa e deliciosamente imensa, alterando por completo os sujeitos. Do lugar de onde eu venho, é inimaginável aceitar que espaços como a Universidade poderiam ser espaços para mim enquanto mãe e mulher de origem pobre. Fui a primeira a fazer faculdade no momento dito “correto” da vida e – como não poderia ser diferente – sou a primeira a fazer pós-graduação em minha família. Desde que me candidatei para este processo, tive que lutar contra mim mesma para acreditar que eu também poderia caber e contribuir com minhas perspectivas dentro deste espaço que, à primeira vista, é bem hostil.

Mas foi justamente por essa hostilidade que encontrei em uma rede de mulheres fortíssimas que resolveram dar as mãos para não deixar nenhuma para trás. Nos encontramos no mesmo PPG, mas todas com origens e histórias diversas: RJ, ES, PE, DF, GO... Todas com o mesmo propósito de mudar a própria história que, num país machista e misógino como o nosso, pressiona mulheres para fora da vida pública, rumo à vida privada da família e do espaço doméstico, silenciando nossos diversos pontos de vistas. A gente se encontrou no sofrimento diário que a vida acadêmica exige para a transformação interna de cada uma, e a nossa amizade começou em ter cedido e ganhado ombro amigo – ainda que virtual – sempre que uma se enfraquecia.

Eu jamais poderia deixar de agradecer por toda essa empatia e acolhimento que recebi, como nunca, durante esse período desafiador que foi esse processo de mestrado. Obrigada Luana Santa Brígida por todos os dias que dividimos casa e que pudemos dividir os sofrimentos e incertezas da vida com uma taça de vinho; obrigada Caroline Medeiros, por todos os momentos de companheirismo, rolês, lanches e BCE; obrigada Gabriela Placido, por toda a sensibilidade de acolhimento nos piores momentos, bem como pela companhia sempre disposta às maiores furadas, mas sempre com muito humor e ternura; obrigada a Dani Veronezi que me abriu as portas de Brasília com seu imenso coração sempre cheio de muito alto astral e sabedoria; obrigada Láisa Rebelo, que conheci depois, mas que sempre contribuiu com pontos de vistas muito lúcidos e que sempre estive com muita parceria, apoiando e torcendo por todas nós e obrigada Pamela Marques, que me auxiliou inúmeras vezes de diversas formas possíveis, sempre super disposta a contribuir como poderia, de coração aberto.

E eu jamais poderia me esquecer da mulher que me emocionou profundamente no primeiro dia de recepção dos calouros do programa de Pós-Graduação em Design e que me fez pensar “caramba! queria ser orientanda dela”. Dani, sua força é inspiradora e sua garra pela justiça através da educação é transformadora de mundos. Esse seu compromisso com a educação muda diversos mundos que estão ali nas suas aulas - como já pude escutar diversas vezes, de inúmeras pessoas. Acredito que seu inconformismo com a realidade bruta e absurda, transmite toda essa inquietação sobre o quanto há de ser feito. Eu só posso agradecer por ter me auxiliado nesse trajeto doido – e doído – que é um processo de mestrado. Esse processo não resulta apenas em uma pesquisa, mas em uma outra capacidade de percepção do mundo e, por isso mesmo é tão difícil. Se pesquisa fosse apenas assepticamente “colher informações”, seria mais fácil, mas envolve a transformação de uma pessoa e de tudo que esta pessoa toca.

Hoje eu sou uma outra Maria Eugênia, muitíssimo diferente daquela que se candidatou a uma vaga no PPG design em 2018 e só a educação pode fazer isso. É por isso que eu agradeço imensamente a você, Dani. Porque você fez muito mais do que uma orientadora institucional, que rege prazos e cobranças. Você me ensinou a ter ferramentas para transformar o mundo daqui do meu corpo, tal qual você faz, todo dia enquanto professora, enquanto mulher, enquanto crítica política. Da mesma forma, eu agradeço a todas as pessoas que me acolheram e auxiliaram nesse percurso da pesquisa: Professora Virgínia que sempre trazia questões práticas para a situação do processo de pesquisa; ao Rodrigo da secretaria, que sempre me auxiliou imensamente com as questões burocráticas; ao Professor Rogério, que me recebeu no programa; ao Professor Marc que me orientou e contribuiu muito em suas aulas e qualificação; ao Gê que me expandiu grandiosamente a cabeça para tantas possibilidades de comunicação sensível; à professora Fátima que gentilmente me orientou na qualificação, com pontos de vista extremamente pertinentes. Hoje essa Maria Eugênia tem um pouquinho de cada um de vocês, e pretendo repassar mais e mais para quantos tantos eu puder transmitir.

Por fim, mas não menos importante, eu agradeço à minha mãe, à minha tia Eliane e à minha prima Nina que sempre me auxiliaram e me deram força para seguir enfrentando o mundo com muita ternura. A força de vocês é o que me inspira a chegar aonde quer que seja. Além disso, agradeço ao Fernando que desde o princípio foi quem mais me incentivou a insistir nesse sonho maluco de ir para a UnB; foi quem insistiu que eu deveria ir para Brasília, mesmo tendo um filho de 3 anos sob ~~minha~~ nossa responsabilidade. Enquanto eu estive fora, Bernardo esteve espetacularmente sob os cuidados desse pai incrível que você é. Obrigada por todas as noites lendo e relendo livros, artigos e esta dissertação comigo e, principalmente, por não ter deixado com que eu me conformasse com todos os meus fantasmas. Léo, eu agradeço por todo

o apoio nessa reta final absurda, por ter me incentivado a acreditar em mim quando parecia que tudo estava fadado à tragédia e, principalmente, por todos esses dias e noites que você se dispôs a corrigir este trabalho com tanto carinho e amor. Agradeço às universidades públicas que me formaram, bem como às políticas públicas que permitem e protegem a existência desses espaços promotores do direito humano fundamental que é a educação gratuita. Apesar disto aqui ser apenas a minha dissertação, em mim significa muito mais, e a tudo isso eu tenho muito a agradecer!

## RESUMO

Esta pesquisa analisa a prática do design enquanto algo inseparável do ponto de vista do designer e que, por essa perspectiva, organiza e reorganiza cargas simbólicas no cotidiano citadino urbano-territorial e virtual, alterando diretamente as questões políticas a nível sensível. Compreendendo que as sociedades modernas são sustentadas, em grande medida, por artifícios imagéticos que fortalecem a espetacularização social, o design encontra-se centralmente posicionado na construção destes símbolos dentro das cidades. Para tanto, foi preciso uma volta filosófica e psicanalítica que englobasse questões da apreensão estética do meio e sua posterior compreensão e significação pautada em imaginários cultivados por tudo o que rodeia o sujeito moderno, estabelecendo posicionamentos a nível do imaginário. Através da observação do movimento #EleNão nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, foi possível perceber a amplitude do design, com visão privilegiada do impacto do artificial no social – haja vista que toda a camada artificial que existe sobre os espaços é de responsabilidade do design. Por fim, a pesquisa discute o impacto do projeto de design na sociedade e a necessidade que a área tem de se questionar e teorizar sobre o poder que veicula por sua informação. Por isso este movimento foi observado, por ter se manifestado em espaços e intenções que se expressam politicamente – considerando que a manifestação política a nível estético é o que baseia a ordem social.

**Palavras-chave:** design; cidades; estudos em design; história do design; político-estético; imaginário.

## ABSTRACT

This research analyzes the practice of design as something inseparable from the designer's point of view and which, from this perspective, organizes and reorganizes symbolic loads in the urban-territorial and virtual city life, directly altering political issues at a sensitive level. Understanding that modern societies are supported, to a large extent, by imagery devices that strengthen social spectacularization, design is centrally positioned in the construction of these symbols within cities. For that, a philosophical and psychoanalytical return was necessary, encompassing issues of the aesthetic apprehension of the environment and its subsequent understanding and meaning based on imaginaries cultivated by everything that surrounds the modern subject, establishing positions at the level of the imaginary. By observing the #EleNÃO movement in the 2018 Brazilian presidential elections, it was possible to perceive the breadth of design, with a privileged view of the impact of the artificial on the social – given that the entire artificial layer that exists over spaces is the responsibility of design. Finally, the research discusses the impact of the design project on society and the area's need to question and theorize about the power that its information conveys. That's why this movement was observed, for having manifested itself in spaces and intentions that express themselves politically – considering that the political manifestation at the aesthetic level is what the social order is based on.

**Keywords:** design; cities; design studies; design history; political-aesthetic; imaginary.

## RESUMEN

Esta investigación analiza la práctica del diseño como algo inseparable desde el punto de vista del diseñador y que, desde esta perspectiva, organiza y reorganiza cargas simbólicas en la vida urbano-territorial y virtual de la ciudad, alterando directamente cuestiones políticas a un nivel sensible. Entendiendo que las sociedades modernas se apoyan, en gran medida, en dispositivos de imaginaria que fortalecen el espectáculo social, el diseño está ubicado en el centro de la construcción de estos símbolos dentro de las ciudades. Para eso, fue necesario un retorno filosófico y psicoanalítico, que abarque cuestiones de la aprehensión estética del entorno y su posterior comprensión y significado a partir de imaginarios cultivados por todo lo que rodea al sujeto moderno, estableciendo posiciones a nivel del imaginario. Al observar el movimiento #EleNão en las elecciones presidenciales brasileñas de 2018, fue posible percibir la amplitud del diseño, con una visión privilegiada del impacto de lo artificial en lo social, dado que toda la capa artificial que existe sobre los espacios es la responsabilidad del diseño. Finalmente, la investigación discute el impacto del proyecto de diseño en la sociedad y la necesidad del área de cuestionar y teorizar sobre el poder que transmite su información. Por eso se observó este movimiento, por haberse manifestado en espacios e intenciones que se expresan políticamente, considerando que la manifestación política a nivel estético es en lo que se basa el orden social.

**Palabras-clave:** diseño; ciudades; estudios de diseño; historia del diseño; político-estético; imaginario.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Arte “Ele não” por Militão Queiroz .....	94
Figura 2 – Releitura de “O grito” de Munch, para “Ele não” por Foresti .....	95
Figura 3 – Resultados de busca por “#EleNão” no Google Imagens .....	100
Figura 4 – Imagem do evento #EleNão – SP no Facebook .....	103
Figura 5 – Imagem do evento #EleNão – GO no Facebook.....	108
Figura 6 – Arte de Juliana Pina .....	130
Figura 7 – Arte de Rapha Baggas .....	133
Figura 8 – Arte de Militão Queiroz .....	137
Figura 9 – Arte de Gladson Targa .....	141

## LISTA DE SIGLAS

Codeplan	Companhia de Planejamento do Distrito Federal
Labic	Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura
LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PSYOP	<i>Psychological Operations</i>
PT	Partido dos Trabalhadores
STF	Supremo Tribunal Federal

## SUMÁRIO

<b>1 UMA SOCIEDADE COMPLEXA.....</b>	<b>13</b>
1.1 OBJETIVOS.....	17
<b>2 DA CONSTRUÇÃO E DA DESCONSTRUÇÃO DE UMA POLÍTICA .....</b>	<b>19</b>
2.1 A ESTÉTICA DA POLÍTICA .....	31
<b>3 A POTÊNCIA DO DESIGN NA CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DO ESPAÇO .....</b>	<b>33</b>
3.1 O DESIGN COMO NARRATIVA DA SUA PARCIALIDADE.....	41
<b>4 A COMPREENSÃO DE REALIDADE BASEADA NA CONSTRUÇÃO ESTÉTICA .....</b>	<b>45</b>
4.1 A POLÍTICA COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA.....	47
4.2 A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA COMO ESTRUTURA SOCIAL .....	48
4.3 A EXPERIÊNCIA, O INCONSCIENTE E A IMAGINABILIDADE .....	50
4.4 OS CIRCUITOS DOS AFETOS.....	54
<b>5 ESPAÇO URBANO E ESPAÇO DIGITAL: PARTILHAS DO SENSÍVEL.....</b>	<b>59</b>
5.1 A ECOLOGIA CIDADINA E AS TECNOLOGIAS DO SÉCULO XXI .....	60
5.2 FANTASMAGORIA SOCIAL E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO.....	64
5.3 O PRODUTO <i>DESIGNED</i> E SUAS CONSTRUÇÕES SIMBÓLICAS .....	72
5.4 IMPACTOS DO PRODUTO <i>DESIGNED</i> .....	76
5.5 A CIRCULAÇÃO DE NOVOS AFETOS .....	81
5.6 A POLÍTICA DO ARTIFICIAL .....	83
5.7 O PROBLEMA DAS FRONTEIRAS ENTRE O REAL E SUA SIMULAÇÃO .....	85
<b>6 MOVIMENTO #ELENÃO: DESIGN COMO MEDIAÇÃO DE VISIBILIDADE E .....</b>	<b>89</b>
<b>COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>89</b>
6.1 FATO HISTÓRICO DO MOVIMENTO.....	93
<b>6.1.1 A manifestação.....</b>	<b>97</b>
6.2 METODOLOGIA.....	99
6.3 A FICÇÃO QUE MEDIA OS POSSÍVEIS .....	101
<b>6.3.1 As organizadoras .....</b>	<b>102</b>
6.4 A ARTICULAÇÃO DO DESIGN .....	112
6.5 A ARTICULAÇÃO DOS DESIGNERS.....	116
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>121</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>125</b>

<b>APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A ARTISTA VISUAL JULIANA PINA .....</b>	<b>128</b>
<b>APÊNDICE B – ENTREVISTA COM O DESIGNER RAPHA BAGGAS.....</b>	<b>131</b>
<b>APÊNDICE C – ENTREVISTA COM O ARTISTA VISUAL MILITÃO QUEIROZ</b>	<b>134</b>
<b>APÊNDICE D – ENTREVISTA COM O NARRADOR VISUAL E ARTIVISTA GLADSON TARGA .....</b>	<b>138</b>

## 1 UMA SOCIEDADE COMPLEXA

Partindo da observação da afecção que alcança o sujeito através do espaço que o contempla, são colocadas em questão aqui as condições que propiciam essa mediação informacional. A motivação para observar tal aspecto de composição ambiental, bem como de organização estrutural lógica e racional do ser humano se dá, principalmente, pelo recente contexto político do Brasil, correspondente ao ano de 2018, início do período desta pesquisa. Foi a partir dessa conjuntura eleitoral que foi evidenciada uma explícita participação do contexto virtual – hoje já tradicional na democracia – que questões acerca do impacto de afetos de origem estética nasceram. Diante de um cenário complexo de espaços físicos e eletrônicos próprios da contemporaneidade, uma crise de imagem e interpretações passou a assolar os imaginários populares, reestabelecendo novos paradigmas sociais que se manifestam efetivamente nesse momento de coletividade que marca a vida da sociedade moderna: as eleições.

Nessa conjuntura de crise da verdade, a ruptura que esse impacto gera socialmente pode ser mais amplamente visível. É pelas perspectivas políticas que se apresentam em momentos oportunos, como os grandes eventos que demandam a escolha massiva de algo – tais quais as eleições – que “formas de vidas”<sup>1</sup> são colocadas em questão, a fim de que sejamos capazes de escolher qual forma de vida mais se adequa à maioria, ante as possibilidades oferecidas. Assim, o que se considera como verdade é o que baseia toda a tomada de decisões de um sujeito. Por sua vez, o que este sujeito tem para si como verdade se origina de um conjunto de experiências estéticas pelas quais se é submetido constantemente na vida.

Esta pesquisa tem como coluna central a teoria de Vladimir Safatle (2018b) sobre o circuito de afetos, pois aborda a questão do impacto da estética na vida prática do sujeito, abrindo essa perspectiva por meio de um ponto de vista psicanalítico que engloba a força que o imaginário tem sobre o sujeito; algo que foge às explicações racionais. Desta forma, traça uma genealogia estrutural das formas de vida, evidenciando o lugar central que a estética tem na vida do ser humano. Se partíssemos de um ponto basilar, a estética seria a capacidade de apreender o ambiente e se situar nele. Portanto, interpretação fundamental para a espécie humana.

---

<sup>1</sup> “Formas de vida” é um termo utilizado por Agamben (2015) e Safatle (2018b), que designa um circuito lógico de funcionamento social do ser humano, de tal forma que esse perfil de forma de vida chegue a ser identificado em outras pessoas, alcançando um padrão, a certo nível.

Pensando por essa perspectiva da apreensão estética do meio e da consequente significação posterior que vem disso, tem-se uma importante discussão que se concentra nas influências que os espaços exercem sobre o ser humano. Por essa premissa, é importante lembrar da camada de artificialidade<sup>2</sup> que envolve o mundo em nossa atual conjuntura. Toda produção que não tem origem absoluta na natureza foi produzida ou modificada pelas mãos humanas. A manipulação oriunda da mão humana pressupõe um mínimo de elaboração mental, que aqui pode ser chamado como “o projeto”, tal qual Margolin (2014) aborda em seu livro “A política do artificial”, tratando de questões próprias do design. Para este autor, o design está inerente à capacidade de produção humana, em seu sentido de que, para sobreviver, o ser humano precisa se adequar às adversidades do mundo por meio de objetos técnicos, bem como de habilidades técnicas, e a manufatura dessas condições é design.

O ser humano está constantemente produzindo para sobreviver. Nesse sentido sua produção sempre foi, antes de tudo, a nível de símbolo: um signo com seu devido significado em uma estrutura de entendimento que tende a ser estabilizada para não atrapalhar ou confundir o entendimento e a convivência social. Assim nasce a verdade. Aqui é fundamental abordar a importância que Foucault (2005) tem no questionamento dessas estruturas estáveis que estabelecem normas e circulações de poderes que privilegiam poucos e colonizam significados para muitos. Para Foucault (2005), deveríamos constantemente tomar conhecimento genealógico dos fatos, a fim de descobrir o sentido que aquela verdade estável tem e teve ao longo de seu uso banalizado pelo tempo. Por isso o autor emprega o termo “dispositivo” para designar artigos, instituições, práticas de modo geral, que veiculam linhas de força e estabelecem normas sociais a fim de “colonizar” os saberes e veicular linhas de forças e poder<sup>3</sup>. Redimensionando tal termo, Agamben (2009) recoloca que, por “dispositivo”, se deveria tomar como “todo e qualquer conjunto heterogêneo linguístico e não-linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título.” (AGAMBEN, 2009, p. 28).

Assim, tomando por partida que tudo o que rodeia o sujeito é propenso a lhe evocar pensamentos com significados naturalizados e enraizados que comprometem a interpretação livre e linhas de forças hegemônicas, Milton Santos traz uma reflexão importante acerca da relação entre espaço e sujeito. Em seu livro “Pensando o espaço do homem” (SANTOS, 1986),

---

<sup>2</sup> “Artificialidade” no sentido de: grande massa produzida pela mão humana que hoje envolve todo o globo por meio de objetos técnicos.

<sup>3</sup> No livro de Michel Foucault (2013), “A verdade e as formas jurídicas”, o autor exemplifica bem tal situação a partir de uma visão genealógica de como se dá essa construção das verdades e, conseqüentemente, das normas sociais vigentes. Por meio de uma visão histórica da forma como o judiciário ganhou sua referência, o autor expõe como algumas linhas de força ganham relevância e peso por seu reforço ao longo do tempo.

o autor coloca em questão a relação de mútua e contínua modificação que é o espaço habitado pelo ser humano. Em outra obra, “A natureza do espaço”, Santos (2006) articula uma análise sistêmica acerca do que seria o objeto de estudo da geografia, partindo de sua organização espacial e da relação que tem com toda uma ecologia de influências, evidenciando que o espaço é resultado de um “conjunto de condições que viabilizam o espaço tal qual o é”. Nesse sentido, o espaço mostra-se como uma “unidade sistêmica integrada no todo social”. Essa perspectiva de espaço é alcançada por meio da observação histórica da “técnica”, essa capacidade humana de criar e alterar o espaço, que permite toda e qualquer mudança espacial e, conseqüentemente, social, passível de análise temporal. Foi por essa perspectiva elaborada por Santos que foi possível aqui perceber o poder que o artificial – isto é, a criação humana – tem sobre o espaço e, conseqüentemente, sobre a sociedade.

Por isso, tomando o ponto de vista que cabe ao design dentro dessa grande “unidade sistêmica” que é o espaço, esta pesquisa se propõe a abordar a importância de um pensamento filosófico e teórico dentro dos estudos em design. A partir de uma análise da história do design, aqui baseada na visão de Rafael Cardoso (2000), é possível perceber que, ao longo de toda a história institucional dessa área, o design, por meio de suas criações e articulações, sempre alterou fortemente o espaço. Como a história do design, desse ponto de vista institucionalizado, surge junto da industrialização, os impactos podem ser mapeados daí. Dentro de uma cadeia de alterações filosóficas e econômicas da época, o design veiculou e popularizou a indústria e o capitalismo, auxiliando efetivamente alterações no espaço: por uma visão social no macro, podemos citar o êxodo rural e a cidade moderna; mas toda mudança – seja qual for sua escala – começa pelo sujeito, e é pelo sujeito que o design se articula.

Saindo do olhar analítico da observação histórica do design e focando no contexto atual em que se baseiam as questões propulsoras desta pesquisa, a pergunta que se procura responder é: “Como especificamente o design atua na potencialidade de proporcionar organização social?”. Para essa resposta, é fundamental inicialmente tomar consciência da condição atual do espaço. Hoje vivemos em uma era de grande avanço tecnológico que se alojou profundamente em nossas vidas enquanto sociedade moderna. Hoje é impossível não viver sendo vigiado ou auxiliado de alguma forma por aparelhos eletrônicos. Nesse sentido, a articulação do design que, historicamente, começa alterando o espaço por meio da indústria, hoje segue essa longa linha de impactos e alterações, produzindo o que temos como toda a tecnologia que nos circula. Com a invenção da internet, o mundo ganha uma nova dimensão espacial e temporal que altera profundamente toda a existência humana. Os impactos que outrora possibilitaram a aglomeração e o surgimento da cidade moderna, hoje possibilitam o

surgimento de um novo espaço social que baseia as relações humanas contemporâneas: as telas e suas transmissões, a internet e as redes sociais. Essa nova forma de relação social coloca em crise muito do que teríamos como experiência empírica, pois a influência das telas e seus desdobramentos também estabelecem um caos entre a realidade e o simulacro, evidenciando um problema próprio da política, quando relembramos sobre o que a política se ocupa, de acordo com Rancière (2020, p. 17): “Do que se vê e o que se pode dizer sobre o que é visto; de quem tem competência para ver e qualidade para dizer; das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo”. Por isso esta pesquisa se propõe a observar a política, como forma resultante de pensamentos cristalizados no interior da sociedade.

Nesse sentido, esta pesquisa busca discutir o impacto do design na sociedade através da constituição de significados e estabelecimento do “espetáculo”<sup>4</sup> que organiza a ordem dos possíveis dentro da sociedade. Para amparar esse raciocínio de forma prática, o movimento #EleNão, que ocorreu em 2018 – mas que reverbera até hoje, em 2021 – foi escolhido como marco histórico de articulação política popular, que se inicia no espaço virtual e se desenrola no espaço urbano essencial às mudanças jurídicas, como aborda Judith Butler (2019). A intenção é de analisar as cargas simbólicas que fomentam o imaginário (SILVA, 2014) e estabelecem símbolos e estigmas que constituem o “normal” social, bem como o que é a “verdade”. Essa observação se deu tanto no espaço urbano quanto no espaço virtual, devido ao fato de que hoje a vida prática do sujeito não é passível de separação do que se vive em espaço urbano e do que se vive em espaço virtual – ou *cyber*.

Com a intenção de discutir o papel do design como dispositivo entre tantas criações que constituem nosso mundo atual, é abordada aqui a questão da parcialidade do designer em suas criações, constituindo assim as linhas de forças que articulam formas de vida na sociedade, através do espetáculo. Como o objeto aqui é observar fenômenos que viabilizassem a teoria de que a política começa essencialmente pela estética e de que é justamente nessa estética que se sustentam linhas de forças e seus circuitos de afetos, foi essencial que o espaço de observação englobasse estas duas instâncias: espaço virtual e espaço urbano. Buscou-se observar práticas de criação e alteração do espaço a partir de suas linhas de força (linhas essas presentes em tudo o que é passível de significação), tendo no design um ponto focal de grande síntese porque é uma ponte comunicacional extremamente abrangente, que revela em si muito de suas intenções.

Para observar esse aspecto no design, a partir do marco histórico do movimento #EleNão de 2018, a teoria de Safatle (2018b) se mostrou de grande auxílio pois, para o filósofo,

---

<sup>4</sup> Cf. DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

a sociedade é pautada em dois sentimentos que são extremidades de uma mesma linha de força: o medo e a esperança. A depender da construção de cada um desses sentimentos dentro do indivíduo, o impacto disso pode ser a alienação ou a emancipação. Com o movimento #EleNão, é possível perceber como esse mecanismo acontece, tanto a nível de emancipação, quanto a nível de alienação, pois o movimento não se resume apenas aos que nele lutaram contra o fascismo ascendente, mas também aos que reforçaram medos e estereótipos pela mediação do design, através de *Fake News* e impulsionamentos patrocinados nas plataformas de redes sociais. A engenharia de atuação a nível de design ocorreu da mesma forma. A diferença é que uns tentavam transmitir informações e outros tentavam transmitir desinformações. Ambos atuaram, igualmente, no medo e na esperança.

A metodologia empregada nesta pesquisa consiste em revisão bibliográfica, análise dos objetos e entrevistas com designers atuantes no movimento em diversas localidades do país. Além disso, também foram feitas entrevistas com organizadoras dos eventos em São Paulo – SP e Goiânia – GO, por uma perspectiva qualitativa e comparativa.

Com a análise das entrevistas é possível visualizar as questões aqui abordadas acerca da constituição de linhas de força dentro dos objetos *designed* e sua consequente instauração de significados, evidenciando uma atuação própria de dispositivo comunicacional a nível do design. Através da discussão e contraposição de tais observações do movimento #EleNão, com foco em questões de formação social, bem como subjetiva a nível psicanalítico, esta pesquisa pretende visualizar o impacto simbólico que o sujeito sofre, abrangendo do micro ao macro, isto é, a sociedade em sua ação e atuação cotidiana: a política que se manifesta a nível geral e macro, como notícias, e a mesma política que se articula sensivelmente a nível de rua.

## 1.1 OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa é verificar e discutir a potência do design enquanto parte da construção simbólica social, por meio da observação de fenômenos sociais e, conseqüentemente políticos articulados, em alguma instância, por um projeto – aqui colocado, o movimento #EleNão de 2018. A partir da observação desses fenômenos, busca-se abordar as influências que se articulam a nível estético, através de cargas simbólicas, em espaços urbanos e virtuais, e que se desdobram na própria sociedade enquanto potência alienante ou emancipadora.

Os objetivos específicos são:

- a) Compreender como o design, sendo um articulador de símbolos e afetos, pode ter força de interferir na conjuntura política, tendo potencialidades alienantes e

emancipadoras. Essas observações são vinculadas a dois espaços: camada digital e a camada física/urbana, em função de serem dois desdobramentos de uma mesma realidade em sobreposição, que interferem uma na outra;

- b) Observar os processos comunicativos de mediação das relações de poder por meio de cargas simbólicas que incitam a política e direcionam ideologias no espaço material;
- c) Averiguar a importância da consciência histórica e filosófica dentro do processo do design a fim de conscientizar a necessidade desses estudos durante a formação educacional de futuros designers.

## 2 DA CONSTRUÇÃO E DA DESCONSTRUÇÃO DE UMA POLÍTICA

O contexto das eleições brasileiras de 2018 representou um grande ataque à democracia do país, em vista da dramática divergência entre posicionamentos políticos que dividiram a nação. Desse acontecimento, surgiram fenômenos sociais, tais como o aparecimento de *Fake News*, cuja resposta a tal fenômeno foi o movimento de Design Ativismo. Esse embate evidencia uma disputa política territorial que, do espaço material da cidade, se desdobra dentro do espaço digital – e vice versa –, evidenciando o poder de influência que o espaço imaterial tem efetivamente sobre a sociedade. Quando esse tipo de fenômeno alcança estratégias de influência que se manifestam na organização política de um estado, percebe-se que se altera drasticamente a configuração do regime político democrático de um país. Divergências entre posicionamentos políticos não surgem por acaso, pois são fruto, naturalmente, de novos contextos espaciais que propiciam tais embates. É preciso considerar que muitos posicionamentos que movimentaram esses fenômenos são diretamente ligados a uma manipulação, não apenas da informação em si, como também das tecnologias de veiculação dessas informações que acabam por incitar a divisão de forma premeditada.

Os impactos dessas estratégias podem ser avaliados ao se observar o mecanismo de manipulação da opinião pública feita, por exemplo, pela empresa *Cambridge Analytica*, que, a partir das informações propagadas pela internet e mídias sociais com base em análise de dados comprados de grandes empresas como Facebook e Google, capacita o mapeamento de perfis sociais, costumes e personalidades – isto é, grupos sociais pautados nas inúmeras métricas de comportamento e personalidade oriundos do banco de dados das empresas de tecnologia. Esse mapeamento é como uma cartografia de opiniões e “bolhas sociais” – nomeadas por Agamben (2015) como “formas de vida” – que compilam informações acerca desses grupos, tornando acessível a manipulação da informação e, conseqüentemente, a manipulação da opinião pública. A identificação desses perfis possibilita o traçar de argumentos assertivos que atuam diretamente sobre o sujeito, veiculando informações com grandes chances de afetar o público-alvo, a fim de persuadir o usuário a aderir a pautas específicas.

Em vista dessa conjuntura tecnológica capaz de influenciar fortemente contextos sociais, este capítulo se concentra em entender a relação humana com seu meio, seus subterfúgios de alteração e manipulação do meio e, conseqüentemente, as repercussões sociais que se desenrolam dessas relações. Nessa análise macro, a visão é focada nas construções simbólicas que baseiam a leitura da realidade, guiando para a compreensão da atual conjuntura. Como objetivo, não só deste capítulo, mas que permeia toda a curiosidade que deu ignição a

esta pesquisa, a compreensão do contexto contemporâneo de entendimento de nossa época coloca em pauta o cenário político brasileiro, em vista dos desdobramentos que esse cenário significou para a própria universidade e para a vida de tantas pessoas que participaram desta pesquisa de forma direta ou indiretamente. Portanto, este capítulo contextualiza a conjuntura política das últimas eleições presidenciais que acirraram as relações sociais de maneira generalizada ao longo de todo o território brasileiro, eclodindo em diversos fenômenos sociais que são tratados aqui.

A atual conjuntura do mundo no século XXI não apenas reafirma várias teorias que, desde o século XIX, têm nos alertado a respeito dos danos que o sistema capitalista viria a gerar, mas também acerca de diversas conjunturas tecnológicas e de transformação do meio. Hoje, na segunda década do século, é possível perceber um desenrolar desses problemas em inúmeras novas problemáticas que nem mesmo puderam ter sido imaginadas pelos pensadores do passado. Diante de toda a configuração da nossa realidade e em busca de afunilar o olhar a uma cena que capacite o discernimento da prática dessas discussões teóricas traçadas até aqui, o contexto eleitoral brasileiro de 2018 servirá como base de observação de toda esta conformação espacial contemporânea, permeada por tecnologias e construções simbólicas que alteram toda a dinâmica social das comunidades.

É diante de um dos maiores embates ideológicos que a democracia do Brasil já situou que se configura a conformação de grupos sociais, oriundos da fragmentação provocada pelos dissensos que, naturalmente, existem e são comuns ao se observar as diversidades de organizações sociais existentes nas sociedades. Alinhadas a isso, também se associam as capacidades técnicas de cada contexto e época – como já foi explicado. Os dissensos, por sua vez, são naturais porque existem em todas as sociedades e naturalizam-se pelo fato de que são consequências e, ao mesmo tempo, bases fundamentais da comunicação: a potência do pensar (AGAMBEN, 2015). Segundo Agamben (2009), o processo comunicativo nasce da demanda de colocar a informação em comum, em decorrência da natural divergência de interesses dentro de um mesmo grupo social, o que ocasiona a existência e necessidade da própria política que se apresenta como mediação de disputas territoriais, isto é, de disputa da predominância de “modos de vida” – termo utilizado pelo autor para caracterizar as nuances das múltiplas possibilidades de existências dentro de uma sociedade:

Com o termo *forma-de-vida* entendemos [...] uma vida que jamais pode ser separada da sua forma, uma vida na qual jamais é possível isolar alguma coisa como uma vida nua. [...] Uma vida, que não pode ser separada da sua forma, é uma vida para a qual, no seu modo de viver, está em jogo o próprio viver e, no seu viver, está em jogo antes de tudo o seu modo de viver. [...] Define uma vida – a vida humana – em que os modos

singulares, atos e processos do viver nunca são simplesmente  *fatos*, mas sempre e primeiramente  *possibilidades* de vida, sempre e primeiramente potência. (AGAMBEN, 2015, p. 13-14).

As formas-de-vidas em um mesmo espaço são muito bem marcadas pelas disputas políticas que acabam por concentrar grupos sociais com afinidade de posicionamentos. Levando em conta a vasta extensão territorial do Brasil e a já bem conhecida miscigenação de culturas que fazem do país um lugar fortemente heterogêneo, essa fragmentação dos grupos sociais se tornou ainda mais intensa. Nas eleições de 2018, notou-se uma grande questão a respeito dos dissensos entre os grupos sociais e seus métodos comunicativos, que acabaram por direcionar um dos objetivos a que esta pesquisa se engaja: o de observar os processos comunicativos de mediação das relações de poder por meio de cargas simbólicas que incitam a política e direcionam ideologias no espaço material. Com o advento da internet, até mesmo áreas rurais passam a ter acesso a esses modos de comunicação que propagam influências. No entanto, como proposto, o parâmetro desta pesquisa concentra-se no espaço urbano, por ser o espaço de enfrentamento efetivo na disputa territorial dos grupos sociais predominantes do contexto político-eleitoral de 2018.

Esse cenário foi escolhido por se acreditar que ele coloca em discussão os principais meios de campanhas contemporâneas, as propostas de governo dos candidatos e, em resposta a isso, a recepção e manifestação dos cidadãos a esses processos culturais que são propagados por meio de informações veiculadas pelos candidatos e seus apoiadores em diversos espaços, deixando rastros dessa disputa na superfície da cidade, bem como nos dados cronológicos do banco de dado do espaço digital. Observando essas manifestações dos espaços urbano e virtual, busca-se entender como a comunicação e seus símbolos são capazes de alterar a política do espaço.

A escolha do contexto ilustra um momento muito importante para toda a nação: a escolha democrática de seus representantes, isto é, de quem governa pelos interesses do povo. Essa decisão foi focada na drástica polarização do país, entre grupos progressistas e conservadores. Por conservadores entende-se os grupos, também chamados de direita, formados por representantes neoliberais, isto é, representantes de bancos, indústrias e classes mais abastadas do país, tais como os candidatos Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), João Amoêdo, do partido Novo, Henrique Meirelles, do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), e o candidato Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL), que ganhou a corrida presidencial. Do ponto de vista mais central desta corrida presidencial, haviam candidatos de diversas origens, como o candidato Ciro Gomes, do Partido

Democrático Trabalhista (PDT), Marina Silva, do partido Rede Sustentabilidade; e os mais posicionados à esquerda, como Guilherme Boulos, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), e Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT), que acabou entrando na corrida presidencial após a impossibilidade de o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva concorrer às eleições, por ter sido preso arbitrariamente e sem provas, e que, no entanto, ainda preso, liderava todos os cenários de intenção de votos. Este segundo grupo é composto por representantes das classes menos abastadas, trabalhadores sindicalizados, universitários e intelectuais.

Diante da observação do contexto e considerando a incoerente prisão do candidato que tomava a frente das pesquisas, tornava-se nítida a hipótese de que havia um movimento de alienação e manipulação, sendo possível perceber facilmente tais inclinações a partir do bombardeio digital de *Fake News* durante a campanha eleitoral – ou até mesmo pela construção midiática em torno da prisão, julgamento e liberação do possível candidato que ficou preso por mais de um ano e meio sem provas e, já após as eleições, liberto em razão da mudança de entendimento do Supremo Tribunal Federal (STF) sobre a prisão em segunda instância. Essa disseminação de notícias falsas é diretamente relacionada à manipulação da informação e símbolos que, por sua vez, usufruem da manipulação dos afetos que estimulam o medo e a esperança.

Tais sentimentos afetam fortemente os sujeitos, o que os tornam poderosos mecanismos de manipulação das massas. Compreende-se o que propicia essa situação, a partir da literatura de Milton Santos (2006) sobre as técnicas e suas influências sobre as práticas no espaço. Isso porque o meio digital, que se sustenta a partir de um conjunto de técnicas e tecnologias, situa-se como uma extensão do espaço físico, exercendo grande influência sobre a conformação de territórios e evidenciando a grande necessidade de se entender esse entrelaçar de realidades materiais e imateriais para uma melhor compreensão de seu impacto na vida social.

O espaço virtual – imaterial – tanto quanto o espaço urbano – material – são bases para a construção do cotidiano e seus sistemas de relações que formam uma sociedade. O encontro e as trocas de experiências e conformações de grupos sociais, bem como de formas de vida, são diretamente ligados ao espaço, que atua como mediador dessas relações. Como consequência desses contatos, os dissensos oriundos das diferenças se evidenciam e colocam em jogo a comunicação. A comunicação, por sua vez, é a técnica que media, por diversas formas, esses contrastes de formas de vidas diferentes umas das outras, ou seja, “a comunicação é a tentativa de colocar em comum as compreensões de mundo.” (AGAMBEN, 2015).

No entanto, tudo o que a comunicação pode garantir é a comunicabilidade e não a compreensão exata da intenção expressa pelo emissor, porque cada sujeito tem sua construção interpretativa pessoal, baseada em experiências pessoais, tornando a compreensão de uma mesma informação em algo subjetivo a cada receptor. Os dissensos naturais, que são gerados por esses pontos de vistas e formas de vidas diferentes, são o que propiciam a existência e a prática da política, em uma tentativa de organizar os dissensos em um lugar de disputa, tentando um equilíbrio entre as partes. Assim sendo, a questão política que se apresenta na sociedade lida diretamente com a construção de realidade e de vida de cada um e encontra grande apoio em Rancière, que explica que a base da política é a estética, porque a política se ocupa “do que se vê e o que se pode dizer sobre o que é visto; de quem tem competência para ver e qualidade para dizer; das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo.” (RANCIÈRE, 2020, p. 17). Ou seja, a política se ocupa efetivamente do que os sentidos do corpo humano são capazes de apreender do meio, isto é, a capacidade do ser humano de ser afetado pelo espaço, recolhendo informações para serem interpretadas, e que, ao entrar em contato com outra pessoa por meio da comunicação, podem vir a se tornar dissensos – o que viabiliza discussões e decisões acerca desse meio, tornando este processo algo essencialmente subjetivo e pessoal de cada um.

Dessa forma, a construção da realidade por meio da percepção mostra-se como um ponto chave para esta pesquisa e, portanto, a análise do que vem a influenciar essa leitura, assim como o próprio espaço de maneira geral, são tão importantes quanto a compreensão da subjetivação que cada um passa para interpretar essas informações oriundas do afeto. É preciso entender tanto a construção da interpretação dentro do sujeito quanto a construção do que se presta a ser interpretado, no exterior do sujeito.

Sendo assim, ao voltarmos novamente os olhares às questões da manipulação da opinião pública que orienta esta pesquisa (articulação esta que resulta na influência das massas, colocando em crise toda a democracia) percebemos que tal mecanismo se utiliza de técnicas e objetos técnicos para fazer face ao público e afetá-lo. Esse mecanismo faz parte da análise feita nesta pesquisa porque é diretamente relacionado aos meios tecnológicos que o viabilizam, isto é, viabilizam uma realidade imaterial e ficcional como extensão do território físico da cidade<sup>5</sup>. Pela história das técnicas, é possível avaliar o peso da influência que estas exercem sobre o espaço, já que ao atender uma demanda de adaptação do ser humano ao espaço, acaba-se por alterar o meio e, conseqüentemente, atualizam-se as demandas que recaem sobre o ser humano (SANTOS, 2006), provando ser um potente agente político que gera condições de espaço que

---

<sup>5</sup> Um material que auxiliou muito na visualização dessa cadeia de situações e fatos foi o episódio “O filtro alucinógeno no Instagram colocou a humanidade no divã – e alguns no caixão” do podcast Tecnocracia (2020).

podem vir a intensificar relações de divergência e dissensos. A técnica muda essencialmente a estética – isto é, o circuito organizacional das informações a serem coletadas sensivelmente pelo sujeito – e, por consequência, muda efetivamente o próprio espaço físico, porque a relação que o sujeito tem com o espaço é, antes de tudo, uma relação imaginária, de construção psíquica do espaço para sua locomoção dentro dele. Se uma interpretação do espaço se altera, conseqüentemente, a relação de contato físico com a cidade também mudará, como explica Armando Silva (2013) em seus estudos sobre os “Imaginários urbanos”, comprovando que a construção psíquica do espaço influencia diretamente na organização da cidade, podendo facilmente chegar a uma proporção social de padrão de uso do espaço urbano.

Prova-se, portanto, que a política representa parte significativa da compreensão do espaço por meio da captação estética, sendo o ponto de vínculo entre a construção da noção de realidade que de um lado origina-se do meio digital e, de outro, origina-se do meio físico do espaço. Logo a política mostra-se como um vínculo entre essas duas instâncias de um mesmo espaço, porque tanto o meio digital quanto o material resultam no mesmo ponto: a construção da interpretação de realidade do sujeito e seu posicionamento em relação às transformações do espaço. Essa construção de realidade é responsável por propiciar as formas de vida – a que Agamben (2015) se refere em sua literatura – e, conseqüentemente, também propicia os dissensos, a política e tudo o que se faz como demanda para novas alterações no espaço e na vida social das ecologias humanas.

Assim, em vista do conhecimento de que o meio digital constrói a noção de realidade dos sujeitos, tanto quanto o próprio território e toda sua legibilidade; a análise do fenômeno que assombrou as eleições presidenciais brasileiras de 2018 coloca em prática um cenário absurdo. A fim de compreender o mecanismo que resultou, efetivamente, na transformação almejada e financiada pelas grandes fortunas – isto é, a vitória da extrema direita brasileira –, a pergunta desta pesquisa gira em torno de compreender como essa conjuntura pôde gerar a possibilidade do movimento contraditório das classes sociais – que se engajaram com pautas que vão contra seus próprios interesses.

O caso das *Fake News* propagadas pelos meios tecnológicos foi um fator expressivo e decisivo na corrida presidencial de 2018; fator este que exemplifica muito da manipulação afetiva que, em associação com meios tecnológicos, ganha uma proporção inimaginável<sup>6</sup>. A

---

<sup>6</sup> Após as eleições de 2018, houve várias denúncias por meio de investigações jornalísticas que atestaram ter havido impulsionamento financiado em massa para que as *Fake News* sobre o candidato de oposição a Jair Bolsonaro (PSL), Fernando Haddad (PT) tomassem grandes proporções e o prejudicassem. Na matéria “Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp” (MELLO, 2018), do jornal Folha de S. Paulo, é possível conhecer mais sobre o caso.

grande eficácia das *Fake News* mora justamente no espaço de possibilidade que sua forma e sua informação abrem; no entanto, sua manipulação mora especificamente em como esse meio afeta o sujeito – além, claro, de sua forma de veiculação a partir das técnicas. Essa afecção é comumente articulada por meio do medo e da esperança: a ameaça iminente que assombrará as construções de realidade dos mais desavisados. A veiculação do medo não é nenhuma novidade no que se trata de veiculação de informações e inclusive é uma articulação de guerra já bem conhecida como *Psychological Operations (PSYOP)*<sup>7</sup> que se baseia na propagação de notícias e imagens falsas para induzir comunidades em área de combate a se renderem, por exemplo.

Ao longo de muitos anos, nossas percepções de realidade vêm sendo moldadas, muito pela força de poder que se manifesta por meio da promoção do medo, que prova essa longa jornada de assujeitamento próprio da lógica liberal que, em sua intenção de liberdade dos sujeitos, coloca em iminência a guerra de todos contra todos pelo medo das despossessões, atribuindo ao estado o posto de cuidador legítimo das liberdades (SAFATLE, 2018b). Segundo Hobbes (apud SAFATLE, 2018b, p. 16), “de todas as paixões, a que menos faz os homens tender a violar as leis é o medo. Mais: excetuando algumas naturezas generosas, é a única coisa que leva os homens a respeitá-las”. Ao parafrasear Hobbes, o filósofo e psicanalista Vladimir Safatle coloca em questão a manipulação do medo, trazendo à tona o circuito dos afetos que circula por entre toda a sociedade.

O filósofo explica que o poder que organiza a sociedade se funda em circuitos de afetos. Isso significa que a forma como a sociedade se gerencia não se baseia cegamente à razão, porque suas normas são oriundas de afecções que pairam por entre os corpos e os afetam, moldando individualizações e identidades que garantem a hegemonia de dadas formas de vida. “Separação entre razão e emoção, como se os afetos fossem a dimensão irracional do comportamento.” (SAFATLE, 2018b). Em vista dessa sociedade em constante reação a “afecções”, o sentimento de “medo” toma grande protagonismo em vista de seu efetivo poder de afeto com sujeitos que, inseridos em sociedades predominantemente – quando não completamente – neoliberais, temem pela violação de suas integridades seja pelo medo da morte violenta, da despossessão dos bens e, no geral, da invasão da propriedade privada (SAFATLE, 2018b). Em vista da tradicional maneira de analisar a sociedade como simplesmente sistema de normas e padrões regidos pela razão, Safatle propõe encarar a sociedade como um circuito de afetos, ou seja, um sistema de reprodução material de formas hegemônicas de vida por meio da adoção de mecanismos de força de adesão que produzem afetos para propagações ou

---

<sup>7</sup> Técnicas de guerra a nível discursivo e persuasivo.

transformações. Esses afetos produzidos induzem leituras e interpretações específicas que, conseqüentemente, geram a assimilação de certas possibilidades de vida a despeito de outras (SAFATLE, 2018b). O medo, sendo então um forte mecanismo de direcionamento de possibilidades que encaminham as formas de vida, apresenta-se como grande ferramenta de manipulação social. Ao gerar grande sensação de desamparo, o medo e a esperança tornam-se potências tanto para a alienação – na carência de ser cuidado e, portanto, deixar-se ser guiado por uma entidade externa a si – quanto para a emancipação de tomar a frente das decisões que lhes afetam, com a esperança da transformação.

A manipulação do medo é um mecanismo de manipulação de massas, com finalidade de gerar uma alienação profunda ao espaço por meio do afastamento do sujeito de uma interpretação mais verossímilhante do espaço social, essa que ocorre pela presença efetivamente dentro do espaço. A alienação baseia-se na interpretação guiada da estética do meio que deturpa a interpretação empírica do espaço, refletindo diretamente na organização política e social do contexto, pois um sujeito que não consegue se integrar ao meio em que está inserido, conseqüentemente não conseguirá se posicionar politicamente de forma coerente com nenhuma pauta – o que explica a incidência de regressões políticas; regressões essas que podem ser vistas desde a instauração do valor de troca com o primórdio do capitalismo, alienando o ser humano ao seu próprio espaço e ao seu próprio valor, tornando-o um produto que executa uma tarefa e tem seu valor por tal execução – tal qual uma engrenagem de uma máquina imensa (SANTOS, 1986).

Se a classe trabalhadora acredita que realmente está inserida em um contexto que não condiz com o espaço de fato, ela defenderá interesses que não lhe cabem, porque crê viver em uma outra condição de espaço e, portanto, acredita que é representada por determinada decisão – ainda que, de fato, não o seja. Essa alienação foi muito bem definida por Marx (2019) em seu primeiro livro sobre *O Capital*, quando explica a questão de fantasmagoria e fetichismo do produto. A fantasmagoria, como já explicado anteriormente, é um fenômeno que, ao mesmo tempo que oculta uma estética, apresenta outra construção estética sobreposta à estética original – esta é uma característica desta crítica ao capitalismo que orienta fortemente esta pesquisa, porque trata-se de uma banalizada e naturalizada forma de manipulação da realidade. A fantasmagoria cria uma espécie de aura sobre o produto/objeto, deturpando sua forma espontânea e transformando-a em algo muito além do que se faz face à luz, ganhando um valor que nem sempre corresponde ao valor de sua produção. A fantasmagoria agrega ao objeto o valor de troca em detrimento do valor de uso, alterando a interpretação desse objeto que passa a ser muito mais do que aparenta, abrindo uma nova camada de realidade tão comum em nossas

vidas. Essa possibilidade aberta possui uma específica rotação de padrões que estabelecem uma aura em torno das coisas e as distingue umas das outras (AGAMBEN, 2015).

No “mundo analógico”<sup>8</sup>, essa aura foi por muito tempo a forma predominante de deturpar o valor das coisas, mas, com a chegada do mundo virtual, o valor das coisas passa a ser alterado e deturpado em escala jamais vista anteriormente. Pelas críticas de Paul Virilio (1993), é possível compreender como o advento das telas e das transmissões alteram o formato do espaço por meio da nossa compreensão de realidade, acarretando o esvaziamento dos espaços públicos em uma alienação bastante específica acerca do que é o espaço. Essa transformação perceptiva é imensa e é de grande utilidade à propagação do medo, que dá a própria sensação de uma outra realidade; já que a tela ganha status de “porta do mundo” por “materializar” a realidade de outros locais, fomentando a planificação do mundo.

Paul Virilio (1993) analisa essa conjuntura da cidade contemporânea atribuindo às tecnologias de comunicação uma significativa parcela de participação na planificação do mundo e na sua conseqüente reestruturação de realidade, espaço e tempo. O autor acredita que o acesso ao outro lado do mundo por meio das telas – e demais aparelhos oriundos de aperfeiçoamentos da tela – tem influenciado significativamente a relação dos cidadãos com suas cidades. Percebeu-se que a cidade, em decorrência da grande fluidez de trânsito em escala mundial, passou a não ter mais fronteiras; o que ainda exemplifica mais um ponto da planificação do mundo. O contato com o outro lugar, país ou continente se acessibilizou, primeiramente, por meio das trocas de informações mundiais, isto é, pelo acesso à cultura internacional sem necessariamente sair de casa; e, em segundo plano, pela simplificação e facilitação do efetivo acesso ao mundo, por meio das tecnologias de transporte que agilizam essa jornada.

Ao entrar em contato com a realidade de outro espaço, o telespectador se conecta com um espaço territorialmente diferente, geograficamente distante, com economia e cultura distintas à de seu lugar de fala, abrindo não só um espaço de projeção de possibilidades, mas também fundamentando suas construções de normas e padrões culturais, urbanísticos, políticos e sociais, porque vive o outro espaço ao acessá-lo virtualmente. Atribuído a esse acesso facilitado ao mundo por meio da tela, as fiscalizações de vídeo-vigilância espalhadas pelas cidades e pelas “fronteiras” e a veiculação do medo propiciam um esvaziamento do espaço público, tornando as telas o principal meio de acesso ao que é externo à propriedade privada, tornando massivamente digital o acesso ao espaço público. O efeito desse fenômeno se vê na

---

<sup>8</sup> Isto é, antes da naturalização da internet; até os anos 90.

fantasmagoria, que deturpa a noção de realidade dos telespectadores a respeito do mundo, já que a tela se torna uma espécie de portal de acesso a um outro espaço que, apesar de ser imaterial, ganha significação de realidade estendida. Sua significação equivale ao peso da materialidade do espaço físico. Essa fantasmagoria de espaço que a tela transmite funda essencialmente a noção de meio das pessoas, isto é, a noção de realidade. Dessa forma, o que é propagado pela tela ganha imediatamente um peso de verdade, por conta dessa extensão de realidade que é atribuído a ela. Vê-se, evidentemente, que, se o território urbano está se esvaziando, e que se as pessoas estão acessando e vivendo os espaços pela imaterialidade da tela, uma facilidade de deturpação dessas informações se faz notória.

Se há o controle das informações amplamente disseminadas por meios de comunicação, há um controle estético sendo executado, já que a programação ou a ordem de exibição oferecida aos telespectadores passa por uma regulação de circulação. A perspectiva da “realidade” torna-se enviesada. Se o medo garante uma predisposição organizacional da sociedade, a mídia tem grande poder sobre o direcionamento dessa organização. A organização da cidade muda drasticamente. Conforme explicitado anteriormente, Augé (2003) explica que esta mudança é dividida em três instâncias que são interligadas: a superabundância factual, que ocorre devido à grande propagação de meios de informação de nossa época, difundindo a informação por um novo e abundante fluxo de notícias de todos os lugares do mundo. Essas notícias se propagam em tempo real, mudando a proporção do mundo que agora se faz ainda mais acessível a todos, gerando uma nova configuração de tempo. Consequentemente, a superabundância espacial ocorre por meio da acessibilidade a outros territórios geográficos através tanto de informações desses lugares – via notícias –, quanto pelo próprio acesso físico que é facilitado devido à velocidade das implementações tecnológicas de transporte: aviões, trens de alta velocidade, carros e rodovias que ligam cidades, estados e países. A terceira grande mudança acontece como resultado social dessas duas primeiras conjunturas: a individualização das referências acontece em função do acesso autônomo que o sujeito tem às informações, dando autonomia ao cidadão sobre a criação de suas próprias visões de mundo baseadas nas informações a que tem acesso, criando-se, assim, uma subjetividade que nasce no espaço privado, longe da realidade do espaço público.

Esse acesso à informação digital, desprovido da materialidade – fator esse que facilita o contato massificado com a notícia – faz com que o sujeito tenha acesso a absolutamente qualquer informação veiculada, ainda que tendenciosa ou falsa. Essa situação exige do próprio sujeito um discernimento de análise e interpretação das informações. Tal condição é certamente preocupante, tendo em vista que tal responsabilidade esperada dos cidadãos demanda uma

instrução de curadoria da informação que muitos não possuem. O descompasso com o espaço material instaura a alienação do sujeito ao seu meio e, dessa forma, molda a compreensão de realidade desse cidadão que baseará sua perspectiva de mundo no que lhe é entregue. Em escala social, deforma-se a opinião pública.

A opinião pública tem em si grande capacidade de moldar os circuitos de afetos que organizam uma sociedade. A mídia, definitivamente, tem não apenas o controle do que pode tocar o sensível dos telespectadores, como, dessa maneira, também consegue induzir grande perspectiva estética, construindo realidades moldadas a determinadas linhas de força, gerando uma clara hegemonia de formas de vida. Uma vez que a opinião pública é moldada por forças de poder, como a mídia, ela compromete-se fortemente à política, pois a política, como já se explicou anteriormente, baseia-se fundamentalmente no que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto (RANCIÈRE, 2020). Se a compreensão de realidade está comprometida, a comunicação – que naturalmente já é divergente – torna-se de difícil alcance, complicando diretamente a prática política que media as sociedades. Uma democracia pautada em um espaço ficcional não tem fundamento e nem legitimidade para governar o espaço, porque todo o processo “político” dessa conjuntura nunca foi voltado ao espaço de fato e, conseqüentemente, não pode se voltar a nada que o integre, como a própria manutenção dele.

A política se torna o ponto de encontro entre o mundo analógico e o mundo digital. Em vista de que toda comunicação exercida por nós é uma prática política – porque tenta colocar o outro em comum, achando um ponto de encontro das subjetividades – o mundo digital, tal qual o mundo analógico do espaço material, estabelece comunicações constantes da comunidade porque a comunidade não se limita apenas à comunicação digital – principalmente a população mais pobre que, por necessidade, circula muito pelo espaço urbano. Existem diversas formas de estabelecer comunicação e instigar o pensamento. Uma organização urbanística, por exemplo, é capaz de transferir informações por si só, assim como a própria população instaura seus próprios modos de comunicação clandestina que se desviam das linhas de poder hegemônicas. Em uma sociedade, a comunicação sempre busca ser alcançada e, para tanto, utiliza-se de diversos meios. O design coloca-se aqui como grande mediador desses meios de propagar a informação da maneira mais efetiva. É dessa informação dissipada em seus múltiplos meios que se baseia significativa parcela da política democrática contemporânea e, assim, o design prova-se inserido tanto com a manipulação quanto com a simples mediação da informação. Portanto, a comunicação é o ponto de vínculo dos meios tecnológicos – que possibilitam o mundo digital – assim como do mundo analógico que também tem seus mecanismos de agenciamento de formas de vida. Se a comunicação une esses dois espaços em

forma de noção de realidade, a comunicação apresenta-se também como o meio de inserção das forças de poder que alteram a leitura do espaço e, conseqüentemente, da política.

Por acreditar na legitimidade e capacidade de comunicação direta entre as comunidades e pelos diversos pontos teóricos que suscitam tal convicção, esta pesquisa busca analisar o movimento #EleNão bem como seus desdobramentos em espaço digital que influenciaram e alteraram o próprio território assim como a opinião política que materializa uma massa de força democrática. Para essa análise de matérias “imateriais”, propõe-se uma observação das manifestações de ciberativismo e, conseqüentemente, de ativismo dentro do espaço público, isto é, relatos e entrevistas sobre os atos em si.

Interpretando as vozes do povo, de seus pensamentos e posicionamentos, o corpo político é analisado a partir das manifestações do #EleNão por acreditar ser uma expressão oriunda da própria comunidade. Portanto, as intervenções – com suas diversas origens e ecologias, representam uma expressão genuína de subjetividade coletiva, de forma subversiva às instituições e autoridades hegemônicas de comunicação em massa. Essa forma de comunicação se faz legítima por conseguir se comunicar com classes sociais inteiras – dadas as proporções – como foi evidenciado no próprio movimento em si, onde havia nos atos mulheres (em predominância) e homens de diversos posicionamentos políticos da esquerda à direita.

Em âmbito digital, analisou-se a produção visual e as articulações comunicacionais traçadas dos projetos e campanhas, e da estratégia de veiculação das artes ou, como são vulgarmente conhecidas, *memes*, que circulam na internet com produção colaborativa e, no geral, sem reconhecimento de autoria, dada a grande circulação e transformação que uma mesma arte tem capacidade de atingir. Essa modalidade comunicativa tem em si grande caráter colaborativo porque abre a possibilidade de o espectador interagir, inscrevendo seu ponto de vista. Apresenta-se aqui, tanto no meio digital, quanto no meio urbano físico – através de protestos, atos e intervenções – um método de comunicação direta entre cidadãos.

Essa perspectiva é tomada em função da construção simbólica que constitui a sociedade por meio dessas trocas comunicacionais de diversas naturezas. Conforme afirma Rancière (2020) em consonância com Safatle (2018b), a política acontece antes mesmo de se racionalizar sobre, porque a política já existe no âmbito do dividir um mesmo espaço do convívio, ou seja, da percepção da existência do outro. Trazendo essa perspectiva psíquica para a organização social, essa divisão do mesmo meio sensível é o que coloca questões e organizações políticas em nível estético, já que, segundo Rancière (2020, p. 17), a política é feita “do que se vê e o que se pode dizer sobre o que é visto; de quem tem competência para ver e qualidade para dizer; das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo”. Nesse

sentido, os objetos aqui analisados constroem uma base de afecção que permeia o cotidiano das pessoas, tanto no *cyber* quanto na urbe, instaurando, assim, as formas de vida.

## 2.1 A ESTÉTICA DA POLÍTICA

Quando Rancière (2020) se refere à política por essa perspectiva estética, explica que a política só acontece porque temos capacidade de perceber nosso entorno, de processar demandas do sujeito em relação ao espaço e de resolver os problemas – como prova a história das técnicas (SANTOS, 2006). Assim, o ser humano altera seu meio para que uma melhor adaptação da espécie seja feita, criando o longuíssimo ciclo de produção de objetos que perdura até os tempos atuais – com suas devidas proporções de cada época. Essas alterações, que as técnicas geram no meio para a melhor adaptação do ser humano, modificam o espaço que passa a criar novas demandas de adaptação para o bem-estar, o que gera a produção de inúmeros objetos técnicos que mudaram as práticas e as ações e seguem mudando constantemente o espaço. Destas transformações, nascem dissensos. Rancière (2020, p.13) diz que “a política é feita de dissensos”, e esses dissensos existem devido a posicionamentos diferentes em relação a um mesmo objeto. Sendo esse um acontecimento comum da interação social humana, a política se faz não apenas necessária como natural. Sendo o objeto da política os dissensos e estes – de forma ampla – possuem como objeto o que ocorre no espaço, seja por dissensos no próprio território, seja por práticas nesse lugar ou por bens dentro deste lugar, a política mora essencialmente na comunicação.

Agamben (2015, p. 18), em seu livro “Meios sem fim”, explica como o pensamento é a potência comum da comunidade:

Comunidade e potência identificam-se sem resíduos, porque o ser inerente de um princípio comunitário em toda potência é função do caráter necessariamente potencial de toda comunidade. Entre seres que estivessem desde sempre em ato, que já fossem sempre esta ou aquela coisa, esta ou aquela identidade e tivessem, nestas, esgotado inteiramente a sua potência, não poderia existir nenhuma comunidade, mas somente coincidências e partições factuais. Podemos nos comunicar com os outros só através daquilo que em nós, assim como nos outros, permaneceu em potência, e toda comunicação (como Benjamin intuiu para a língua) é, antes de tudo, comunicação não de um comum, porém de uma comunicabilidade [...]. Como a potência do pensamento humano não pode ser integral e simultaneamente atualizada por um único homem ou por uma única comunidade particular, é necessário que haja na espécie humana uma multidão através da qual a potência seja toda atuada... A tarefa da espécie humana, apreendida na sua totalidade, é o de atuar incessantemente toda a potência do intelecto possível, em primeiro lugar em vista da contemplação e, conseqüentemente, em vista do agir.

A comunicação é a condição fundamental de uma comunidade, porque necessariamente viver em comunidade é viver em constante conflito de dissensos. A comunicação existe nesse impasse de ideais, na tentativa do diálogo em função da resolução do dissenso. Dessa forma, a comunicação da comunidade é o que possibilita a política. Ainda assim, a comunicação não é garantia de compreensão, mas sim de comunicabilidade. A compreensão é subjetiva e, como já dizia Agamben (2015, p. 18), “se há uma língua, é porque ali há muitos e se há uma potência de falar, então não pode haver um único ser que a fale”. O pensamento humano não pode ser atualizado sem a relação comunitária – portanto, sem a comunicação. Por isso, Agamben (2015) diz que a tarefa da espécie humana é a de realizar incessantemente toda a potência possível do intelecto por meio, a princípio, da contemplação – isto é, perceber seu entorno; ato estético – e, em seguida, em função do agir sobre este meio, o que pode ser interpretado como a prática política. O pensamento, enquanto potência do ser humano, vincula-se diretamente com as formas-de-vida que a comunicação é capaz de fazer tocar através do contato com a comunidade. Prova-se que a potência de pensar influencia diretamente a organização política no desenrolar do convívio social em uma comunidade, já que a política nasce justamente dessa potência geradora de novas formas de circulação de possibilidades de formas-de-vida.

Acreditando, portanto, que a política tem sua base fundamental na estética e entendendo que a manutenção desta política se dá por meio das trocas simbólicas na partilha do sensível cotidiano – que, por sua vez, suscita a potência do pensar – o design mostra-se como um agente político, porque instiga a potência do pensar desde o projeto ao agenciamento da forma final do produto. Atribui-se ao design a construção e mediação da carga simbólica, por meio de diversas mídias, que baseia a leitura de realidade dos sujeitos.

### 3 A POTÊNCIA DO DESIGN NA CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DO ESPAÇO

*“O espaço habitado do homem é também o seu inimigo, a partir do momento em que a unidade desumana da coisa inerte é um instrumento de sua alienação.”*  
Milton Santos, 1986.

Quando Vladimir Safatle (2018b) discorre sobre os circuitos de afetos e sua influência na conformação de cenários e governabilidades por meio dos afetos e suas afecções, evidencia que essa dinâmica só se torna possível graças a forma de vida que temos estabelecida hoje, oriunda da individualização neoliberal. Isso significa que a governabilidade exercida hoje é fruto direto da organização dos sistemas dos possíveis instaurada pelo capital, isto é, a gramática dada de ordem social que dita o que é ou não é possível e que, dentro da lógica liberal, da ordem através das possessões de cada um. O estabelecimento dessa dinâmica de vida é proporcionado graças a intensa influência dessa forma de vida hegemônica propagada pelo espetáculo<sup>9</sup> inerente na sociedade. Considerando que o sistema capitalista se instaura profundamente nas sociedades, impulsionando a globalização e, por consequência, a aderência de seu sistema de maneira generalizada em virtude de sua busca por lucro, essa relação só se torna possível quando a sua “regra do jogo” passa a fazer sentido para outras comunidades, gerando, assim, a aderência dessas sociedades a tal sistema. Mas, como bem explica Foucault (2005, p. 148), “se o poder só tivesse a função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalçamento [...] se apenas se exercesse de modo negativo, ele seria muito frágil. Se ele é forte, é porque produz efeitos positivos a nível do desejo”. O desejo é o que garante a anuência de sociedades ao sistema capitalista que tanto as exploram. O desejo se constrói, portanto, na lógica da individualização tratada por Safatle (2018b, p. 17) como

a maneira silenciosa de definir a figura do indivíduo defensor de sua privacidade e integridade como horizonte, ao mesmo tempo último e fundador, dos vínculos sociais. A defesa da integridade individual, não significa, no entanto, apenas a elevação da conservação da vida à condição última de legitimação do poder. Integridade significa aqui também a soma dos predicados que possui e que determinam a minha individualidade, os predicados dos quais sou proprietário.

O desejo é, portanto, a constituição do sujeito enquanto ser, e o “ser” na sociedade de democracia liberal é essencialmente individualista em seu sentido de possessões de predicados. Considerando que a política liberal se pauta na definição de que “o homem novo é definido pela

---

<sup>9</sup> Termo de origem do livro “A sociedade do espetáculo” (DEBORD, 2013).

procura de seu interesse, pela satisfação de seu amor próprio e pelas motivações passionais que lhe fazem agir”, o estabelecimento desses interesses baseia-se essencialmente em um jogo de identificação e concorrência do desejo do outro, colocando assim, o outro sempre como um “invasor em potencial” (SAFATLE, 2018b). Assim, se constitui a sociedade moderna capitalista e neoliberal. A base desse sistema volta-se, invariavelmente, para a compreensão do sujeito enquanto alguém pertencente ao corpo social de seu território, o que o coloca nesta configuração individualista de ter para ser. Suas propriedades privadas lhe configuram enquanto alguém, mas apenas o desejo de ser alguém é que lhe motiva a perseguir suas conquistas. Quem o “homem moderno” quer ser? O espetáculo da forma de vida hegemônica lhe confere essa imagem de desejo oriunda da identificação e concorrência do outro.

Na intenção de avaliar esse desejo implantado que materializa toda uma ordem de aderência a um sistema econômico extremamente desigual, bem como a aderência a específicas formas de vidas, o Design encontra-se em um espaço de mediação de forças de poderes dentro da sociedade, em suas convivências e relações.

Por essa premissa, encara-se o Design como um “dispositivo”. Esse termo vem dos estudos de Foucault e é comumente empregado para definir veículos de forças de poder em suas diversas possibilidades de materialização. Uma boa definição de dispositivo é a empregada por Agamben (2009, p. 28-29) em que o define resumidamente como

um conjunto heterogêneo linguístico e não-linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos. O dispositivo tem sempre a função estratégica concreta e se inscreve sempre numa relação de poder. Como tal, resulta do cruzamento de relações de poder e de relações de saber.

E acrescenta ao ponto de vista de Foucault que o dispositivo pode vir a ser qualquer coisa. Assim, o Design pode ser considerado um dispositivo, para o fim de analisar suas capacidades de veicular linhas de forças oriundas de poderes em constante disputa dentro do espaço social. Considerando que a nossa democracia liberal é constituída pela individualização dos sujeitos, o design prova-se como peça de grande predominância na construção dos desejos de individualização da sociedade. Para ser capaz de perceber tal capacidade, a observação das dinâmicas de força exercidas pelo design ao longo da história auxilia essa perspectiva.

Rafael Cardoso (2000) em sua “Introdução à História do Design” define o design como “referente tanto a ideia de plano, desígnio, intenção, quanto a configuração, arranjo, estrutura” podendo ter o sentido de designar e de desenhar, colocando em cena uma ambiguidade entre

uma instancia abstrata de “conceber/projetar/atribuir e a outra instância mais concreta, de registrar/configurar/formar.” (CARDOSO, 2000, p. 16). A dificuldade de definir o que é o Design ocorre muito em função das várias colocações a que essa área se encontra, já que atua de diversas formas desde sua origem.

O Design passou a ser encarado como uma categoria profissional no século XVII com os primórdios das fábricas, mas só ganhou recorrência e reconhecimento, não por acaso, no século XIX, com a revolução industrial na Inglaterra. Em decorrência da necessidade de organizar a produção, o designer foi colocado na posição de projetista que, para além de garantir uma aparência estética visual atrativa, projetava a lógica de manufatura do objeto de forma a otimizar tempo, mão-de-obra e matéria-prima (CARDOSO, 2000). Com essa divisão do trabalho, o designer surge como um operário habilidoso, que passa a se responsabilizar pelo controle e concepção, suscitando, assim, o designer enquanto profissional liberal. O acontecimento econômico oriundo da revolução industrial é essencialmente marcado pela produção em grande quantidade e rapidez por um custo reduzido, impondo ao mercado consumidor a sua própria demanda e indo contra a lógica de apenas suprir necessidades.

Do ponto de vista histórico e institucional, a industrialização inicia-se como iniciativa estatal, tendo confecções de artigos de luxo, construção naval e armamentista em quase todos os países europeus do século XVII e XVIII. Para além da própria sobrevivência do estado-nação, estas produções contavam com artesãos do território para reunir a produção e garantir a hegemonia do estado por meio de uma área de atuação predominante. No século XVIII, nascem indústrias privadas em polos tradicionais de produções específicas, como é o caso da cidade de Lyon, conhecida como centro internacional de produção de seda na França. Enquanto as iniciativas estatais visavam sua hegemonia, as iniciativas privadas que começavam a surgir percebem nas classes mais populares a possibilidade e o desejo de possuir, por exemplo, louças como as utilizadas pela realeza. Mas, impossibilitadas de adquirir louças chinesas, essas iniciativas abrem um nicho de mercado para a produção de produtos similares a esses. Essas iniciativas privadas passam a investir em tecnologia para a produção desses produtos de maneira barata, possibilitando um mercado da classe média. A natural consequência foi o surgimento de concorrências. Assim, a posição do designer se torna ainda mais requerida, pois percebem que os motivos ornamentais se tornavam um diferencial. A complexidade da fabricação desses artigos vai aumentando, pois a agilidade e a quantidade de produção passam a ser maiores. Essa massificação da produção não apenas abre mercado amplo para uma nova camada social, como, por este mesmo motivo, gera nessa camada o anseio de ter para ostentar,

no sentido de que ter inúmeros artigos inacessíveis até então, lhes tornavam mais nobres, como se ascendessem para mais próximo da realeza.

Dessa forma, o século XVIII foi marcado por quatro transformações fundamentais: o aumento significativo da escala de produção; o conseqüente aumento das fábricas e oficinas; a produção que passa a ser seriada por recursos técnicos; e a crescente divisão de tarefas com especialização de funções (CARDOSO, 2000). De acordo com Cardoso (2000, p. 26),

as transformações desse período dependem muito menos de novas maquinarias do que se costuma imaginar. Devem-se, antes de mais nada, a mudanças na organização do trabalho, da produção e distribuição, ou seja, mudanças de ordem social que tecnológica.

As transformações das revoluções industriais, antes das melhorias tecnológicas, são essencialmente de ordem de mudanças de comportamento das massas, isto é, do comportamento de consumo dessa grande massa que passa a ter acesso ao mercado. No entanto, antes mesmo desse acesso, a ignição dessa mudança é fundamentalmente de ordem do desejo: o desejo de possuir artigos que lhes assemelhassem à aristocracia. Nesse mesmo sentido, a existência e constante ampliação dessas fábricas alteraram drasticamente, por exemplo, o crescimento urbano que, então, atinge patamar inédito na história da humanidade, devido ao êxodo rural que fez com que grandes fluxos de camponeses passassem a se transportar para os centros urbanos em busca de emprego nas fábricas (CARDOSO, 2000). Conforme Cardoso (2000, p. 41),

diversos avanços de ordem tecnológica vieram juntar-se nessa época à ampliação do público leitor, possibilitando não somente a expansão de meios tradicionais como livros e jornais, mas também a criação de veículos impressos novos ou pouco explorados anteriormente, como o cartaz, a embalagem, o catálogo e a revista ilustrada.

Os avanços tecnológicos, para além de suas próprias inovações, geram mudanças no espaço mais significantes que a própria capacitação técnica em si. Isso significa que o impacto da inovação tecnológica atinge a malha social em forma de alteração de hábitos. Na segunda metade do século XIX, em detrimento do grande aumento populacional dos centros urbanos, houve uma massiva ampliação de atividades culturais, dentre elas a veiculação de imagens. O público leitor passa a se expandir em função da convivência que se passa a ter com as mídias visuais, já que o trabalhador das fábricas precisava ser minimamente letrado para compreender os manuais de funcionamento das máquinas. Essa inserção massiva de imagens muda a dinâmica do olhar do sujeito. Prova disso é o impacto da fotografia que altera profundamente o olhar humano, impondo um novo modo de ver o mundo, com seu enquadramento, composição

etc. A proliferação das imagens, ao mesmo tempo que passa a dar significados mais profundos a acontecimentos banais do dia a dia, também banaliza as imagens em virtude de sua produção em massa. Ainda segundo Cardoso (2000, p. 56),

a expansão notável da circulação de imagens e impressos ao longo da segunda metade do século XIX corresponde [...] a ampliação de um público consumidor majoritariamente urbano, geralmente assalariado, cada vez mais alfabetizado e crescentemente fragmentado em termos de classe social, gênero e idade. [...] O surgimento das classes médias na Europa e nos Estados Unidos, e também de uma certa elite urbana no Brasil, trouxe uma relativa democracia da noção de individualidade, ou seja, uma nova disposição de diferenciar e expressar a identidade de cada um ou do grupo, através de opções de leitura, de vestuário, de decoração, enfim, de consumo. [...] O século XIX foi marcado por uma transformação profunda nas relações sociais em que as mercadorias e os hábitos de consumo passam a ser vistos como verdadeiros “hieróglifos sociais” simbolizando a personalidade e demarcando identidades.

A superprodução de imagens, em seu sentido literal de produção massiva, faz com que a comunicação visual tome um sentido muito amplo, gerando não apenas uma identificação visual marcada, mas influenciando segregações sociais em função da criação de personalidades. Compreender o que significa “ter personalidade” é decisivo para prosseguir o raciocínio aqui. Segundo Vladimir Safatle (2018a, p. 21-22) – que estuda a teoria de Lacan – o conceito de personalidade é explicado pelos estudos psicanalíticos de Lacan como “dinâmicas de socialização visando à individualização”. Essa perspectiva vem da teoria de que a personalidade “se forma a partir da socialização do indivíduo no interior de núcleos de interação como a família, as instituições sociais, o Estado” e que, portanto, a personalidade é formada por uma genealogia de internalizações de processos de identificação oriundos da socialização. Por isso para Lacan a socialização é uma espécie de alienação, porque a identificação provoca a mimese de “modelos ideais de conduta socialmente reconhecidos e encarnados em certos indivíduos”.

Por isso, a personalidade aqui significa um específico modo de individualização do sujeito na sociedade, indicando a aderência às formas de vida, e que, neste caso aqui tratado, a forma de vida primordial e hegemônica: a liberal, constituída por possessões de propriedades privadas, sejam elas palpáveis ou não. Em outro trecho, Rafael Cardoso (2000, p. 57) discorre sobre o signo que essas possessões passam a ter:

A preocupação com a aparência – primeiramente, da própria pessoa e, por extensão, da moradia – como indicador do status individual, serviu de estímulo para a formação de códigos complexos de significados em termos de riqueza, estilo e acabamento de materiais e objetos. Para atingir os padrões convencionados, fazia-se cada vez mais necessário a intervenção de um profissional voltado para esses aspectos do projeto. Egresso do seu anonimato na fábrica ou na oficina, surge nessa época uma nova figura do designer como profissional liberal: um homem (quase sempre) que

compartilhavam das mesmas origens e dos mesmos gostos de consumidores que buscavam nessas produções, mais do que uma simples qualidade construtiva, uma afirmação da sua identidade social.

A produção do designer já não significava apenas um projeto que otimizasse tempo, matéria prima e mão de obra, como inicialmente se via, mas, agora, o design volta-se para a definição identitária do sujeito. A senhora que investia no papel de parede de sua casa, ou o executivo que investia em sua mobília assinada, não o faziam por sua utilidade de uso, isto é, seu valor de uso apenas, mas sim por seu valor de troca. O valor que lhe é atribuído quando se tem posse especificamente daquele artigo. A posse desses artefatos os torna quem eles são e quem eles almejam ser.

O design teve o seu papel nessa reconfiguração da vida social, contribuindo para projetar a cultura material e visual da época. [...] O trabalho do designer pode ter surgido organicamente do processo produtivo e da divisão de tarefas, mas sua consagração como profissional viria não do lado da produção, mas do consumo. Foi o reconhecimento proporcionado pelo consumo moderno que projetou o designer para a linha de frente das considerações industriais. (CARDOSO, 2000, p. 66).

Dessa forma, explicita-se que a posição do designer e do design em si está situada num espaço de organização de identidades sociais, dando-lhes personalidades a fim de lhes abrirem possibilidades de ser, desde que tenham o que lhes possibilitem “ser o que almejam”, isto é, em seu cerne: poder aquisitivo. Desse modo, incita-se o consumo dos produtos produzidos em massa; as demandas surgem de fora, e não mais de dentro, – por exemplo: para ser uma mulher forte, é preciso usar a calça jeans que aquela atriz veste na revista; para se passar uma boa imagem, é preciso fumar.

A comunicação visual se torna a própria essência do que Debord (2013) trata de “espetáculo”. A sociedade que, por si mesma, cria um espaço ficcional de fatos com valores inseridos, mas que, ainda assim, não deixam de ser fatos, já que efetivamente circulam nos espaços sociais e propagam essa camada ficcional por meio da própria sociedade em atuação. Assim, é possível ver a potência influenciadora que o design tem, provando que sua existência é fadada à propagação de linhas de forças de poderes em constante produção e transformação. É precisamente por essa constatação que se fundamenta a hipótese de que o design é um dispositivo.

Na literatura de Milton Santos (1986), quando ele descreve a relação “essência x aparência” do mundo, em seu livro “Pensando o espaço do homem”, o autor encara que a paisagem do espaço é uma organização que se observa por meio de um conjunto de atributos ou por meio de pontos específicos. Assim, a leitura da paisagem é sempre uma negligência do

todo porque sempre serão frações da realidade; portanto, acessamos apenas uma aparência do que realmente vem a ser a realidade, e a carga simbólica que uma cena e sua composição podem conter é decisiva para a sua interpretação e compreensão. A leitura é negligenciada porque não é possível fazer uma leitura completa do que se vê. Há uma genealogia dos fatos em que a paisagem não é capaz de abarcar.

Como exemplo de como essa carga simbólica é sempre maior do que o que se vê, pode-se citar a Bauhaus. Santos explica como a lógica mercadológica se instaura até mesmo no conhecimento, pontuando a Bauhaus como um grande exemplo de como “as ideias são *designed* antes de serem fabricadas, onde já não representam as coisas tal como elas existem; procuram criar uma nova existência pela fabricação de objetos dotados de uma finalidade submetida à lei do mercado.” (SANTOS, 1986, p. 24). Neste trecho é possível perceber a crítica direta que o autor faz às adaptações de moradia que o modernismo se propõe, não seguindo demandas humanas, mas apenas ciências duras como normas técnicas de ergonomia e custo-benefício em prol da garantia de adequação fabril e orçamentária que acabam por negligenciar o humano.

Tal crítica vem do fato de que esse movimento, ainda que tendo em mente uma abordagem social, priorizou uma adaptação ao mundo da indústria e do dinheiro. Pela teoria de Lupton (2008) sobre a Bauhaus, o movimento tinha em mente a “tentativa de identificar uma linguagem da visão”, onde “a forma visual era vista como uma escrita universal e trans-histórica que falava diretamente a linguagem do olho e do cérebro.” (LUPTON, 2008, p. 27). O que se teve foi uma significativa perda de expressividade em prol de “modelos universais” e da “semantização universal”, na intenção de dar a cada coisa o seu devido lugar segundo uma lógica puramente científica que atravessa a subjetividade humana de tal forma que já era possível pensar uma “arquitetura sem arquiteto” maquinal como uma programação calcada em códigos operacionais (SANTOS, 1986). Essa perspectiva serviu para fomentar a produção em massa e a standardização da indústria da construção, glorificando o repetitivo e a reprodução mais rápida do capital. O que se vê é um design que precede ao invés de suceder (SANTOS, 1986).

A Bauhaus, segundo Lupton (2008) visava uma comunicação universal e, para tanto, apoiou-se na compreensão do corpo e da cognição para entender como poderia materializar essa padronização. Santos (1986) pontua que essa perspectiva é oriunda da lógica mercadológica de transformar tudo em valor de troca. “É o objeto manufaturado, carregado de significações “atribuídas”, falseado por uma significação das coisas para além das próprias coisas; é a arquitetura como *mass-media*, prenhe de intencionalidade e de simbolismo.” (SANTOS, 1986, p. 24). A ideologia dominante se engendra nas produções de tal forma que até mesmo as ideias

mais inovadoras ainda são submetidas a seu julgo. “Técnicas ou estratégias para organizar materiais textuais e pictóricos, estabelecendo bases para uma escrita visual no qual os signos seriam abstratos na forma e universais no conteúdo – um código gráfico que apelaria diretamente a percepção.” (LUPTON, 2008, p. 27).

Como haveria de ser, cada cultura tem sua organização de códigos de acordo com suas realidades e espaços. Dessa forma, como Lupton (2008, p. 27) pontua, “as estratégias do design não são absolutos universais e sim geram, exploram e refletem convenções culturais”. No entanto, a força hegemônica e, praticamente, universal do capital influencia muito dessas organizações simbólicas justamente por seu vasto alcance global que compõe as convenções culturais calcadas em uma instância social fantasmagórica do capital. Dessa forma, o “espetáculo” (DEBORD, 2013) que compõe o campo social – naquela lógica de colocar em tudo um valor de troca – faz com que, naturalmente, o significante já seja em si um significado (SANTOS, 1986).

A característica da elaboração simbólica [...] está em que ela se exerce sobre os símbolos que ocupam um lugar de outra coisa, que representa um referente, ou seja, outra realidade. O símbolo é presente, mas a realidade à qual ele remete pode ser presente ou ausente, passada ou futura, existente ou tão-somente possível. (SANTOS, 1986, p. 24).

Isso quer dizer que essa elaboração simbólica da atividade do designer nada mais é que uma projeção para além da circunstância do objeto que, por convenção social, passa a ser uma “entidade autônoma” que se estabelece sem conexão com seu contexto. Um símbolo pronto, enlatado e alienado a seu meio (SANTOS, 1986) – como Debord (2013) pontua sobre a atuação do espetáculo social, que só atua como tal por meio da aderência da sociedade a essa lógica individual. Por isso, Santos (1986, p. 25) fala que “não é o sujeito que se engana, mas sim a *realidade* que o engana”, porque, inicialmente, no espaço social, já há uma construção fantasmal que o leva a ver de determinada forma, e o design, sendo essa instância de elaboração do que se vê – podendo ter base de pesquisas que auxiliam no alcance de um público-alvo específico –, torna-se um grande aliado dessa construção simbólica, em vista do envoltório artificial em que o planeta hoje é tomado pela produção em massa de coisas e imagens. Se é artificial, é *designed*.

De acordo com Santos (1986, p. 25), “os locais de trabalho, de estudo, de lazer, o quadro de nossa vida cotidiana, são concebidos como mercadorias, para seduzir e atrair o consumidor. Na verdade, todos esses rostos se resumem num só, o da mais completa fetichização”.

Tudo o que a mão humana produz, portanto, é carregado de intencionalidade. É símbolo de uma intenção, ainda que seu significado não seja estável. O projeto de design sempre pede uma interpretação. Sua imparcialidade é inalcançável, pois qualquer mediação que faça traz consigo construções anteriores que levam consigo linhas de forças oriundas de poderes que disputam hegemonia constantemente em nosso cotidiano. Por esse fator, o design é um dispositivo. E por esse motivo, o designer deve tomar consciência do que produz e da epistemologia de seu produto. Essa questão faz parte de um pensamento crítico, filosófico e ético da profissão, em vista da amplitude de significações que os produtos do design abrangem. Isto é, toda a camada artificial do mundo.

### 3.1 O DESIGN COMO NARRATIVA DA SUA PARCIALIDADE

*“A comunicação humana tece o véu do mundo codificado, o véu da arte, da ciência, da filosofia, da religião, ao redor de nós, e o tece com pontos cada vez mais apertados, para que esqueçamos nossa própria solidão e nossa morte, e também a morte daqueles que amamos.”*

Vilém Flusser, 2017.

Compreender como o design consegue atuar na construção simbólica do meio de tal forma é compreender que toda a construção de mundo é oriunda de sistemas de símbolos organizados em códigos a serem captados e decifrados. Quando Hegel (2009) fala da estética, explica que toda leitura da natureza está fadada a uma artificialização, porque observar a natureza é dar-lhe significados e essa atribuição de significados é, necessariamente, uma criação subjetiva de cada um em prol de uma ordenação; de uma compreensão do que se vê a partir do que se sabe. Flusser (2017, p. 86) explica que “o objetivo do mundo codificado que nos circunda [é] que esqueçamos que ele consiste num tecido artificial que esconde uma natureza sem significado, sem sentido, por ele representada”. A transformação do que se vê em uma compreensão, isto é, em uma organização é, necessariamente, a conversão de estímulos estéticos em códigos a serem interpretados. A comunicação se dá, essencialmente, por meio desses códigos criados entre os seres humanos e que, portanto, é fruto de um processo artificial. A comunicação só se dá por meio de “artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos” (FLUSSER, 2017, p. 85) e, por isso, é artificial. No entanto, nos acostumamos com essa artificialidade que passa a permear toda a nossa existência com muita naturalidade e, então, os códigos passam a fazer parte de nós como se fossem algo orgânico.

Após aprendermos um código, tendemos a esquecer a sua artificialidade: depois que se aprende o código dos gestos, pode-se esquecer que o anuir com a cabeça significa apenas aquele “sim” que se serve desse código. Os códigos (e os símbolos que os constituem) tornam-se uma espécie de segunda natureza, e o mundo codificado e cheio de significados em que vivemos (o mundo dos fenômenos significativos, tais como o anuir com a cabeça, a sinalização de trânsito e os móveis) nos faz esquecer o mundo da “primeira natureza”. (FLUSSER, 2017, p. 86).

Assim sendo, tudo ao nosso redor é potencial para ser interpretado, e essa conversão de símbolos acontece na capacidade de significar o mundo por meio da imaginação – isso quer dizer que se trata da capacidade de “reduzir as circunstâncias quadridimensionais do mundo, em cenas” que sintetizam um conhecimento, capacitando também o movimento contrário de decodificação de cenas em “substituição das circunstâncias.” (FLUSSER, 2017, p. 93). Segundo Flusser (2017, p. 129),

a linha que está na ilustração [...] arranca as coisas da cena para ordená-las novamente, ou seja, para contá-las, calculá-las. Ela desenrola a cena e a transforma em uma narrativa. Ela “explica” a cena na medida em que enumera clara e distintamente cada símbolo isolado. Por isso a linha (o “texto”) significa não a circunstância diretamente mas a cena da imagem, que, por sua vez, significa a “circunstância concreta”. Os textos são um desenvolvimento das imagens e seus símbolos não indicam algo diretamente concreto, mas sim imagens. São “conceitos” que significam “ideias”.

Dessa forma, toda a compreensão de mundo que temos ocorre, em resumo,

como propósito de promover o esquecimento da falta de sentido e da solidão de uma vida para a morte, a fim de tornar a vida vivível. Esse propósito busca alcançar a comunicação na medida em que estabelece um mundo codificado, ou seja, um mundo construído a partir de símbolos ordenados, no qual se represam as informações adquiridas [ao longo da vida]. (FLUSSER, 2017, p. 93).

Apesar do aparente pessimismo que marca essa fala, o ponto de vista de Flusser (2017) tenta retirar toda a carga simbólica que compõe nossa compreensão de vida, mundo e existência, na intenção de, justamente, explicar como tudo o que entendemos como o mundo, de forma naturalizada e incorporada em nossa constituição de “ser”, nada mais é que um conjunto de construções simbólicas. Essa perspectiva coloca em crise a condição do “saber” já problematizada por Michel Foucault em seus estudos, cujas pesquisas, como um todo, giraram em torno da compreensão das linhas de forças existentes na sociedade em função de poderes que disputam hegemonia em nosso cotidiano. Entendendo que toda a compreensão de mundo é baseada em uma construção simbólica, Foucault (2005) coloca em crise a compreensão de “verdade”, já pontuada anteriormente por Nietzsche, propondo uma genealogia da história e do

saber. “Ver historicamente como se produzem efeitos de verdade no interior de discursos que não são em si nem verdadeiros nem falsos.” (FOUCAULT, 2005, p. 7).

Quando Foucault (2005) coloca em crise o que é a verdade, o faz porque acredita ser uma construção argumentativa e histórica que estabelece “verdades” com fatos, mas que, na verdade, devem ser questionáveis. O autor defende este ponto de vista porque acredita que a propagação de um fato com verdade é resultado de uma força de poder hegemônica que se estabelece no discurso e em sua veiculação, tornando um ponto de vista do “fato”, mais propagado e justificado, ganhando a alcunha de “verdade”. As evoluções tecnológicas, como a imprensa, fizeram com que linhas de forças de poderes circulassem com mais facilidade, circulando os efeitos de poder de forma adaptada, contínua e “individualizada” em todo o corpo social (FOUCAULT, 2005, p. 9). Por isso, o autor propõe um esquema de genealogia da história a fim de averiguar a proveniência dos fatos para rastrear dissensos e lacunas que emergem da batalha de linhas de forças de poderes na configuração da “verdade”.

A configuração da verdade manifesta-se, de maneira geral, no estabelecimento de normas sociais e padrões de existência, isto é, as formas de vida. Por isso a pesquisa de Foucault se volta tanto ao corpo e suas construções sociais, porque é especificamente no corpo que se dão os efeitos do poder e composição da sociedade. Para tanto, compreender os artifícios aos quais o poder se beneficia para sua circulação é que possibilita a compreensão dessa ordem de construções de verdades que estabelecem toda a coesão social de uma sociedade. Entender que o poder não se resume apenas à repressão muda completamente a perspectiva da dinâmica de manipulação que as linhas de forças do poder podem vir a exercer. A aderência a essa manipulação se dá justamente por sua oferta de benefícios que criam vínculos. “O enraizamento do poder, as dificuldades que se enfrenta para se desprender dele vem de todos esses vínculos. É por isso que a noção de repressão à qual, geralmente se reduzem os mecanismos do poder, me parecem muito insuficientes, e talvez até perigosa.” (FOUCAULT, 2005, p. 149).

É preciso pontuar que “o poder não está centralizado no aparelho do Estado, mas sim em mecanismos de poder que funcionam fora, abaixo, ao lado dos aparelhos de Estado de forma cotidiana.” (FOUCAULT, 2005, p. 153). Por isso, a construção do saber é toda engendrada de mecanismos de força que constituem a hegemonia de poderes, construindo fatos, cenários e realidades, estabelecendo normas e formas de vidas que instauram a hegemonia desse poder. Toda veiculação de comunicação, em seu sentido mais geral, isto é, toda a formação de símbolos e códigos, está fadada ao domínio de uma força de poder que, em algum lugar de sua genealogia, foi estabelecida tornando em o que ela é. A literatura de Foucault é de grande importância para colocar em questão o quanto do que temos como fato realmente o é.

Saber que em tudo há linhas de forças disputando a hegemonia do poder baseia a necessidade de se construir e desconstruir críticas acerca dos significados das coisas do mundo, para que não propaguemos mais força a sistemas que nos exploram e espoliam. Nesse sentido, a posição de designer tem grande responsabilidade na construção dos símbolos, por isso que nos esclarece a compreensão da influência que se manifesta no formato final do produto *designed*, afinal, não é possível ser imparcial. Toda narrativa tem sua parcialidade e é preciso refletir sobre esses posicionamentos que produzimos enquanto trabalhadores da significação e influência de identidades da sociedade. Quais os impactos disso? Até onde essa programação afeta? O melhor a se fazer a respeito disso é aceitar essa condição e tomar como partida um lugar de análise ao invés de analisar sem tomar lugar, como se isso fosse possível. É fundamental ter conhecimento de seu lugar, de seus circuitos de afetos e “bolhas sociais”.

#### **4 A COMPREENSÃO DE REALIDADE BASEADA NA CONSTRUÇÃO ESTÉTICA**

A superfície do meio carrega em si várias informações que passam a fazer parte do nosso dia-a-dia, nos auxiliando a interpretar o mundo conforme demandas surgem. Fazemos a todo momento análises do espaço para compreendermos nosso entorno, criando assim uma interpretação que se revela como nossa forma de ver esse meio, mostrando que essa análise pessoal se forma como a própria construção de realidade que cada um tem em si. Essa construção ocorre sob várias influências oriundas de relações de forças de poder que permeiam o espaço e a sociedade de forma geral. Sendo assim, parte-se da compreensão do que se entende por estética, já que toda essa captação de informações do espaço nasce desse movimento perceptivo do qual a estética se ocupa em estudar. Hegel (2009) explica que o espaço, uma vez percebido, já não é mais enquadrado como algo intocado pelo ser humano, porque dessa percepção nasce uma interpretação que gera compreensão do que se vê, fazendo com que a imagem do natural – correspondente ao que não tem interferência humana – seja, na verdade, uma interpretação oriunda do observador que, por este motivo, desassocia o natural do que é intocado pelo ser humano, já que esta interpretação já profana este ideal sagrado de natural. Portanto, monta-se a problemática de que tudo o que se percebe é uma construção subjetiva acerca do meio. Essa construção é única de quem observa, sendo assim, abre demanda para o entendimento sobre a construção da imagem que se tem do meio, que virá a constituir a noção de realidade do sujeito.

A relação do sujeito, do espaço e da interpretação do que se vê, presta-se a esclarecer a interligação desses pontos por meio da estética, isto é, de estímulos captados pelo corpo por meio do espaço, que se tornam responsáveis por perceber a legibilidade que o espaço tem. Para tanto, o livro de Lynch (c1960) – “A Imagem da Cidade” – esclarece essa forma de leitura da superfície que se revela como material interpretativo e constitutivo da construção de fatos que cada um faz, evidenciando-se o grande peso da significação do que se salta aos olhos na legibilidade do meio. É a partir dessa significação que algo no espaço passa a chamar a atenção do observador; este que, percebendo uma característica específica, lhe atribui uma interpretação, fazendo com que essa informação passe a constituir seu acervo de dados para identificação do espaço. Esses dados orientam na construção de novas interpretações do que está ao seu redor, e assim as pessoas se movem conforme suas convicções pessoais, pautadas nessas leituras de realidades das quais construíram por meio de experiências e memórias, formando uma espécie de cartografia subjetiva que norteia suas movimentações e que, ao longo desses movimentos, consequentemente, atualizam essas definições do que é o real.

A afecção do meio dentro do sujeito é, por sua vez, o que apreende sentido pela inteligência. Silva (2014) coloca em pauta a construção da significação por meio da análise dos imaginários feita a partir de uma vertente psicanalítica que considera as pulsões como uma forma de influência que atua na construção do sentido do que se vê. A construção do significado e como essa construção acaba por gerar uma cadeia de influências consecutivas, pode atingir um espaço macro do social passando a instigar significados homogeneizados a respeito de um mesmo ponto, podendo, portanto, ser detectado em um grande raio da sociedade por meio da fantasmagoria urbana. Esta fantasmagoria pode ser interpretada como uma imagem que a sociedade faz, como um processo de abstração resultante de crenças pessoais que tomam proporções grupais. Já as fantasias cidadãs são manifestações de sujeitos em âmbito coletivo, que levam a detectar os imaginários urbanos: pulsões que instigam significados específicos a um nível urbano.

Entendendo a estética como uma instância imaterial da realidade que age afetando o sujeito por meio do sensível<sup>10</sup>, parte-se do estudo sobre o belo<sup>11</sup> na arte, em que Hegel (2009) categoriza esta instância (o belo) em duas: o belo natural que corresponde às formas naturais do mundo, sem interferência do ser humano; e o belo artístico, que corresponde ao que já tem uma configuração que parte do ser humano. Sendo assim, Hegel (2009) explica a predominância do belo artístico por considerar que o belo natural é intrinsecamente ligado ao belo artístico, uma vez que para perceber e compreender a beleza do natural é preciso interpretação, e esta é uma interferência do ser humano sobre o natural. O belo natural, sem a interpretação proveniente do belo artístico, nada mais é que um conjunto da natureza que desempenha uma função necessária, tal qual o ser humano desempenharia a função de sobreviver apenas. É a cultura que possibilita a nós significar e reconhecer a natureza, ainda que intocada pelas mãos.

Essa categorização elencada por Hegel (2009) pode ser compreendida como o entendimento de que tudo o que vemos precisa ser decodificado, passando por uma articulação de significados proveniente do observador para que ele alcance a coerência do que se vê. É deste mecanismo de apreensão do que se vê – de forma geral: do que se sente e é captado pelos afetos – que a estética se ocupa, e é por esse motivo que a estética é considerada uma ciência: porque ainda que ela não se ocupe de um objeto de estudo material, sua existência imaterial é evidente por meio da tradução da atividade cognitiva do ser humano em formas e representações que cada sujeito faz para a interpretação de seu meio. Portanto, partindo dessa breve

---

<sup>10</sup> Por sensível entende-se a capacidade que o ser humano tem de sentir; de ser afetado.

<sup>11</sup> Que tem forma; que desperta sentimentos.

apresentação de estética, entende-se que toda compreensão do que é externo ao corpo passa pela interpretação estética responsável por garantir uma coerência pessoal das imagens em cada sujeito e demais sentidos que lhe tocam o sensível. Compreende-se que a leitura da cidade passa também pela teoria da legibilidade que Kevin Lynch (c1961) fez para compreender como acontece a captação e organização do meio quando o sujeito se locomove pela cidade.

É especificamente graças a essa estrutura de compreensão do meio que se é possível ter uma compreensão do que vêm a ser fatos. A busca por compreender o meio se pauta especificamente na interpretação das informações que nosso corpo é capaz de apreender do meio. Dessa forma, a compreensão do meio é completamente oriunda da estética, o que a coloca num lugar subjetivo. Portanto, é conveniente afirmar que a noção de fatos é, da mesma forma, uma compreensão única e pessoal.

#### 4.1 A POLÍTICA COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA

Considerando que a política naturalmente se ocupa “do que se vê e o que se pode dizer sobre o que é visto; de quem tem competência para ver e qualidade para dizer e das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo”, Rancière (2020, p. 17) entende que, por esses motivos, a política tem sua base na estética, uma vez que é a política que organiza essa convivência conjunta no mesmo espaço; sendo a política um produto da estética.

O autor explica essa divisão do espaço como “A partilha do sensível”, e entende essa partilha pela coexistência de partes comuns e privadas que se delimitam umas nas outras (RANCIÈRE, 2020). É a partilha do comum e, ao mesmo tempo, de partes exclusivas. Essa repartição do sensível torna-se então, para além do materialismo do território, uma partilha de espaços, tempos e atividades que vão determinar como essa partilha ocorrerá, porque é uma relação de coexistência. Percebe-se, então, que se trata da partilha, literal, do sensível – naturalmente do âmbito da estética – ou seja, do espaço-tempo em que pessoas coexistem sendo afetadas pela estética e tudo mais que engloba esse coexistir palpável ou não. A estética, então, se mostra como uma forma que delimita o que se dá a sentir, ou, em outra perspectiva, é um dispositivo que proporciona interpretação e sensação do meio, dos fatos, da cidade, do público e da política, dentre outros. Portanto, é a estética quem define na política, o que está em jogo como forma de experiência.

Para além dos argumentos que associam a estética à política, a própria autonomia de escolha que caracteriza a potência humana do pensar transforma a própria vida em algo político, evidenciando mais uma vez o caráter político não apenas da convivência em sociedade, mas

dos próprios corpos ante a sociedade. Agamben (2015), quando explica o conceito de formas de vida, explica que a capacidade do ser humano de poder efetuar escolhas lhe dá a capacidade de conseguir gerar múltiplas formas de viver e que essas formas são potências, porque nenhum comportamento humano é puramente instinto biológico, o que evidencia que as escolhas humanas demandam consciência, isto é, demandam pensamentos oriundos de reflexão. Por mais que haja hábitos repetidos e propagados por toda uma geração, esta ação é unicamente derivada da escolha pessoal do agente – alienado ou não –, transformando esta ação em uma possibilidade, já que quem a executou o fez por ser uma possibilidade de o fazer ou não. Esta escolha dada em fato consumado, dá ao agente da escolha uma característica personalizada proveniente de sua prática, isto é, uma forma de vida, forma esta estética aos olhos e sentidos de quem vê e é afetado por tal decisão. Por isso, Agamben (2015, p. 14) associa essa capacidade de escolha à busca pela felicidade: “O homem é o único ser em cujo viver está sempre em jogo a felicidade. Porém, isso constitui imediatamente a forma-de-vida como vida política”. Esta vida política nada mais é que, novamente, a partilha do sensível, pois dentro de um mesmo espaço, a figura do outro também é percebida e interpretada, compondo também a partilha do sensível.

Considerando, então, que a estética atua delimitando o que está em jogo no âmbito do sensível, agindo no campo dos sentidos pessoais de cada um, entende-se que essa mediação ocorre justamente pela manutenção da percepção de ordem do imaginário. Em função disto, é possível entender como ocorre uma censura pela interiorização da norma, dentro do próprio sujeito, determinando sutilmente o que lhe cabe sentir e perceber. Entendendo essa lógica, compreende-se como a estética influencia na construção da imagem do espaço no sujeito. Percebe-se, portanto, que a estética e a produção de imagens realmente podem ser uma parte essencial em estratégias políticas de diversas escalas e origens.

#### 4.2 A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA COMO ESTRUTURA SOCIAL

Quando Lynch (c1960) fez sua pesquisa sobre a imagem da cidade, tinha o objetivo de entender qual seria a melhor forma organizacional que proporciona uma melhor convivência no espaço. Lynch tinha em mente que a cidade possuía o potencial de ser agradável e harmoniosa, e que, quando atingisse tal configuração espacial de harmonia, teria a capacidade de gerar em seus cidadãos adjetivos mais amistosos a seu respeito, visto que, na época em que fez sua pesquisa – e ainda hoje – as características mais recorrentes a respeito da cidade eram negativas, relacionadas aos seus caos formais e organizacionais, aos seus perigos constantes, à

sua poluição e demais desagradados que possam ser apanhados. Percebendo, então, que a forma harmoniosa vem fundamentalmente da satisfação de quem a utiliza, Lynch percebeu que teria que recorrer aos sujeitos que transitam pelos espaços da cidade para entender o que seria uma forma harmoniosa para uma quantidade significativa de pessoas, abrindo espaço para a identificação de sua metodologia e teoria urbanística. Nessa jornada pela opinião subjetiva de variadas pessoas, a chave metodológica da pesquisa estaria em entender como ocorrem as captações e organizações dessas experiências de locomoção pela cidade.

Qualquer que seja o espaço, o ser humano sempre encontrará “legibilidade”: maneiras de se situar no meio em decorrência de seu instinto de sobrevivência – prova disso são as navegações que, mesmo tratando da imensidão homogênea dos oceanos, sem características particulares para se basear, não foi impedimento para a criação de rotas marítimas. Isso acontece porque, seja qual for o espaço, sempre se encontram formas de se basear. No caso das navegações, a identificação de padrões nas constelações e o uso de bússolas possibilitaram a circulação entre continentes. A legibilidade, portanto, é o reconhecimento e a organização espacial em uma estrutura coerente, tendo por objeto de análise a superfície do meio, com a finalidade de estruturação e identificação deste meio ambiente para possibilitar a orientação nele.

O processo de apreensão e interpretação que se tem pela legibilidade gera a imagem mental como uma síntese da leitura feita desse meio e, ao mesmo tempo, essa legibilidade também se baseia no acervo de imagens mentais anteriores, já constituídas por leituras anteriores que seguem a basear o sujeito em suas leituras. Esse contato que acontece entre superfície externa e o sujeito internamente apresenta o movimento da “percepção”, que corresponde à ação ou efeito de perceber e compreender o sentido de algo por meio das sensações e do conhecimento, e a “inteligibilidade” que, por sua vez, corresponde ao que se pode entender, depreender sentido, que, atuando conjuntamente, são as responsáveis por captar estímulos sensíveis do meio. Isso atesta que esse processo de leitura se dá diretamente vinculado à experiência e à memória – ou seja, formas sociais inscritas no sujeito – já que a leitura é diretamente vinculada a outras informações que agregam na formação da interpretação do externo ao sujeito. A orientação, então, se mostra como uma forma imagética de organização do espaço, onde a boa apreensão de estímulos claros da superfície da cidade, forma uma imagem mental com mais informações contidas em si, proporcionando uma relação mais harmoniosa entre indivíduo e meio, pois, diante da facilidade de associações oriundas da leitura do meio, estimulam-se igualmente laços afetivos com o espaço. A prova prática disso é a análise do que seria o oposto da legibilidade, ou seja, a falta de legibilidade total que resulta na completa

desorientação<sup>12</sup>, trazendo consigo o sentimento forte de vazio e desamparo. Portanto, a imagem mental torna-se uma espécie de cartografia que se constrói por parâmetros subjetivos oriundos de significações que cada sujeito atribui ao meio.

A imagem mental é constituída a partir da percepção, como já foi dito. No entanto, essa construção se dá por meio de sugestões de distinções que o observador – influenciado por seus objetivos – seleciona e organiza, dando sentido ao que se vê. Organizada, esta imagem mental limita e enfatiza o que é visto no espaço, gerando uma coerência a partir da percepção – evidenciando que a percepção tem condições particulares para a captura de informações – portanto, tratam-se de imagens mentais que variam de observador para observador, ainda que estes observem a mesma realidade. A coerência acontece sob o que o observador atribui à imagem mental. Sendo assim, a estrutura dessa imagem acontece já filtrada pelos objetivos pessoais de quem observa. Essa organização da coerência é feita por meio de três componentes que atuam conjuntamente e ao mesmo tempo: a “Identidade”, que identifica um aspecto geral tornando o lugar distinguível; a “Estrutura”, que corresponde à relação do espaço com o observador, ou seja, é o aspecto específico da paisagem que salta aos olhos, afeta o sujeito, possibilitando a demarcação de uma característica específica que, por sua vez, marca aquele lugar; e, por fim, o “Significado”, que é o que consolida uma relação com o observador e o espaço, fazendo com que uma característica específica do espaço salte aos olhos por conta, especificamente, de algum significado que trace essa ligação com o observador, criando um enredo para a percepção. Esses três componentes são responsáveis pelo gerir de imagens mentais, portanto, um espaço com qualidades físicas que fomentam a definição de identidade e estrutura garantem no sujeito a Imaginabilidade<sup>13</sup>, que lhe dá condições de imaginar a imagem mental.

Portanto, as pessoas se adaptam aos seus meios e constroem estruturas de organização com base em suas experiências sociais, compondo suas realidades e cotidianos. A superfície do meio é importante para quem nela circula, porque este influencia na percepção e construção mental do espaço em cada sujeito. Armando Silva (2013, 2014), em seus livros sobre imaginários urbanos, entende a natureza subjetiva da construção da imagem, trazendo um viés psicanalítico a fim de entender como essa construção de significado se faz no dia a dia.

#### 4.3 A EXPERIÊNCIA, O INCONSCIENTE E A IMAGINABILIDADE

---

<sup>12</sup> Isto é, que deixou de possuir orientação; que perdeu o caminho certo; sem rumo.

<sup>13</sup> No sentido de carga de significados que estruturam uma imagem.

Nessa estrutura fundadora da imagem mental, portanto, temos a imaginabilidade (conjunto de informações que formam o significado) diretamente ligada à cognição perceptiva do espaço, caracterizados anteriormente como “identidade, estrutura e significado”, estes que trabalham conjuntamente e ao mesmo tempo, gerando a imagem mental. Entendendo, portanto, que a geração da imagem mental depende deste conjunto perceptivo de caráter extremamente subjetivo, outro nível de investigação se torna necessária: a psicanalítica, para entender como acontece essa parte subjetiva do mecanismo de percepção e interpretação da leitura do espaço que gera a imagem mental. Se a imagem mental tem fundamentalmente caráter subjetivo – porque baseia sua construção diretamente a experiências pessoais do observador –, a significação que revela uma interpretação da imagem mental e, por sua vez, do espaço, é diretamente ligada aos afetos que tocam e influenciam o sujeito, marcando seu inconsciente. Portanto, para prosseguir com o raciocínio, é preciso definir o que se entende por imaginários.

Pela argumentação de Silva (2014, p. 13), os imaginários são o oposto do simbólico<sup>14</sup>, “embora não signifique que possamos conhecer o imaginário sem elaboração secundária, sem códigos”. Sendo assim, é possível aproximar o imaginário ao desejo como impulso, ao sentimento anterior à compreensão racional que o sujeito faz. É desse impulso de origem subjetiva de cada sujeito, baseado em uma bagagem de experiências pessoais, que vem a imagem mental discutida por Lynch (c1960) com função de síntese, tomando agora, mais especificamente, a forma de “significação da imagem mental”. O imaginário, então, se mostra como um primeiro material imagético do inconsciente em que, posteriormente, se agregará significados, gerando interpretação. A imagem mental é o resultado desse mecanismo de percepção complexo. Por seu caráter de pulsão, a imagem que corresponde ao imaginário é desprovida de significação consciente, porque é um impulso imagético anterior à sua interpretação. Esta imagem, quando ganha significado, torna-se simbólico, o que explica porque imaginário e símbolo são opostos complementares de uma mesma ordem linear. Portanto, entende-se por “simbólico a elaboração secundária e por imaginário, as marcas [...] tudo o que é anterior a palavra; é o desejo como impulso.” (SILVA, 2014, p. 14). Sendo assim, no andar pelas ruas de uma cidade, a leitura dessa superfície evoca no interior do sujeito a primeira imagem fundamental de reconhecimento do meio, direcionando-o para seu devido intuito por meio da interpretação dessas informações em associação com suas experiências e objetivos pessoais. O “Imaginário”, portanto, é o grande responsável pelo emergir do inconsciente na leitura do espaço, ocorrendo, mais especificamente, durante o processo cognitivo de percepção.

---

<sup>14</sup> Significado atribuído à imagem/forma.

De maneira prática, o imaginário são imaginações que, ao longo de toda a história da humanidade, se fizeram presentes e com extrema importância para a origem de nossas ordens sociais fundamentais – como, por exemplo, a noção de deus –, mostrando como o imaginário “é capaz de afetar os modos de simbolizar aquilo que conhecemos como realidade” (SILVA, 2014, p. 34), atuando diretamente na leitura e compreensão do espaço. Silva ainda explica que, segundo Castoriadis (1965 apud SILVA, 2014, p. 54), imaginário seria a “capacidade de fazer surgir como imagem algo que não é, e que nem foi”. No entanto, ressalva que, se tratando da malha social, “o imaginário coletivo faz vir à tona o que já está lá, socializando-o por aceitação grupal.” (SILVA, 2014, p. 34). Ou seja, apesar de se tratar de algo que não é e nem nunca foi, quando este imaginário ganha aceitação do coletivo, no sentido de que passa a ser uma verdade pessoal de muitas pessoas que observaram e chegaram a conclusões similares, este, ao invés de se provar falso, prova-se mais verdadeiro e forte ao ponto de se manifestar no corpo social até mesmo como fantasia cidadã<sup>15</sup>, atuando ativamente na realidade e revelando verdades profundas dos sujeitos, ainda que estas sejam infundadas ao serem confrontadas em uma linha de raciocínio empírico – por isso, o imaginário se aproxima tanto da dimensão estética. Portanto, para a avaliação de imaginários, é adequado tratá-los tal qual tratam-se mitos: “classificá-los a fim de entender como se comportam uns com os outros e então averiguar por que vivem assim.” (SILVA, 2014, p. 35).

Entendendo que o imaginário atua na percepção da legibilidade do meio (mais especificamente no ato da criação de coerência da imagem mental, à nível do inconsciente), constata-se que a imagem mental acaba por ser muito afetada pelos “cruzamentos fantasiosos da construção social e passa a ser incorporada pelos cidadãos reais da cidade.” (SILVA, 2014, p. 35). Isso quer dizer que, quando há uma reputação bem marcada sobre um determinado caso – por exemplo, uma rua com reputação de perigo –, isso se torna uma influência à nível do imaginário, se integrando à formação da imagem mental, baseando-a e direcionando essa síntese do espaço baseada na reputação de perigo da rua. Uma vez que uma quantidade significativa de pessoas passa a ver um lugar de uma determinada maneira (normalmente em decorrência de alguma forma de propagação de informação em massa, por exemplo, jornais ou boatos), esse lugar adquire uma determinada característica perante a percepção urbana oriunda do coletivo, concretizando a construção imaginária urbana e atestando que o imaginário afetou o simbólico. Dessa forma, não se vê o que está adiante, mas sim o que se imagina coletivamente

---

<sup>15</sup> Isto é, quando uma interpretação pessoal do espaço gera um movimento perceptível materialmente no espaço, gerando também a influência dessa interpretação em outras pessoas que tem contato com esse movimento materializado no espaço.

e acaba assim por nos ser imposto como percepção (SILVA, 2014, p. 35). Assim, se desenha uma censura não pelo fato de ocultar pelo brusco corte, mas pelo “adestramento” do que se pode ser visto, mostrando-se como uma censura a nível estético, moldando o que se faz visto.

A essa construção do imaginário é que se pode atribuir o toque direcional da estética como dispositivo<sup>16</sup> abordada por Rancière (2020), uma vez que essa construção não se dá aleatoriamente, baseando-se em “regras, representações, formações discursivas e sociais profundas de intensa manifestação cultural” (SILVA, 2014, p. 36), em outras palavras: normas oriundas de convenções sociais. Evidencia-se que a produção de imagens é essencial em qualquer estratégia política, utilizando o controle da estética que direciona o que se dá a ver e a sentir. Pelas palavras de Silva (2014, p. 37), “assim nos aproximamos desses jogos simbólicos da psicanálise, que colocaria a censura em uma instância psíquica com poder para bloquear as pulsões a partir da interiorização da norma social”.

Isso faz com que o ato de ver passe por um filtro de normas sociais impostas ao longo da vida por meio de diversas mídias, fazendo com que não se veja propriamente com os olhos, mas sim pelos imaginários que nutrem as visões, onde a cognição de olhar para a superfície da cidade atua sob uma censura velada que age diretamente na percepção. É a essas influências normativas que Foucault chama de “dispositivos”. Portanto, o imaginário acaba por se manifestar em três níveis: a inscrição psíquica, que corresponde à inscrição de imaginários que o sujeito constitui dentro de si; a inscrição social, que corresponde à inscrição de imaginários que se monta em um nível coletivo a respeito de um determinado assunto ou lugar; e a inscrição tecnológica, que é a inscrição imaginária que se propaga pelos veículos de mídia, agindo predominantemente como meio de influência. Essas três instâncias de inscrições de imaginários apresentam a proporção que os imaginários ganham dentro do campo de percepção, visão e compreensão da sociedade, podendo ter a força de criação de realidades.

Entendendo que a estética, enquanto instância de compreensão dos estímulos sensoriais do ser humano, baseia a compreensão da realidade e, conseqüentemente, da dinâmica política das sociedades, é inevitável a conclusão de que a construção psíquica da interpretação do mundo tem por ignição as afecções. Tal perspectiva se baseia centralmente no sujeito que, como explicado, constrói em si a sua compreensão de mundo baseada fundamentalmente na sua subjetividade, isto é, memórias e experiências, ligando a compreensão de mundo ao seu particular julgamento desses episódios, sob influência de diversas linhas de forças de poderes

---

<sup>16</sup> “Um conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, regulamentos [...]. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre esses elementos”. (AGAMBEN, 2009, p. 29).

que atuam nesse julgamento sorrateiramente definindo normas e padrões. Agamben (2015, p. 18) consegue contextualizar bem quando coloca o pensamento oriundo do afeto como nexo da constituição das formas de vida, isto é, o pensar acerca de escolhas possíveis é o que molda a forma de vida do sujeito, este que estará escolhendo em função de sua felicidade e, por este mesmo motivo, a forma de vida é irremediavelmente uma vida política. Enquanto houver escolhas em função da felicidade, deverá haver discussão sobre o que é melhor para o bem comum. “A cidade se constitui em comunidade para que os homens vivam nela juntos e bem.”. (AGAMBEN, 2015, p. 14).

#### 4.4 OS CIRCUITOS DOS AFETOS

Se é inquestionável que o sujeito pauta sua forma-de-vida em afetos que lhe tocaram, é de grande importância o contexto a que este sujeito está inserido e seu fluxo de informações propagadas. Percebe-se que as formas-de-vida vão se dar a partir da influência de outras formas de vida hegemônicas, porque estas vão propagar costumes e hábitos, naturalizando normas em formas de ser, isto é, as possibilidades possíveis para ser. Este cenário na escala macro apresenta-se como uma ordem de circulação das organizações sociais que, conseqüentemente, atingem o contexto político, em vista de que a política necessariamente demanda corpos para sua atuação. “Se não é possível pensar a instauração política sem apelar às metáforas corporais é porque, na verdade, constituir vínculos políticos é indissociável da capacidade de ser afetado, de ser sensivelmente afetado, de entrar em um regime sensível de *aisthesis*.” (SAFATLE, 2018b, p. 19).

Assim, considerando nossa condição de sociedade em um modelo econômico neoliberal, a condição de sujeito sob a premissa de “indivíduo” o coloca em uma instância de ser intrinsecamente e diretamente ligada à posse de predicativos constitutivos de sua identidade, tal qual a propriedade privada. Essa perspectiva estabelece um fluxo de ordem baseado na constante iminência de invasão e despossessão que o outro, em suas liberdades, pode vir a ter sobre o indivíduo. Segundo Safatle, quando Pierre Dardot (apud SAFATLE, 2018b, p. 17) define o sujeito da política liberal como “o homem novo definido pela procura do seu interesse, pela satisfação de seu amor-próprio e pelas motivações passionais que lhe fazem agir”, explica que essa compreensão dos desejos coloca em cena uma espécie de

jogo social de identificações e concorrências, pelo desejo do desejo do outro. O que pode nos explicar por que a liberdade tal como compreendido em sociedades cujo modelo de inscrição se dá a partir da determinação de sujeitos sob a forma de

indivíduos é paga pela definição do outro com uma espécie de “invasor potencial”. (SAFATLE, 2018b, p. 17).

Essa dinâmica social explicita um afeto político central baseado no medo, seja ele “medo contínuo da morte violenta, da despossessão dos bens, da invasão da privacidade, do desrespeito à integridade de meus predicados” (SAFATLE, 2018b, p. 17) como forma de coesão social. Este sentimento de “pânico frio”<sup>17</sup> evidencia um circuito de afeto que interliga a sociedade, dando corpo à política. Esse afeto essencialmente neoliberal só alcança sua força de coesão porque tem como base sujeitos individualizados que não só creem, mas que demandam proteção do estado, e que, sem tal proteção, serão despossuídos de seus predicados, isto é, perdem seus bens, o que – sob tal ponto de vista – consequentemente desestrutura a unidade de identidade que compõe sua compreensão enquanto pessoa e enquanto forma-de-vida. Assim, o estado assume a posição de “bombeiro e piromaniaco”, protegendo e lembrando dos perigos que podem vir a assolar a população se o poder não estiver sob o domínio do Estado.

Mas, como pode haver tal desejo de dependência e subordinação? Por que desejar ser colocado em servidão? Um dos primeiros teóricos a questionar-se sobre isso foi Étienne de La Boétie com seu “Discurso da servidão voluntária” ainda no século XVI:

É o povo que se escraviza, que se decapita, que, podendo escolher entre ser livre e ser escravo, se decide pela falta de liberdade e prefere o jugo, é ele que aceita o seu mal, que o procura por todos os meios. Se fosse difícil recuperar a liberdade perdida, eu não insistiria mais; haverá coisa que o homem deva desejar com mais ardor do que o retorno à sua condição natural, deixar, digamos, a condição de alimária e voltar a ser homem?

Mas não é essa ousadia o que eu exijo dele; limito-me a não lhe permitir que ele prefira não sei que segurança a uma vida livre.

Que mais é preciso para possuir a liberdade do que simplesmente desejá-la? (LA BOÉTIE, 2006, p. 10-11).

Por essa perspectiva, La Boétie (2006) coloca sobre o ser humano a demanda instintiva e natural de querer sua própria liberdade como demanda absoluta do constituir-se enquanto ser humano, ser dotado do potencial de pensar. Dessa forma, compreender esta circulação afetiva do medo na sociedade neoliberal que, pela base da constante iminência de ser violentado, instaura a demanda de cuidado em vista dos perigos do mundo. Assim, se dá o desejo de servir, isto é, o desejo de alienar-se nesta ordem social em detrimento de ter que admitir a dependência criada pelo sistema. Dessa forma, o sistema explora e, garantindo uma estabilidade e

---

<sup>17</sup> Termo empregado pelo filósofo e urbanista Paul Virilio (1993) para abordar o constante sentimento de que a qualquer momento um ataque terrorista possa acontecer, em detrimento da liberdade de decisão do estado em, por exemplo, bombardear o Iraque sob alegação de defesa nacional.

fetichizando objetos e a conquista de bens como algo fundamental à constituição humana, o sujeito se deixa explorar pacificamente. Essa constante de desamparo instaurada é o que, segundo Freud, torna-se chave para a emancipação, pois é a partir da constatação deste desamparo, oriundo do medo e de seus veículos de afecção, que mora a capacidade ou de alienar-se em função do medo e da angústia, ou de emancipar-se em busca de mudança. Para tanto, seu primeiro ponto mora em admitir tal desamparo (SAFATLE, 2018b).

Por isso, a formação do corpo político é dada pela adesão social promovida pelos afetos, gerando determinadas formas de agir socialmente. Um corpo tanto produz afetos como recebe a influência de afetos, e é dessa forma que se constroem as formas de vida com suas gramáticas de normas e possibilidades. Evidencia-se a importância que esse corpo, que é influenciado e que influencia, tem na criação e fortificação dos vínculos, isto é, da política. Essa “encarnação” pode ser desde sindicatos, líderes, de classes e de grupos sociais de forma geral. Conforme Safatle (2018b, p. 20),

uma encarnação não é necessariamente uma representação, mas um dispositivo de expressão de afetos. Sendo assim, podemos pensar a política a partir da maneira como afetos determinados produzem modos específicos de encarnação, porque nem todas as corporeidades são idênticas.

Considerando que o corpo social construído pelo liberalismo é baseado no medo e na esperança, esse corpo político tende a ser paranoico, com medo de tudo o que venha a colocar em risco seu equilíbrio e predicados. Safatle (2018b) pontua aqui que um contraponto desse corpo paranoico pelo medo é a afecção da esperança, em vista de que quem tem medo necessariamente tem esperança, pois ter medo é uma mesma linha temporal do esperar que algo de ruim talvez não ocorra, isto é, esperança; bem como a esperança em si também teme que algo de bom não aconteça. Dessa forma, esses dois afetos são ligados diretamente na mesma temporalidade. Por isso, a subjugação pelo medo não pode ser baseada apenas no medo, mas também numa esperança de superação, êxtase e gozo, colocando o corpo político numa posição de constante projeção e alienação. Situam-se constantemente num horizonte de expectativa. “Sempre o tempo da espera que nos retira da potencialidade própria ao instante.” (SAFATLE, 2018b, p. 21).

O desamparo enquanto angústia e alienação próprios do medo cria vínculos e adesão social pela desposseção. De acordo com Safatle (2018b, p. 21),

estar desamparado é deixar-se abrir a um afeto que me despossei dos predicados que me identificam. Por isso, afeto que me confronta com uma impotência, em seu sentido

de alta de alcance de se sentir pleno e contemplado pela realidade que é, na verdade, forma de expressão do desabamento de potências que existem para produzir sempre os mesmos atos, sempre os mesmos agentes.

Ser despossuído, nesse caso, é abrir espaço para fingir não estar despossuído (alienação), e assim não ter que lidar com o desamparo e com seu conseqüente sofrimento ou para uma nova mudança (emancipação) em vista do esvaziamento de identidade, que exige uma nova postura de hábitos e conseqüentemente novo modo de interpretação dos fatos. Uma nova forma de vida. Dessa forma, a constante despossessão oriunda do desamparo faz com que corpos permaneçam em errância, sem adesão a certas formas de vida por contingência, incapazes de estabilizarem seus próprios movimentos. Essa categoria pode ser bem compreendida com a massa de manobra que, por permanecerem em constante mutação, aderem a pautas que lhes parecem fazer sentido ainda que momentaneamente, isto é, parecem garantir-lhes a proteção de seus predicados; tal qual as descartam logo que surge uma melhor. A existência dessa massa sem discernimento ideológico, que age pela demanda primordial da proteção de seus bens, é o que possibilita a manobra da massa, pois a qualquer argumentação que lhes garanta suas possessões, estes aderem a pautas, porque não pensam de maneira sistêmica. Assim, o poder dos afetos mostra-se de grande importância no cenário da partilha do sensível e, no entanto, estes são comumente colocados numa esfera de irracionalidade que compromete a democracia, ainda que seja impossível “purificar” a política, dos afetos.

A sociedade, naturalmente composta por sujeitos (indivíduos), organiza-se em grupos sociais por meio da circulação de afetos – especificamente pela influência oriunda da atuação diária da sociedade que, por “ser”, fortalece e estabelece os limites sociais. Para que uma forma-de-vida se torne predominante, ela necessita tocar a afecção de muitos. O afeto, por sua vez, é quando alguma coisa chega a alguém a partir dos sentidos e, por meio de sua apreensão estética, gera um raciocínio. Percebe-se que uma sociedade, na verdade, é baseada em “um sistema de reprodução material de formas hegemônicas de vida [...] que tem como força de adesão a contínua produção de afetos que nos fazem assumir certas possibilidades de vida a despeito de outras.” (SAFATLE, 2018b, p. 16). Safatle (2018b) propõe que a análise de afetos que geram força de adesão de determinadas formas-de-vida pode ser uma grande chave para a compreensão de certas naturezas do comportamento social, revelando que uma sociedade na verdade é fortemente influenciada por circuitos de afetos.

A gestão da circulação de afetos por meio de sentimentos é mais bem compreendida quando se leva em conta o contexto capitalista neoliberal vigente em nosso tempo. Se a premissa do neoliberalismo é gerar corpos livres e autônomos, é preciso entender como esse

sistema funciona: se o ponto de partida da formação identitária do sujeito moderno é a sua liberdade e autonomia, instaura-se uma atmosfera de ameaça de uns contra os outros. De forma tácita, instaura-se uma circulação do medo “da morte violenta, da despossessão dos bens, da invasão da privacidade, do desrespeito à integridade de meus predicados em motor de coesão social.” (SAFATLE, 2018b, p. 17). Quando é colocado em jogo a ameaça de que a liberdade do outro invada a minha liberdade, o medo coloca-se como sentimento produzido e continuamente mobilizado, pois – pelas palavras de Hobbes – “de todas as paixões, a que menos faz os homens tender a violar as leis é o medo.” (HOBBS apud SAFATLE, 2018b). O medo da punição estatal institui no outro a esperança da punição e proteção do Estado – paralisa quem imagina invadir o outro, bem como o outro que teme pela invasão. Nessa relação de poder, o estado é elevado à instância mediadora dessas relações sociais.

Anunciar as possibilidades de despossessão a que a sociedade pode correr risco caso atuem em discordância com o estado – que, por sua vez, também atua em paralelo a outras forças de poder por detrás deste – é um mecanismo poderoso de manipulação das massas. Assim, o design torna-se mediador dessa biopolítica em duas instâncias: quando individualiza e quando anuncia a invasão, a despossessão a que projetou anteriormente, isto é, individualiza um sujeito sem suas posses, instaurando um pânico através da projeção imaginária que situa as consequências da vida em sociedades, em especial nas liberais.

## 5 ESPAÇO URBANO E ESPAÇO DIGITAL: PARTILHAS DO SENSÍVEL

Compreendendo que a construção de fatos e, conseqüentemente, da realidade, molda formas de vidas – esta que é intrinsecamente ligada ao que compõe esteticamente ao meio do sujeito - a compreensão da organização e conjuntura social do sujeito se manifesta através de sua compreensão política e, por isto, a construção dessa imagem é extremamente atrelada ao campo de visão dos sujeitos. Em vista disso, o objeto de pesquisa aqui proposto coloca em análise o paralelo da movimentação política digital e urbana dentre as diversas formas que podem se manifestar. A escolha desse paralelo acontece em função de a rua ser o espaço legítimo do povo por seu genuíno caráter público. Os avanços tecnológicos possibilitaram a criação de um espaço, em teoria, tão público quanto a rua: a web, colocando, assim, o mundo digital como praça pública de discussão política. Prova disso é o contexto eleitoral brasileiro de 2018, bem como outros contextos políticos mundo afora, que utilizam dessa plataforma como cenário de massiva campanha e discussão política. Dessa forma, as análises concentram-se em observar a movimentação de *Fake News* e de Design Ativismo em paralelo às movimentações e composições urbanas.

A análise dessa conjuntura nasce da perspectiva de que a comunicação é peça fundamental da discussão e conscientização política, e de que o espaço público é um lugar de muita potência para o debate. Os muros e as redes sociais, com seus prós e contras, acessibilizam temas políticos de forma menos hegemônica. As composições urbanas agregam inúmeras inscrições que compõem cargas simbólicas de teor político, poético, artístico, expondo grande potencial em possibilitar que todos possam inscrever – anonimamente ou por representação de grupos sociais – pontos de vistas acerca do mundo nesses espaços. Sem autoria ou representando grupos, os perfis fazem publicações que questionam politicamente a convivência em sociedade e suas dificuldades, bem como questionam e argumentam posicionamentos políticos em geral, dando espaço para a circulação de afetos. Se tratando de espaços públicos, essa possibilidade coloca no campo de visão de muitos um modo de vida, isto é, interpretações de algo que, então, poderiam vir a influenciar quem por ali circula. A proposta é observar esses dois espaços e suas movimentações simbólico-discursivas, bem como as possíveis interferências entre esses espaços, a fim de perceber tendências de linhas de força comportamentais que compõem cargas simbólicas. Esta observação pretende levantar questões acerca da teoria construída aqui, de forma a analisar tal perspectiva dentro da conjuntura social.

## 5.1 A ECOLOGIA CIDADINA E AS TECNOLOGIAS DO SÉCULO XXI

Quando Milton Santos (1986) dedicou-se a compreender afinal qual era o objeto de estudo da geografia, aventurou-se em uma complexa jornada sobre o que era o espaço. Em seu livro sobre “A natureza do espaço”, Santos constrói uma descrição do lugar, de seus habitantes e das relações destes entre si a partir da análise da materialidade artificial, isto é, de tudo o que constitui nosso espaço depois do aparecimento do ser humano e por meio das criações oriundas destes. Isto engloba toda a ação humana sobre o planeta, o que leva especificamente à produção tecnológica gerada por estes. “As técnicas são um fenômeno histórico” (SANTOS, 1986, p. 18) e é por meio delas que se é possível perceber uma gênese de tempo em decorrência da origem de cada técnica. Perceber este fenômeno significa perceber não somente o nascimento e a origem de uma técnica, mas todo um sistema de ações que envolvem o surgimento e as alterações que ela causa no espaço. As consequências dessas alterações tornam possível a percepção do tempo e de suas variações, tanto quanto do espaço e de suas particularidades.

Evidencia-se, então, que a noção de espaço-tempo é diretamente ligada às construções e consequências das técnicas e de seus contextos que alteram o ecossistema de seus meios. Exemplo disso é a relação de tempo que se altera com as revoluções industriais, fenômeno este que possibilita ver a pertinência das manifestações da literatura árcade com o célebre mote: “*fugere urbem*”. O termo latino, que significa “fugir da cidade”, retrata um sentimento que se fortifica pela conjuntura da época – segunda metade do século XVIII – que já assistia ao início de grandes transformações urbanas e sociais em virtude da gentrificação cidadina que a revolução industrial gerou, culminando na Primeira Revolução Industrial (CARDOSO, 2000). Esse movimento literário é caracterizado por ter como ode o afastamento da vida agitada da cidade e o refúgio no campo.

A técnica é fruto de uma demanda, isto é, de uma limitação e da necessidade de superá-la. A limitação pode ter diversas causas e a técnica nasce, a princípio, como meio de sobrevivência da espécie humana. Se levarmos em conta a fragilidade do corpo humano na era pleistocênica – contexto do surgimento da vida humana no planeta – é possível perceber essa perspectiva de “técnica” de forma mais clara: esta época é marcada por intensas mudanças climáticas, tendo períodos glaciais e de aquecimento global intenso, sendo possível perceber subterfúgios inventados pelas sociedades da época, para adaptação ao meio; tais como as vestimentas. Essa adaptação nada mais é do que um instinto de sobrevivência. Em vista das condições climáticas do meio, a vestimenta adequa a temperatura do corpo ao ambiente. Essa “invenção” mostra-se como uma técnica de sobrevivência, colocando a vestimenta como objeto

técnico, proveniente da técnica de se adaptar termicamente. Da mesma forma que o clima do espaço criou uma demanda de adaptação de sobrevivência no ser humano, o ser humano que se adaptou ao meio também cria um novo contexto. Em vista de sua capacidade de aumentar o bem-estar, a técnica afeta toda a sociedade que a apreende e propaga; bem como as diferenças geográficas de espaços criam demandas diferentes ou soluções diferentes para suas limitações.

Dessa forma, os períodos são marcados por grandes mudanças que se instalam nos espaços, alterando-os continuamente. O próprio espaço altera o ser humano e suas necessidades e demandas, assim como o humano altera o espaço, como é o caso da descoberta do fogo, que marca um grande feito da novíssima humanidade, garantindo-lhe melhores condições de sobrevivência. Há também, por exemplo, a invenção da máquina a vapor, que dá grande impulso à primeira revolução industrial, sendo um marco de mudança estrutural da sociedade e sua cultura.

Para compreender essas camadas de formação social, temporal e espacial, Milton Santos (2000) analisa três categorias do meio: o lugar, o território e o espaço. Para o autor, lugar é onde estão os seres humanos. O ser humano, para sua sobrevivência, necessita atender a algumas demandas fundamentais e fisiológicas, tais como se alimentar, se aquecer, estar protegido de predadores e proteger sua prole, garantindo, assim, a propagação de sua espécie. Para tanto, o ser humano precisa se adaptar ao seu espaço, como explicado anteriormente, e dessa forma ele cria e/ou descobre técnicas que o auxiliam a transpor essas limitações oriundas do meio, isto é, do que é externo ao seu corpo. Essa relação de demandas e adaptações acontecem porque há um lugar e um grupo de seres humanos tornando este espaço em lugar. O lugar é esse pedaço de terra onde se localizam seres humanos, seus grupos e suas demandas, isto é, uma sociedade e seu pedaço de terra habitado.

Augé (2003), quando busca explicar o “não-lugar”, explica primeiramente o que é um lugar, afirmando que este é caracterizado pela existência de relações, história e identidade. Um lugar, para conter essas três características, necessita primordialmente de um grupo social contido em um pedaço de terra, cuja convivência provoca relações entre uns e outros, gerando, assim, a formação de história e, consecutivamente, a formação de identidade. Quando o lugar e sua sociedade se tornam mais complexos, passam a ser também caracterizados como territórios, onde são demarcadas as delimitações de uma determinada área destinada a uma sociedade específica. É a demarcação institucionalizada que é encontrada, por exemplo, nos mapas, mas que não corresponde especificamente à aglomeração social do empirismo do local. Já o espaço pode ser tratado como o meio, isto é, o espaço em que circula o sistema de ações e o sistema de técnicas que alteram o pedaço de terra, transformando-o em um lugar. O espaço é

esse eterno ciclo de mutações constantes baseado em demandas e adaptações que surgem, impulsionando a mudança constante para a adaptação constante.

Entendido o que é o espaço, técnica e suas dinâmicas de movimentação, é possível perceber a relação entre tempo e espaço, porque baseamos uma organização de tempo a um conjunto de períodos com mesma característica – por exemplo: um dia tem o conjunto de 24 horas; uma semana tem o conjunto de 7 dias; um século tem o conjunto de 100 anos, e as quatro estações do ano têm como conjunto a divisão climática e seus efeitos – propiciando, assim, a compreensão de diferentes períodos conforme suas diferenças estéticas. Essas diferenças são percebidas esteticamente porque são captadas por meio da percepção dos sentidos do corpo humano – tato, olfato, visão, paladar, audição – que vão desde mudanças climáticas, variações de luz e cores, cheiros, texturas, até variações mais complexas como mudanças de hábitos, vestimentas, organizações sociais e perspectivas filosóficas. Assim, períodos são marcados por contemplarem um recorte de tempo marcado por algum tipo de unidade formal. Portanto, a técnica é grande divisora de águas no quesito tempo-espaço, porque se é a técnica que atende a demandas do espaço por meio de, efetivamente, alterá-lo em seus diversos espectros; a técnica nada mais é do que a própria mudança estrutural de toda a sociedade presente no lugar, pois ao alterar o espaço social, ela altera toda uma organização estética deste espaço. No mesmo momento em que atende a demandas anteriores, a técnica cria novas demandas, desenrolando-se em uma nova órbita de relações entre sujeito e seu espaço social, alterando a forma de leitura deste meio; recodificando as apreensões sensíveis da leitura do espaço.

Essa perspectiva acerca da técnica é clara quando observarmos, por exemplo, a conjuntura contemporânea de espaço-tempo que vem se desenrolando desde o estabelecimento do capitalismo – atual modelo econômico de grande parte do mundo. Esse modelo econômico destaca uma mudança social de grandes proporções oriundas da técnica, isto é, fruto do desenvolvimento tecnológico: quando o estado passa a agrupar artesãos em prol de um mesmo ofício, visando o comércio exterior de monarquias, inicia organizações fabris de manufatura em massa (CARDOSO, 2000), que se desenvolvem no rompimento com o feudalismo e que, ao mesmo tempo, passam a alterar o espaço em grandes proporções. No trecho a seguir, Marx e Engels (2014, p. 108), em seu manifesto, explicam a introdução do sistema capitalista nas sociedades feudais, evidenciando as conquistas tecnológicas que foram impulsionadas por essas demandas que se instauraram nas sociedades:

A descoberta da América, a circum-navegação da África criaram um novo terreno para a burguesia ascendente. O mercado das Índias Orientais e da China, a colonização da América, o intercâmbio com as colônias, a multiplicação dos meios de troca e das

mercadorias em geral deram ao comércio, à navegação, à indústria, um impulso até então desconhecido, e com isso um rápido desenvolvimento do elemento revolucionário na sociedade feudal em decadência. O modo de funcionamento da indústria, até então feudal ou corporativo, não era mais suficiente para as crescentes necessidades dos novos mercados.

Essa conjuntura se desenvolveu na estrutura fabril que infla as revoluções industriais além, é claro, de consagrar o sistema capitalista que, naturalmente, direciona-se para o alcance do mundo, impulsionando mais rapidamente a globalização. Se a demanda de agilidade fez surgir a máquina a vapor, este espaço, em seguida, gera a demanda de mais agilidade em prol de mais lucro com a produção em larga escala e, assim, são alcançados novos avanços tecnológicos, como a energia elétrica, por exemplo. Nessa dinâmica de busca por inovação sob a demanda do lucro, se concretiza de maneira simples o que Santos (1986) explica acerca da técnica e do espaço: um cria e altera o outro incessantemente. Essa mesma premissa de lucro é o que, em muito, fez com que houvesse neocolonizações em busca da exploração de mão de obra barata em outras localidades do mundo (MARX, 2019). Essa necessidade gera a demanda de meios de transporte e comunicação mais dinâmicos. As grandes mudanças urbanas que ocorrem ao longo, principalmente, do século XIX e XX ocorrem em função dessas novas aparelhagens tecnológicas que alteram toda a dinâmica social. “A burguesia não pode existir sem revolucionar continuamente os instrumentos de produção, portanto as relações de produção, bem como o conjunto das relações sociais.” (MARX; ENGELS, 2014, p. 111). Percebe-se, então, que a ecologia citadina é uma construção que se torna cada dia mais complexa, desdobrando-se nos dias de hoje apresentando diversos dilemas da contemporaneidade oriundos dessa transformação do espaço e das influências diretas das tecnologias sobre as relações sociais e construções de sociedade.

A tecnologia do século XXI é uma natural evolução desse cenário dominado pelo capitalismo, que se agiliza mais e mais a cada dia. A grande busca por lucro, isto é, a otimização de tempo e gastos, faz com que a globalização se amplifique obrigando até as nações ditas “mais bárbaras” a “se civilizarem”, como pontuam Marx e Engels (2014, p. 112):

Através da exploração do mercado mundial, a burguesia imprime um caráter cosmopolita à produção e ao consumo de todos os países. Para grande pesar dos reacionários, ela retirou o solo nacional das indústrias. [...] Elas são substituídas por novas indústrias, cuja construção se torna uma questão vital para todas as nações civilizadas; indústrias que transformam não mais a matéria-prima local, mas a das zonas mais distantes, e cujos produtos são consumidos não apenas no próprio país, mas em todas as partes do mundo. No lugar das velhas necessidades satisfeitas pela produção local, entram novas, que reclamam a sua satisfação com os produtos dos mais distantes países e dos climas mais variados.

Como é possível perceber, o capitalismo cria a premissa de que uma nação civilizada é uma nação industrializada; em plena capacidade de estar em livre mercado com o resto do mundo. Toda a transformação de transporte e comunicação acaba sendo um fenômeno de direta ligação com essa demanda de “civilidade” e planificação do mundo. Essa planificação se materializa de diversas formas, como em rodovias, rádio, telefone, transporte aéreo, ferrovias etc., mas nenhuma dessas tecnologias se compara à planificação massiva que marcou o fim do século XX e início do século XXI: a internet.

Se com as revoluções industriais tivemos o surgimento de conglomerados sociais, tornando-os no que conhecemos hoje como as cidades mais modernas e suas delimitações territoriais, seus costumes, culturas e identidades; com a era da internet, toda essa estrutura que se considerava concreta passa a sofrer abalos significativos, evidenciando a potência das estruturas incorpóreas que atuam sobre os territórios. Para melhor compreender como essa instância atua sobre o espaço, é pertinente entender o que é a “fantasmagoria” – termo empregado por Karl Marx (2019) sobre a instância suprassensível que constitui os valores das mercadorias no sistema capitalista.

## 5.2 FANTASMAGORIA SOCIAL E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Por essa perspectiva de camadas suprassensíveis que influenciam o fluxo das sociedades, é de grande importância partir da compreensão do que é “fantasmagoria”, termo oriundo da literatura marxista crítico ao sistema capitalista. A influência desse sistema econômico é tão grande que é impossível não abordar suas constantes criações de demandas em prol da manutenção de sua contínua propagação. Por isso, para chegar a uma boa compreensão dessas camadas suprassensíveis que direcionam a sociedade de diversas formas, parte-se da análise de Karl Marx e de autores influenciados por este acerca dessa perspectiva da realidade.

Ainda no século XIX, quando Marx (2019) escreve seu livro sobre “O capital”, e, em seu primeiro capítulo, dedica-se a explicar o que é a mercadoria, o faz visando entender esta jovem ordem social e econômica que vinha a constituir uma camada predominante da compreensão da realidade. Pode-se dizer que, por este capítulo, Marx se volta à compreensão da construção do espaço social da troca de mercadorias, isto é, à compreensão da construção de valor dos produtos do trabalho humano, bem como dessa específica “dinâmica de comunidade” que passa a se fortalecer em detrimento das trocas de produtos do trabalho individual de cada produtor. É especificamente nessa troca que se trava um contato social, colocando em jogo o

próprio caráter social do trabalho privado – seu valor de troca. É nessa troca que se trava o elo do trabalho social total, isto é, todo o conjunto dos trabalhos privados, materializando o mercado e sua dinâmica fantasmagórica de significados (MARX, 2019, p. 207). É precisamente nessa ação que se estabelece o princípio ficcional a nível social que materializa essa camada fantasmagórica de realidade:

A igualdade plena de todos os trabalhos só pode constituir numa abstração de sua desigualdade real, na redução desse trabalho ao seu caráter comum como dispêndio de força humana de trabalho, como trabalho humano abstrato. [...] Os homens não relacionam entre si seus produtos do trabalho como valores por considerarem essas coisas meros invólucros materiais de trabalho humano de mesmo tipo. Ao contrário: equiparam entre si seus produtos de diferentes tipos na troca, como valores, eles equiparam entre si seus diferentes trabalhos como trabalho humano. Eles não sabem disso, mas o fazem. Por isso, na testa do valor não está escrito o que ele é. O valor converte, antes, todo produto do trabalho num hieróglifo social. Mais tarde os homens tentam decifrar o sentido desse hieróglifo, desvelar o segredo de seu próprio produto social, pois a determinação dos objetos de uso como valores é seu produto social tanto quanto a linguagem. (MARX, 2019, p. 208-209).

Desta forma, a construção da mercadoria é baseada na construção de um símbolo onde seu significado nada mais é do que uma convenção social. “O caráter do valor dos produtos do trabalho se fixa apenas por meio de sua atuação como grandezas de valor” (MARX, 2019, p. 209), pois é impossível transformar o esforço muscular e/ou intelectual (dentre outros), em um número a ser cambiável com outro valor correspondente a inúmeras outras formas de esforço que se materializam em produtos do trabalho. Assim, a mercadoria é envolvida por uma camada invisível, mas percebida por todos, que lhe atribui um valor específico. É pelo caráter invisível, mas sensível, desta camada que se atribui o termo de fantasmagoria em seu sentido de não se materializar, mas se fazer presente. É dessa ordem suprassensível que sai a interpretação de que um objeto tem um valor intrínseco a si, chamado de fetichismo: o produto significa mais do que apenas se vê. Percebe-se que, nesta ordem capitalista, não se alteram apenas o espaço por meio das novas tecnologias que são impulsionadas por essas demandas industriais de produção em massa, mas também os hábitos.

Agamben (2015) relembra – através dos escritos de Marx – a inauguração da primeira Exposição Universal, em 1851, realizada em um palácio inteiramente de cristal. Essas exposições exaltavam as produções industriais e consagravam o sistema capitalista em um formato espetacular, descrito por Marx (apud AGAMBEN, 2015, p. 73) como: “talvez o único edifício no mundo no qual a atmosfera é perceptível a um espectador situado na galeria, na extremidade oriental ou ocidental... as partes mais distantes do edifício aparecem envolvidas em um halo azulado” e acrescenta: “Isto é o primeiro grande triunfo da mercadoria que ocorre,

ao mesmo tempo, sob o signo da transparência e da fantasmagoria”. Apesar de toda uma movimentação estética que impulsionou esta percepção suprassensível, esta organização imaterial foi o que motivou Marx a desvelar o “segredo” da mercadoria e abrir o pensamento a essa camada implantada pelo capital que se oculta, ao mesmo momento em que se expõe (AGAMBEN, 2015). Segundo Agamben (2015, p. 73-74),

sem a identificação desse centro imaterial, no qual o produto do trabalho, desdobrado em um valor de uso e em um valor de troca, se transforma em uma “fantasmagoria... que, ao mesmo tempo, cai e não cai sob os sentidos”, todas as investigações sucessivas de “O capital” não teriam sido provavelmente possíveis. [...] O “devir imagem” do capital não é senão a última metamorfose da mercadoria, na qual o valor de troca, desde então, eclipsou totalmente o valor de uso e, depois de ter falsificado toda a produção social, pode agora aceder a um estatuto de soberania absoluta e irresponsável sobre toda a vida. O Palácio de Cristal em Hyde Park, onde a mercadoria exhibe pela primeira vez sem véu seu mistério, é, nesse sentido, uma profecia do espetáculo ou, antes, o pesadelo no qual o século XIX sonhou o século XX. Acordar desse pesadelo é a primeira tarefa que atribuímos aos situacionistas.

Diante dessa camada fantasmagórica da realidade, o pensador marxista francês Guy Debord (2013) escreve seu livro “A sociedade do espetáculo” a fim de abordar essa instância que paira sobre a realidade, caracterizada como “espetáculo”. O espetáculo, em seu significado literal, corresponde àquilo que atrai o olhar e que representa publicamente algo. No entanto, partindo da concepção já construída até agora acerca da fantasmagoria e do fetichismo capitalista, a argumentação de Debord sobre o espetáculo se concentra sobre a interpretação e compreensão da realidade do mundo moderno com suas condições de reprodução em massa – Industrialização. O autor explica que esta realidade – precisamente a década de 60, época em que publicou seu livro e que, coincidentemente (ou não) propagava-se massivamente o *American Way of Life* – tem em si, em parte, um mundo separado, porque suas imagens não condizem com o mundo real materializado em suas formas, mas sim a um projeto de imagem que é propagado para contemplação. Dessa multiplicação de imagens destinadas à contemplação, se materializa uma nova instância de realidade, na qual tais imagens ganham certa autonomia, impondo seus significados ou invés de ganhar significado do observador. Nessa dinâmica, é possível relacionar grande parte da produção do design e do marketing quando organizam esteticamente a visualidade de algo em função de seu fetiche, induzindo valores e desejos no cidadão inserido na lógica liberal de vida, onde ser é ter. O espetáculo é, portanto, parte da sociedade ao mesmo tempo em que é a própria sociedade e também o seu instrumento de unificação. Isso significa que o espetáculo é parte da sociedade porque está inserido nela por meio da concentração do olhar e da consciência a si. Também é a própria sociedade porque, ao mesmo tempo, a sociedade, afetada e influenciada, propaga o espetáculo,

tornando-se vitrine; e é também unificação dessas perspectivas porque torna-se linguagem oficial desta separação (DEBORD, 2013).

De forma prática, o espetáculo *é parte da sociedade* quando instaura essa camada diferenciada da realidade concreta, como, por exemplo, ter um iPhone: na prática, ter um iPhone é essencialmente ser capaz de utilizar um aparelho como outro qualquer, sendo um objeto técnico que nos auxilia como qualquer outro de qualquer marca, mas convencionou-se que o porte de um iPhone significa mais do que seu uso. Dessa forma, para além de sua materialidade, abre-se uma outra instância da realidade, que aquele aparelho significa mais do que sua utilidade. Esta outra instância que significa este aparelho para além de seus atributos concretos é o que caracteriza essa parte espetacular da sociedade.

O espetáculo é, também, *a própria sociedade*, porque essa atuação, que efetivamente cria outra instância de significado do aparelho, acontece por meio da própria sociedade que propaga tal perspectiva quando, acreditando profundamente nessa verdade, atribui justificativas para tanto e, até mesmo pelo uso, torna-se vitrine dessa perspectiva, que cria aderência à sua causa. Por fim, é a *unificação* dessas outras duas categorizações porque, ao mesmo tempo que é parte da sociedade, haja vista que cria uma outra parte, uma outra camada de realidade para além da concreta, unifica o mundo concreto com essa “ficção” de valores por meio da sua efetiva materialização no mundo concreto (DEBORD, 2013). Isto é: apesar de um iPhone ter a mesma utilidade que qualquer outro aparelho, este tem um valor muito diferente dos outros, bem como um status muito diferente dos outros.

O espetáculo é, portanto, todo um conjunto de imagens que mediam e fazem parte das relações sociais. No entanto, é importante pontuar que apesar de se manifestar por imagens, o espetáculo não é um manipulador da visão e nem produto da técnica de reprodução em massa, apesar de poder se manifestar por meio destes. Não é possível associar o espetáculo a uma manipulação, porque o significado atribuído a essas imagens espetaculares é oriundo de uma construção coletiva da sociedade. O espetáculo não consegue ter um significado premeditado, apenas organizado, podendo influenciar, mas não manipular, pois sua significação é um resultado da visão cristalizada de um grupo social acerca do mundo. “O espetáculo [...] é o coração da irrealidade da sociedade real.” (DEBORD, 2013, p. 15). O espetáculo é, essencialmente, este espaço ficcional que se instaurou no mundo material, criando camadas de significados em cima das coisas que passam a naturalizar-se com essas outras camadas de significados, tornando-se mais do que simplesmente sua forma material.

Em toda a sociedade, há figuras espetaculares influenciando a todo o momento as múltiplas formas de ser, viver e ver o mundo e com a intensificação dos modos de representação

e reprodução, a interpretação da realidade fica cada dia mais comprometida aos parâmetros dos espetáculos. No trecho a seguir, Debord (2013, p. 16) explica como o espetáculo se insere no real, tal qual o real se insere no espetáculo, expondo a perspectiva de que esta instância fantasmal de visualidade da realidade tanto pode vir a ludibriar, quanto esclarecer:

O espetáculo que inverte o real é produzido de forma que a realidade vivida acaba materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, refazendo em si mesma a ordem espetacular pela adesão positiva. A realidade objetiva está presente nos dois lados. O alvo é passar para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real. Esta alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente.

O espetáculo configura-se como essa instância conceitual que recobre a realidade, atribuindo-lhe significados instaurados pelo coletivo, ditas convenções sociais acerca de algo. Essa resignificação guiada pelo espetáculo pode vir a ser sugerida, mas só ganha força pelo engajamento de uma significativa parcela da sociedade que, por meio de sua anuência ao teor da visualidade, reforça seu conceito perante o grupo social. Essa separação entre realidade e imagem faz parte da compreensão de mundo e, a partir da prática social, surge o espetáculo autônomo, que também é, ao mesmo tempo, a totalidade real que contém o espetáculo como finalidade (DEBORD, 2013). Dessa forma, o espetáculo se apresenta como uma linguagem de signos do modo de vida predominante, este que, por sua hegemonia, acaba por propagar e impor suas interpretações – isto é, seus modos de vida que resultam em tais interpretações – estabelecendo o espetáculo como seu princípio e fim. Ainda nessa linha de raciocínio, o autor associa o espetáculo, em muito, à fé religiosa. Essa perspectiva acontece porque, assim como o ser humano foi capaz de construir um enredo religioso que, pela ignição da fé, passava a ter uma materialidade sem forma específica, o espetáculo se apresenta nas sociedades pelo mesmo princípio de conceito fantasmal que envolve a compreensão das coisas.

O meio social é, então, composto por camadas que influenciam as subjetivações e, conseqüentemente, todo um circuito de afetos<sup>18</sup> que propiciam a interpretação do meio e da organização da vida social. Esse movimento que passa a se instaurar na sociedade, influenciando significados e, conseqüentemente, hábitos, pode ser visto hoje na relação dos sujeitos com as telas. Se, antes, essas camadas já se estabeleciam por uma influência de predominância visual que pairava sobre as materialidades, agora, essa influência é também transmitida e projetada massivamente pela luz das telas dentro das casas. A fantasmagoria é

---

<sup>18</sup> Termo referente à teoria de Vladimir Safatle (2018b) que defende que a sociedade é movida por circuitos de afetos, isto é, movimentações sensíveis no cotidiano, que estabelecem hábitos próprios de formas-de-vidas hegemônicas.

este âmbito suprassensível que passa a constituir os significados e interpretações do cotidiano, sobrepondo-se à materialidade das coisas e pessoas.

Pensando o espetáculo na conjuntura contemporânea, que considera o contexto técnico de influência das telas, Augé (2003) explica a relação sujeito-tela ao observar a configuração do espaço e seu usuário, tendo como objeto o lugar. Em sua perspectiva, como já foi abordado anteriormente, um lugar só é um lugar quando nele há história, relações e identidade, e baseado nessa perspectiva, com a dinâmica moderna e contemporânea de relação com a tecnologia, surge o conceito de “não-lugar”. Se um lugar é caracterizado por sua história, suas relações e sua identidade, como avaliar os lugares na contemporaneidade onde os territórios perdem as delimitações e as identidades se misturam em função das relações que não mais se limitam ao que está próximo? A evolução tecnológica que vivemos hoje ultrapassa as barreiras territoriais, mesclando culturas e dando acesso ao mundo e transformando as relações e os lugares.

Em seu livro, Augé (2003) atribui esse fenômeno a três causas: a superabundância informacional, a superabundância espacial e a individualização das referências. A superabundância informacional é caracterizada pelo grande e constante fluxo de informações que foi possibilitado graças às transmissões televisivas, e hoje à internet que potencializa esse trânsito de notícias em tempo real e sem distinção territorial. Ao mesmo tempo, a superabundância espacial acontece quando as localidades diversas do mundo são acessadas por qualquer outra localidade, isto é, quando essas notícias do que acontece ao redor do mundo são dissipadas para todos os lugares, criando uma espécie de acesso a outras localidades que antes eram inacessíveis por conta de suas distâncias geográficas, o que significava inacessibilidade à grande maioria da população. Com a internet, esse fluxo de informação aumenta muito, além de tornar possível a cobertura ao vivo de qualquer pessoa ou lugar. Essa situação gera uma metafórica diminuição do globo, aproximando tudo e todos, e, para além desse fenômeno de acessibilidade adjunto à internet, há também as grandes evoluções tecnológicas de transporte, como os aviões, as rodovias, os carros, os trens super velozes que diariamente transportam facilmente, de um lugar ao outro, várias pessoas que até há algum tempo não teriam tal condição de locomoção viável.

Já a individualização das referências acontece como consequência dessas duas primeiras: o sujeito passa a se pautar na informação que tem acesso, e na possibilidade de poder não apenas ir atrás da informação específica que procura, mas também porque a propagação de informações diversas se massifica, o sujeito passa a individualizar suas referências, isto é, passa a não constituir um pensamento crítico da informação que recebe, porque o acesso à informação

é unilateral, ainda que seja o discurso de outro. Trata-se justamente da diferença entre discurso e diálogo bem pontuada por Flusser (2017, p. 94):

Pode-se afirmar, na verdade, que a comunicação só pode alcançar seu objetivo, a saber, superar a solidão e dar significado à vida, quando há um equilíbrio entre o discurso e diálogo. Como hoje predomina o discurso, os homens sentem-se solitários, apesar da permanente ligação com as chamadas “fontes de informação”.

Quando Agamben (2015) argumenta sobre a importância da comunicação na potência do pensar, pontua bem a importância do diálogo, porque é na troca que se estabelecem os dissensos e o acesso ao diferente. Quando a tela toma essa atmosfera de portal mágico de acesso direto a outros lugares e discursos, não necessariamente propõe um fluxo de trocas, mas impõe um fixo de fatos dados em recortes fotográficos, no sentido de dar uma informação emoldurada, com um cenário recortado e delimitado pelo emissor. A transmissão se transforma em uma extensão de territórios e pessoas, ganhando uma materialidade bidimensional à base de luz. Essa materialidade passa a ser significada tal qual o espaço e as pessoas em si, e nessas condições, a tela é uma verdade.

Percebe-se, aqui, que o mesmo espetáculo a que Debord (2013) se refere, ainda na década de 60, se atualiza junto com os meios técnicos. O espetáculo passa a se manifestar dentro das casas, trazendo o que antes era público para dentro do privado; transmitindo constantemente valores e hábitos, dando ao espectador a comodidade de escolher de que forma prefere ser influenciado. Assim, configura-se o princípio da individualização das referências. No momento em que o sujeito pode escolher o que lhe representa, isto é, o que representa quem este indivíduo se projeta, moldando assim sua opinião sobre o que prefere assistir, ou onde prefere receber suas informações, ou em qual canal prefere se entreter; este escolhe seu nicho de espetáculo. Compreendendo, portanto, o peso que as telas ganham e passam a propagar, elas se transformam em uma espécie de verdade e, pensando por esse ponto, é de grande pertinência abordar o grande impacto de influência que o *Big Data* exerce sobre a população mundial, direcionando notícias e até mesmo *Fake News* para um público seletivo (MOROZOV, 2019).

Percebe-se que as telas ganham uma predominância nas retinas da população, onde passam a construir as experiências que deixam de ser vividas e passam a ser assistidas por esse intermédio da tela. Augé (2003) explica que os não-lugares são frutos dessas transformações, isto é, a experiência do lugar não é mais vivida efetivamente em sua materialidade, mas sim, reproduzida visualmente pela tela, fazendo com que espaços passem a ser frequentados por meio de telas. As transmissões de câmeras de segurança, as transmissões de locais longínquos

por meio da TV são exemplos desse distanciamento do espaço material. A individualização das referências e o acesso ao mundo por meio das telas transforma, em primeiro plano, a percepção dos sujeitos, porque estes passam a construir em si suas interpretações de mundo a partir de um enquadramento escolhido por alguém – alguém que projetou essa circunstância, isto é, designers. Essa situação propicia a construção de uma percepção específica acerca das coisas, já que só se deixa ser visto o que se escolheu. Por outro lado, essa construção da realidade nos sujeitos faz com que os espaços materiais, fora das telas, percam materialidade (VIRILIO, 1993). Isso acontece porque, ainda que um lugar exista com suas particularidades e em seu território, quando, por exemplo, um turista se aventura em um lugar, este já o conhece, porque, ao tê-lo acessado virtualmente, já construiu em si leituras e significados àquelas imagens. Portanto, ao chegar efetivamente naquele lugar, não o conhece, mas sim o reconhece, confirmando julgamentos acerca desse espaço a partir do que já traz consigo desde o momento em que escolhe este itinerário (AUGÉ, 2003). Nessa dinâmica, o sujeito não acessa o lugar de maneira completa, ficando apenas com uma atmosfera superficial do que é tal lugar. Dessa forma, o sujeito, ao frequentar um lugar, não necessariamente o vê como é de fato, mas o reconhece pelos atributos já acessados anteriormente. Simbolicamente, perde-se uma parcela de materialidade do lugar, porque, em vista da grande circulação de sua reprodução, o lugar passa a se definir muito mais por suas imagens – isto é, seu espetáculo – do que por sua própria materialidade (VIRILIO, 1993), fortalecendo a fala de Debord (2013, p. 14) quando diz que “o espetáculo é, em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo”.

A tela passa, então, a formar não apenas um banco de opções de imagens, mas sim toda uma compreensão de realidade de uma determinada localidade, ao ponto de transformar materialmente o uso deste espaço. O que se propaga deste espaço é o que baseia a compreensão do sujeito impossibilitado de chegar ao espaço. Entendendo a dimensão que a tela ganha e diante da conjuntura do mundo contemporâneo, é de grande importância a informação e a educação do público para um pensamento crítico diante das informações que recebem, evitando, assim, a individualização das referências: a alienação, posição extremamente paradoxal, considerando o contexto de intensa abertura à informação.

Percebe-se, então, uma nova dinâmica de relação entre sujeito e espaço, advinda das relações com as telas e suas informações e representações. As informações mediadas pelas telas ganham um espectro de materialidade, sobrepondo-se sobre o real espaço físico representado pela tela. Com a chegada da internet, essa massificação da informação e da representação se potencializa e materializa, de maneira muito mais nítida e prática, a reorganização do tempo-espaço. O sujeito que está em contato com as telas, acessa qualquer lugar, a qualquer momento

– quando não está de fato em contato com outro território, em outro horário, em tempo real – transmissões facilmente feitas por meio de apps como *Instagram* e *YouTube*, acessadas por qualquer localidade e por qualquer um. Esses novos costumes e possibilidades que surgem com os avanços tecnológicos, reorganizam todo um fluxo social que passa a incorporar e naturalizar esses costumes. É especificamente por essas mudanças que a técnica faz no espaço, que é possível não apenas perceber períodos, como também traçar as relações que essas mudanças têm e fazem com toda uma ecologia humana, analisando aqui essas relações dentro da ecologia cidadina a fim de reconhecer como a construção estética do espaço digital e urbano influencia na organização social e, conseqüentemente, na organização política.

### 5.3 O PRODUTO *DESIGNED* E SUAS CONSTRUÇÕES SIMBÓLICAS

Quando o produto do design faz face ao usuário – isto é, sua interação com o usuário – o faz enquanto utilidade de operação que, por sua vez, gera uma reflexão sobre essa experiência de utilização. Esse contato enquanto experiência fica guardado na memória como base de referência para futuros cruzamentos de informações de novas experiências, auxiliando na compreensão contextual do sujeito em sua situação. Victor Margolin (2014), historiador do design, explica que pensar o usuário faz parte da natureza do design, e traça o percurso da experiência do usuário como algo diretamente ligado ao ambiente:

Segundo Dewey, pessoas e objetos constituem o ambiente no qual estamos situados. Esse ambiente não é estático, mas está em constante transformação. Nele nos envolvemos com pessoas e os objetos para criar experiências. O ambiente [...] são todas as condições que interagem com as necessidades, os desejos, os propósitos e as capacidades pessoais para criar a experiência que se tem. (MARGOLIN, 2014, p. 58).

Nesse “ambiente”, se manifesta o espetáculo tratado por Guy Debord (2013). É nessa interação que se apresentam as formas de vida e o “como ser”, “o que querer” que constituem os desejos na sociedade. Considerando que hoje o liberalismo opera, ao menos em alguma parte, em praticamente todas as civilizações; seu formato de economia instaura uma dinâmica de organização social voltada à individualização – isto é, por individualização entende-se uma lógica de propriedades privadas que constituem o indivíduo. Essa forma de vida faz com que até mesmo as experiências também sejam avaliadas como bens privados constituintes de um ser. Para um liberal, o limite de sua liberdade é o outro, portanto o outro é sempre um potencial invasor de seu espaço e liberdade (SAFATLE, 2018b) – ou seja, a propriedade privada transfigura até mesmo conceitos abstratos em bens privados que estão sempre sob o risco de

serem roubados, perdidos ou invadidos. De maneira geral, “ser” é tal qual uma posse de prediados que estão sempre sob o risco de saírem de seus respectivos domínios. Essa dinâmica acontece porque o indivíduo que se constitui de propriedades, se constitui como tal por meio de desejos que são instigados pelo ambiente. Esses desejos geram a concorrência que coloca em perigo essas propriedades privadas ante as desigualdades – que, naturalmente, emergem desse modelo.

É dessa mediação de informações e afetos – dos quais pode-se considerar o desejo, por exemplo – é que podemos considerar o design um dispositivo comunicativo. O design acaba por atuar na propagação da informação que influencia e transfere possibilidades específicas de “formas de vida” para usuários. É por meio do design que o espetáculo debordiano acontece na camada social da vida. Portanto, uma peça *designed* diz muito sobre seu designer – colocação de Margolin (2014, p. 11) pelo trecho: “pensar o design como veículo que revela as intenções humanas na produção do mundo. [...] Objetos projetados são como provas de uma visão maior de como seus designers julgavam que o mundo era ou poderia ser”.

Pensando nisso, essa pesquisa visa chamar a atenção da comunidade acadêmica da área do design, bem como da comunidade de forma geral, sobre as linhas de forças do poder presente nos produtos projetados e concebidos. Essa problemática surge como forma de conscientização sobre esse valor simbólico que acaba se construindo junto com um produto. Como exemplo desse ponto, Bonsiepe (2011, p. 59) aborda essa dimensão simbólica dos produtos com clareza no seguinte trecho em que observa a prática do branding:

O branding trata de problemas de comunicação, visando essencialmente a criação de uma predisposição para valorizações positivas. Assim atribui grande importância aos aspectos simbólicos do design. [...] Inicialmente o valor simbólico da mercadoria era atribuído ao efeito sistêmico das relações de produção. Mais tarde, foi instrumentado conscientemente mediante o design de logomarcas e do branding, adquirindo uma dinâmica própria para transformar ilusão em realidade. Por exemplo, criou-se a água mineral de designer, transformando-a em caro artigo de marca. O valor simbólico realmente transforma-se em valor de troca. Essas palavras comprovam a conexão nefasta da profissão do designer com as coisas caras, rebuscadas, excêntricas e bonitinhas. Fica a dúvida quanto à capacidade do design em liberar-se desse abraço do branding.

O valor simbólico é a forma prática de como ocorre uma circulação de afetos oriundos do projeto de design, expondo como o projeto é a própria narrativa de sua parcialidade, ou seja, a “prova viva” de que um projeto carrega em si pontos de vistas e posicionamentos que se estendem pela materialidade do produto. Por isso a gama de produtos com genuína preocupação sustentável, por exemplo, nascem antes da preocupação de sujeitos acerca de seus futuros, dos futuros de quem amam e conseqüentemente da condição de sobrevivência do planeta que os

abriga; bem como produtos, como mencionado por Bonsiepe (2011) que nascem com a intenção de ser uma espécie de artigo de luxo sem fundamento – para exemplificar com um contraponto.

O produto do design carrega em si uma crença que foi concebida em seu projeto; isto é, uma forma de ver o mundo, bem como um problema motivador que suscita soluções a emergirem em um contexto, situações e ambientes específicos. Quem projeta um projeto é tão sujeito quanto quem o utiliza, e este “autor” tem sua individualidade, suas propriedades predicativas, um meio ambiente formador específico e suas compreensões desse meio – em síntese: individualidade. Por esse sentido, o design é um dispositivo que propaga por meio de si concepções de mundos oriundos de suas origens, tanto territoriais, quanto subjetivas. Margolin (2014) discorre a respeito dessa condição política do design em seu livro sobre “A política do artificial”, onde compila uma série de textos a respeito do design em si e acerca dos estudos em design, alertando para a precariedade em que se encontram, em vista da complexidade de que são. O autor explica que quando o design entra em contato com o usuário – seja qual for sua materialidade – tem sempre duas dimensões de contato: sua dimensão operativa e sua dimensão reflexiva. Sempre haverá as duas dimensões conjuntamente, independente da natureza do projeto.

O designer, ao produzir uma peça, tem um poder em suas mãos e, se considerarmos – como Margolin (2014) conclui em seu livro, ou até mesmo como Papanek (2020) em seu livro “*Design for the real world*”<sup>19</sup> – que tudo que nasce das mãos humanas possui, de alguma forma, projeto e concepção próprios do design; logo toda a artificialidade do mundo é produto do design, bem como toda a humanidade, quando cria, é designer. Quando se afunila um público-alvo, potencializa-se um produto para um nicho específico de formas de vida, – como Bonsiepe (2011, p. 59) abordou acima sobre o branding – o direcionamento de um público visa a “criação de uma predisposição para valorizações positivas”. Essa predisposição só é possível de ser imaginada diante de um contexto de hábitos e coincidências que asseguram tal predisposição. Esse círculo ensaiado de hábitos ocorre devido aos circuitos de afetos que Safatle (2018b) se dispõe a explicar como afetos específicos que fundamentam formas de vida determinadas. Assim, o circuito de afetos é como uma espécie de ambiente ordenado que compõe a realidade de sujeitos a fim de manter uma organização das possibilidades. Essa organização é viabilizada por um senso comum generalizado que reproduz esses códigos vigentes<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> “*Design is composing an epic poem, for executing a mural, painting a masterpiece, writing a concerto. But design is also cleaning and reorganizing a real desk drawer, pulling an impacted tooth, baking an apple pie, choosing sides for a world backlot baseball game, and educating a child.*” (PAPANEK, 2020, p. 3).

<sup>20</sup> Para maior esclarecimento sobre essa dinâmica: em análise introdutória sobre a base teórica de Lacan, Safatle (2018a) explica como a sociedade constitui seu superego – isto é, a parte do inconsciente responsável pela

Portanto, quando um produto é direcionado a um nicho – que pode ser considerado como um grupo de pessoas com formas de vida similares – acaba por reafirmar o mesmo circuito de afetos que já circulam por esses espaços, o que lhes permite uma previsão da recepção. Assim, a identificação do sujeito com essa peça não só sai de uma afirmação do que o usuário pensa, mas reafirma o que ele deve pensar, reforçando a sua individualização à maneira em que são e se identificam com tais questões elevadas pela peça *designed*. É importante ressaltar que se trata de “reafirmar”, e não especificamente “induzir”. Essa perspectiva de indução é inviável, pois o design é incapaz de projetar as recepções oriundas do contato de suas interfaces com o sujeito. O design sugere usabilidades; calcula possíveis resultados com uma margem de erro, mas o usuário sempre será capaz de inventar novas formas de utilidade aos produtos. Por isso, não é possível induzir assertivamente o significado de um produto. Essa consideração acerca da assertividade dos significados dos produtos do design são fruto da escola modernista Bauhaus, como explica Margolin (2014, p. 141): “o slogan reducionista ‘a forma segue a função’ supunha que o uso era um termo explícito, inequívoco. Assim, o significado dos objetos devia ser encontrado em sua relação com um valor que se fundava na crença”.

Essa expectativa de valor que se funda na crença, cria um clima de uniformidade das crenças, tal como uma verdade absoluta que afirma ser possível transmitir uma informação específica por meio de signos específicos. Essa perspectiva, difundida pela Bauhaus, acreditava que poderia haver uma compreensão comunicativa que não se limitasse ao idioma e que para haver essa compreensão por meio da visualidade, defendia a estruturação de uma semântica visual. Apesar de hoje se saber que esse posicionamento já se provou impossível diante das vastas formações sociais, simbólicas e culturais de maneira geral que compõem as diversidades simbólicas do mundo<sup>21</sup>, a evolução tecnológica de produção e difusão em massa faz com que, de certa forma, ocorra essa generalização cultural, muito atribuída à globalização.

Pesquisas, por exemplo, sobre o corpo e sua anatomia fizeram muita fama à escola que, a fim de alcançar explicações nas ciências duras para viabilizar uma semântica visual das produções do mundo, iniciaram grandes estudos sobre a ergonomia (CARDOSO, 2000), mas apesar da potência de qualidade de vida que tais estudos viriam a possibilitar ao nível físico da população, o que potencializa essas pesquisas é o oposto desse bem-estar. Acontece que, com a ascensão da indústria, parques industriais passaram a ser projetados embasados pela

---

internalização de dinâmicas sociais – por meio da mimese social. Ou seja, a partir de internalização e cópia de atuações sociais vigentes no ambiente.

<sup>21</sup> Cf. PATER, Ruben. **Políticas do design**. Tradução: Antônio Xerxenesky. São Paulo: Ubu, 2020.

ergonomia, com áreas de trabalho desenhadas anatomicamente para o maior desempenho produtivo do ser humano. Ao invés de garantir ao ser humano maior qualidade de vida, passa a aproxima-lo ao maquinal (CARDOSO, 2000).

A escola acaba – ainda que com intenções nobres – alimentando as ambições do mercado e da indústria; o que conseqüentemente alimenta o capitalismo liberal – pelas palavras de Bonsiepe (2011, p. 22), “o conceito de mercado que nada mais é que uma cortina de fumaça para não falar pura e simplesmente de capitalismo; termo que não goza de conotações positivas em todos os lugares e estratos sociais”. Por isso é importante a consciência dos impactos do design, a fim de compreender como isso pode afetar a sociedade e também como uma proposta de discussão para emergir novas soluções que considerem as dificuldades e deturpações do capitalismo sobre o design em seus projetos.

#### 5.4 IMPACTOS DO PRODUTO *DESIGNED*

Essa crítica à industrialização promovida pela escola Bauhaus é abordada pelo grande pensador Milton Santos (1986), que argumenta que, ainda que a escola trabalhasse tanto para prover dignidade de vida para todos, utilizava-se da indústria que, por sua vez, negociava com o mercado internacional. Essa dinâmica, segundo o autor, fortalece não só as dinâmicas de poder “proletário x burguesia”, como também importa cultura estrangeira, desconsiderando os impactos na cultura local, o que colabora com uma espécie de semantização visual tal qual a defendida pelos modernistas europeus. A matéria-prima extraída das terras “neocolonizadas” pelas grandes indústrias internacionais com quem se estabelecem mercado, viram novos produtos que, pela cultura estrangeira infiltrada nos países “subdesenvolvidos”, passam a gerar desejo na população local e que, apesar de ter suas riquezas naturais saqueadas, passam a ter poder de compra para comprar os produtos internacionais, oferecidos com essa introdução do mercado internacional.

Tal qual o projeto majestoso da cidade modernista de Brasília, a “forma que segue a função” quando inserida em um contexto social, é ressignificada. Como exemplo, o projeto de Brasília visava uma cidade igualitária e, no entanto, a prática do seu uso ressignificou suas intenções projetuais, tornando Brasília uma das cidades mais desiguais do país (segundo consta pesquisa da Companhia de Planejamento do Distrito Federal (Codeplan) – órgão responsável por estudos e análises sociais, econômicas, demográficas, além de avaliar políticas públicas para o governo do DF) (SOUZA, 2011). Evidencia-se um fetichismo das intenções motivadoras do projeto, tornando o produto da utopia modernista em mercadoria que, ainda que com nobres

intenções, se serve a girar a roda do mesmo sistema que segrega e espolia. A intenção de fundar uma cultura por meio do projeto – tal qual como se imaginava que Brasília, através de seu projeto, alcançaria a igualdade – acabou passando por cima de condições socioculturais particulares, pela ambição de uma língua única: a língua europeia, branca e rica que não condiz com as circunstâncias particulares do Brasil estabelecido ao longo de sua história como colônia – ponto de absoluta discrepância das perspectivas eurocentristas que partem de circunstâncias econômica e socialmente favoráveis devido às suas posições históricas de colonizadores.

No entanto, para além da ambição de homogeneização cultural; por mais intensa que seja a influência externa em um determinado território, este continua tendo suas características particulares, em fusão com essa colonização cultural importada. Milton Santos (2000) chama de “glocal”, isto é: global e local ao mesmo tempo. A semantização global não é possível porque, ainda que, hipoteticamente, um espaço seja tomado por influências de uma cultura hegemônica importada, cada sujeito tem uma interpretação baseada em suas experiências pessoais, herdadas de sua formação familiar, educacional, territorial e religiosa; isto é, experiências empíricas. Ainda que tentem implantar uma cultura hegemônica, as desigualdades que não cessam em prol de sustentarem a estrutura capitalista vigente, distribuem experiências e memórias diferentes entre as devidas classes – em virtude de suas diferenças de extratos e realidades. Ainda que haja, por meio de simulacros digitais, um mascaramento dessas diferenças de classe, elas sempre estarão presentes porque o espaço urbano expressa a desigualdade tanto por sua composição espacial de invisibilizar a periferia (que, em resposta, se manifesta na camada “visível” por pixos e grafites, dentre outras expressões de desigualdade, por exemplo); quanto por suas manifestações que fazem com o que é “invisibilizado” seja visto (como manifestações em praça pública). Para além dessa expressiva imposição de visualidade, a própria experiência subjetiva de cada um, vivendo seus espaços, suas injustiças e desigualdades como grande maioria no mundo, – isto é, classe proletária – fazem com que essas experiências baseiem um banco de interpretações que é pessoal e exclusivo de cada um, ainda que uma cultura hegemônica tente naturalizar uma outra realidade que não condiz com seu território empírico.

No entanto, ainda que a globalização não consiga unificar a cultura, massifica-se sinteticamente uma cultura hegemônica que não corresponde às experiências locais – por isso é “glocal”. A grande disseminação de informação e facilidade de transporte acarretam a implementação de uma cultura hegemônica de países mais desenvolvidos (e toda a problemática de incoerência de realidades que a dissonância dos territórios traz consigo) para difundir seus modos de vida e, conseqüentemente, incentivar a compra de seus produtos – como o *American*

*Way of Life* altamente disseminado pela indústria cinematografia americana. Ainda que a comunicação tenha muitas vantagens, acaba por viabilizar tais trocas culturais que suplantam modos e hábitos de países “avançados” e de “primeiro mundo” em territórios que não possuem infraestrutura para tais formatos.

Na prática, acontece uma neocolonização cultural que faz com que países menos desenvolvidos importem ideias e utilidades desses países desenvolvidos, graças à demanda de sua população que, influenciada pela cultura hegemônica importada, constrói em si identificação com tais artigos graças aos meios midiáticos. Dessa maneira, compreende-se que há uma cultura hegemônica que instaura desejos, sustentando o modelo econômico global liberal. O próprio ato de países menos desenvolvidos economicamente aderirem aos modelos econômicos dos mais desenvolvidos exemplifica tal caráter massivo de influência. Como abordado por Safatle (2018b, p. 137), o modelo neoliberal constitui mais do que um sistema de trocas econômicas, “ele é um regime de gestão social e produção de formas de vida que traz uma corporeidade específica, uma corporeidade neoliberal”, bem sintetizada por Margareth Thatcher (apud SAFATLE, 2018b, p. 137) na frase “a economia é o método. O objeto é modificar o coração e a alma”.

Mas como o design atua colaborando ou combatendo essa perspectiva hegemônica? Marx e Engels (2014) já explicavam em seu manifesto que a ascensão do capitalismo se deve, principalmente, à aderência de outros países ao seu modelo econômico, possibilitando aos grandes detentores de capital uma barganha no mercado estrangeiro, de onde retiram sua mais-valia em busca de recursos naturais e mão de obra barata mundo afora. Para tanto, a interligação desses países era imprescindível, como revela o seguinte trecho:

A grande indústria criou o mercado mundial, preparando caminho para a descoberta da América. O mercado mundial deu ao comércio, à navegação, às comunicações por terra um desenvolvimento incomensurável. Por sua vez este influenciou a expansão da indústria, [...] do comércio, da navegação, das estradas de ferro, desenvolvendo a burguesia que multiplicava seus capitais. [...] Nós vemos assim que a própria burguesia moderna é o produto de um longo processo de desenvolvimento de uma série de transformações no modo de produção e de circulação. (MARX; ENGELS, 2014, p. 109).

Mas como um sistema que nasce para explorar os demais atinge tanta aderência às suas causas a ponto de influenciar culturas? É sempre bom lembrar a fala de Foucault: “se o poder só tivesse a função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalçamento [...] se apenas se exercesse de modo negativo, ele seria muito frágil. Se ele é forte, é porque produz efeitos positivos a nível do desejo” (FOUCAULT, 2005,

p. 148), e por isso o neoliberalismo age a nível do corpo, isto é, a nível dos desejos subjetivos. Para tanto, por mais que a cultura hegemônica não aniquile com a cultura local, ela implanta modos de ser que são constantemente veiculados e apresentados no próprio espetáculo que é o dia a dia. Se o indivíduo é composto por identificação e concorrência; ser um indivíduo já é um estado de espetáculo que influencia em “como ser” aos demais<sup>22</sup>. Essa perspectiva expõe como o espetáculo tem vida própria; com a sua circulação autônoma por meio dos corpos. É nesse espaço comunicativo da socialização que o design atua: na interface humano e produto, seja qual for o produto; por onde esse produto se manifesta e, conseqüentemente, nas experiências que dali nascem.

Até aqui o design é baseado por sua “trajetória institucionalizada” que nasce na Revolução Industrial; no entanto, entende-se o design como Margolin (2014, p. 139), reforçando Papanek (2020), define: “design como a concepção e o planejamento do artificial”. Portanto, amplia essa definição como: “um processo de design subjaz a tudo em nossa cultura, tanto material como imaterial”, chegando até a considerar uma nova “ciência do artificial” (MARGOLIN, 2014, p. 141). Assim, o que é tomado por “design” é esta perspectiva mais ampla, no intuito de desatar a produção de design a uma produção apenas industrial tal qual sua história institucional o leva a ser. Essa postura se deve ao intuito de analisar mais do que o produto, mas seu intuito de criação – concepção e planejamento – e seu impacto cultural em seu respectivo ambiente. Margolin (2014, p. 58) explica que uma “situação” proporciona ao indivíduo uma interação com seu ambiente, e a interação com algo que, por sua vez, resulta em experiência: “cada experiência tanto assume algo das que aconteceram antes como modifica, de algum modo, a qualidade das que virão depois”. Assim, observa-se que o liberalismo se beneficia desse projeto e concepção para alcançar sua influência cultural, atrelando a si mais mercados e circulação de capital. Mas a essência dessa dinâmica se dá nesse espetáculo: a circulação dos modos de ser baseados na identificação e concorrência – essência do neoliberalismo – que são veiculados pelo design.

A influência desse modelo econômico já diz muito sobre sua predominância, mas esta predominância não se dá protocolarmente. Se dá porque sua cultura de incitação do desejo é a própria cultura hegemônica há pelo menos 200 anos. Assim constata-se que, apesar de toda a construção social de cada localidade, há uma construção cultural levada pela globalização em suas diversas instâncias e fluxos, que paira acima de grande parte das nações, criando uma

---

<sup>22</sup> Lembrando novamente a teoria de Lacan, apresentada por Safatle (2018a) que coloca a socialização como processo de observação e mimese, instaurando a memória inconsciente do superego – responsável pela assimilação de condutas e normas sociais.

linguagem global: o desejo de consumo a nível corporal do sujeito. Pode-se associar esta intervenção cultural a nível do imaginário, já que sua compreensão é inconcebível pela maioria de seus adeptos, em virtude de suas recorrentes reproduções de comportamento em massa, isto é, em espetáculo uníssono.

Dessa forma, o ponto de observação objetivo desta pesquisa é a condição de poder que o designer possui ao projetar. O projeto concebe intervenção em níveis desses hábitos cotidianos que são analisados em subdivisões de grupos sociais (nichos), possibilitando-lhes antever hábitos favoráveis ou não aos projetos. Pontualmente aqui ocorre a diferença na proposta da Bauhaus: a escola almejava o alcance de uma generalização de significados universais, isto é, todos seriam capazes de entender pela nítida forma e seu signo de significado dado em comum concordância de todos. No entanto, como explicado por Lupton (2008) e Pater (2020), as nuances culturais inviabilizam tal hegemonia de forma concreta, mas a cultura econômica instaura no inconsciente, isto é, instaura pelas formas de vida (formas de ser), o jogo de identificação e concorrência que é global – como por exemplo o amplo desejo compartilhado por grande parte dos consumidores por marcas famosas que, ainda que inacessíveis a grande parte do público consumidor, incentivou a disseminação de reconhecimento de suas estéticas e logotipos por toda parte. Não se trata de uma forma específica, mas de um hábito que se alastrou imperceptivelmente e que se naturalizou. Pontuo aqui essa influência cultural que nasce junto com o projeto de design – descrito a seguir por Bonsiepe (2011, p. 185):

Na história do pensamento, e para nossas práticas epistemológicas, a visualidade não é um simples acompanhamento ilustrativo mas constitui o núcleo insubstituível não somente no contexto de descobertas científicas, mas também no contexto argumentativo [...] a pretensão absolutista da linguagem não é mais aceita na produção de jogos linguísticos, jogos de imagens, jogos de escrita. Nessa inter-relação entre o simbólico e o tecnológico, entre o discursivo e o icônico, geram-se e reproduzem-se culturas.

Por meio do espetáculo tratado por Guy Debord (2013, p. 14), se explica: “A prática social faz surgir o espetáculo ao mesmo tempo que o espetáculo contém a realidade, fazendo a apresentação do espetáculo como sua finalidade”. O que ocorre é que, ao invés de o designer entregar uma mensagem incontestável – como almejavam na Bauhaus –, ele cria um espaço propício para tal interpretação, isto é, cria um ambiente<sup>23</sup>, ainda assim, sem nenhuma garantia de que a mensagem projetada será devidamente transferida, porque a interpretação é sempre resultado de experiências prévias – como já foi abordado anteriormente –, mas diminuindo

---

<sup>23</sup> “Condições que interagem com as necessidades, os desejos, os propósitos e as capacidades pessoais para criar a experiência que se tem.” (MARGOLIN, 2014, p. 58)

significativamente a margem de erro dessa recepção (tópico extremamente sintomático quando observado a nível de algoritmos e bases de dados/leads da sociedade *cyber*<sup>24</sup>). Compreender esse nicho habilita o designer a conhecer um público-alvo e o habilita a conhecer uma cartografia de imaginários de uma gama de pessoas influenciadas por contextos em comum. Com plataformas como Google e Facebook, rastrear “jornadas de compras” e perseguir usuários com predisposições ao consumo de um determinado produto se tornaram normais.

Nesse sentido, é percebido que a tarefa do designer é organizar a circulação dos afetos desses públicos, baseados em seus imaginários e ambientes de convivência em comum. Em campanhas de anúncios para pesquisa na plataforma do Google, por exemplo, as escolhas de palavras-chave que acionam o anúncio de uma empresa específica, se consistem em prever, por meio de pesquisa de jornada de compra, quais são os padrões e percursos que o público-alvo da empresa costuma seguir. Essa circulação de afetos direciona influências num processo que mais se assemelha a uma previsão de comportamentos e sugestões cabíveis ao contexto, ao invés da ditadura de normas de leitura modernista. Ou seja, não se instaura uma cultura, mas se molda por meio da indicação de caminhos, tal qual o abrir de uma clareira no meio da mata.

## 5.5 A CIRCULAÇÃO DE NOVOS AFETOS

Como Safatle (2018b) explica, os circuitos de afetos podem continuar a circular de maneira contínua reforçando os hábitos convencionais, ou interromper o fluxo gerando um desamparo; isto é, uma condição de quebra de expectativa oriunda de novos afetos que redirecionam as interpretações. O desamparo, por sua vez, cria uma situação em que o sujeito se percebe desamparado<sup>25</sup>, podendo tanto se afirmar enquanto tal, aceitando a condição e impulsionando-se para uma nova possibilidade, ou recusando tal condição, alienando-se em busca de conservar as garantias que outrora teve. Há grande potência em encontrar-se em desamparo, como explica Safatle (2018b, p. 18):

Podemos fazer com o desamparo coisas bastante diferentes, como transformá-lo em medo, em angústia social ou partir dele para produzir um gesto de forte potencial

<sup>24</sup> Ao se adentrar um pouco pelas engrenagens de campanhas em mídias pagas (Facebook ADS e Google ADS), é perceptível que não há muita arbitrariedade nas pessoas que são impactadas com anúncios pagos, sendo possível até mesmo anexar às campanhas publicitárias bases de dados com contatos, fazendo com que a plataforma persiga esses usuários e lhes apresente anúncios; ou exclua esses usuários da veiculação dos anúncios, fazendo com que nunca vejam tais conteúdos. Na veiculação orgânica, essa diferença de resultados também acontece, no entanto, o critério não é quem pagou pela veiculação, mas sim, o conteúdo com mais interação por parte do público, que é identificado pelas plataformas como um bom material a ser propagado para manter o usuário conectado à plataforma. O usuário conectado e gerando dados de comportamento é que interessa às plataformas.

<sup>25</sup> Isto é, o sujeito se vê na posição de demanda de cuidado e reparação por estar em estado de errância.

libertador: a afirmação da contingência e da errância que a posição de desamparo pressupõe, o que transforma esses dois conceitos em dispositivos maiores para um pensamento de transformação política.

Para Freud (apud SAFATLE, 2018b, p. 19), é na afirmação do desamparo que se alcança a emancipação. A não aceitação, por outro lado, resulta em medo e/ou angústia social. Esses afetos tendem a colocar o sujeito em um espaço de aprisionamento pelo sentimento de temor ao desamparo. Essa condição gerada pelo medo do desamparo resulta em uma lógica neurótica de demandas de cuidado e assistência. O corpo que teme o desamparo é “um corpo constituído pela crença esperançosa em uma providência por vir, ou o corpo depressivo e amedrontado de uma providência perdida ou nunca alcançada.” (SAFATLE, 2018b, p. 21).

Bonsiepe (2011, p. 116) argumenta que “o designer, como produtor das distinções visuais e da semântica da cultura cotidiana, influi nas emoções, nos comportamentos e nas atividades do usuário”. Portanto, o designer, enquanto detentor desse poder narrativo-comunicativo de organização da circulação de afetos, possui a tarefa de mediar esses circuitos de modo que acaba por gerar afetos – sendo esses dois sentimentos, dentro da sociedade liberal, pautados no medo e na esperança, e sendo eles frutos de uma mesma temporalidade, pois quem teme algo tem esperança de que seu temor não se realize, e quem tem esperança, teme que sua fé não se concretize. É dessa capacidade de manipulação do produto do design que suscita afetos que colocaram luz ou não ao desamparo constante que é viver na sociedade liberal.

É importante esclarecer aqui que o desamparo, tomando ou não conhecimento dele, continua sendo o imaginário que proporciona nossas subjetividades de maneira mais constante em nossas sociedades. Isso acontece porque vivemos na lógica econômica neoliberal que incita a guerra de todos contra todos: se eu, enquanto sujeito, me individualizo por meio da identificação do desejo e da concorrência desse desejo com os que me circundam, qualquer um é um invasor em potencial de minhas propriedades privadas. Dessa forma, esse ambiente de liberdade próprio do liberalismo não apenas cria a concorrência e o desejo ao desejo do outro, como também cria essa possibilidade de invasão ante a desigualdade (aqui nem tanto pelo simples desejo, mas também por necessidade). Assim, o estado é quem me garante a liberdade e a proteção de meus predicados e propriedades. Essa lógica garante ao estado a tutela do sujeito, e ao sujeito a demanda de cuidado, colocando-o ao subjugo do desamparo. Assim, é comum que o estado lembre constantemente aos seus cidadãos dos “perigos da emancipação”, tomando para si um controle da circulação dos afetos (SAFATLE, 2018b, p. 17).

Em vista dessa conjuntura, portanto, o objeto desta pesquisa são peças em que é possível identificar linhas de força de poder emancipatório ou alienatório acerca do desamparo

institucional do estado neoliberal. Em virtude do duplo espaço de discussão e socialização da sociedade atual que ocorrem tanto na internet quanto no espaço público, essa análise se aloca tanto no meio digital quanto no meio palpável urbano. Por isso, o objeto de estudo analisado aqui são os atos nacionais do #EleNão que aconteceram durante as eleições de 2018. Essa escolha foi fundamentada no fato de ser um ato que ganha as ruas através do espaço virtual, por meio de plataformas de mídias sociais, constituindo-se pela materialização de afetos canalizados pela comunicação, da qual o design media. Além disso, o movimento que se viabilizou por atos em todo o país, demonstra efetivamente a articulação de afetos, por meio do design, para fins efetivos na sociedade, configurando articulações políticas de assembleias e performances de protestos que simbolizaram circuitos de afetos reais do campo social daquele momento.

## 5.6 A POLÍTICA DO ARTIFICIAL

A fim de adentrar nessa perspectiva própria do design sobre sua criação e seus impactos, aqui se argumenta sobre a política do artificial no intuito de delimitar o que é a criação no design e essa intencionalidade intrínseca a ele. A dificuldade de tal questão mora justamente na complexidade de entender o que propriamente o design produz. À primeira vista, o produto do design é sua forma e, por isso, já há muito tempo o design tem sido atrelado à sua materialidade física. Mas o que isso significa? Significa que o designer projeta e concebe o artificial; isto é, aquilo que é oriundo da mão humana e que, portanto, nasce de um planejamento e concepção. Assim, o design ficou conhecido por sua articulação da forma por esta ser o seu produto final, no entanto, seu cerne se concentra mais no todo processual que resulta em uma forma.

Seguindo essa premissa, o discurso sobre qual deveria ser a aparência dos objetos torna a questão da forma como a própria competência do design. Essa perspectiva se sustenta pela revolução industrial, onde a forma era o aspecto decisivo da produção de objetos que, diante da competitividade mercantil, colocava o critério estético essencial ao impulsionamento das vendas. Assim, surgem diferentes vertentes com pontos de vista acerca de como deveria ser a forma e o que essa forma deveria exaltar, tal qual o modernismo com sua crença na simplicidade (MARGOLIN, 2014). Apesar de todas as várias vertentes acerca da forma, todas elas se concentravam na materialidade física do objeto e, assim, o objeto se tornou central a ponto de originar a profissão de designer industrial. Mas se o design é o que surge de concepção e planejamento, o “processo de design subjaz a tudo em nossa cultura, tanto material quanto

imaterial”, ultrapassando essa premissa de que o design se concentra na forma, e suscitando até mesmo a consideração do design enquanto “nova ciência do artificial.” (MARGOLIN, 2014, p. 141).

Já houve pensadores que, por essa perspectiva, propunham a ampliação do tema do design, enquanto outros questionaram “o que significava design” e, pela vertente dos modernistas, design era “forma e função”, em que Margolin (2014) substitui pelos termos “estética” e “pragmática”. Segundo o autor,

os primeiros designers modernistas acreditavam que o significado era mais inerente ao objeto do que negociado na relação entre o objeto e um usuário. Os objetos eram considerados signos de valor com referentes incontestes como clareza, beleza, integridade, simplicidade, economia de meios e função. (MARGOLIN, 2014, p. 141).

O pós-estruturalismo colocou em crise tal perspectiva quando contestou a ideia de crença fundamentada e ao “significado apropriado”, levantando a questão das possíveis condições de uso de um mesmo termo. Essa possibilidade de interpretação abriu uma lacuna no que consistia o significado e, conseqüentemente, qual era a natureza da realidade. “A realidade era um termo inconteste. Era um fundamento estável para a atribuição de significados aos objetos, imagens e atos.” (MARGOLIN, 2014, p. 142). Com a questão colocada pelo pós-estruturalismo, a realidade passa a ser qualificada por seus conjuntos de condições, bem como os significados; tornando, assim, inviável a delimitação do que viria a ser o “real”. “Se não é possível traçar limites em torno do real, como fundamentar o significado?” (MARGOLIN, 2014, p. 142). Parecia simplória a colocação de que o natural caracterizava os objetos e fenômenos naturais, enquanto o artificial definia objetos e fenômenos inventados pelo ser humano, pois a questão do que seria o real colocava em crise como afirmávamos conhecer a natureza como o real. Os termos “significado” e “realidade” abalaram as certezas, uma vez que essas certezas, tal qual o próprio pensamento científico, passou a ser visto como constructo linguístico. Se não há como estabelecer um “chão comum” no que diz respeito a esses termos, o design toma como tema central “o artificial e suas fronteiras” pois, diante da indeterminação do que é o natural e, por sua vez, real; acaba por se determinar o que está dentro do alcance de “projeto e concepção”, isto é, do que é artificial oriundo da mão humana e, portanto, oriundo de um projeto de design. Até onde iria, portanto, a criação da mão humana; isto é, até onde se poderia considerar algo como veiculador de uma intencionalidade – oriunda de projeto – e o que é natural por si só?

## 5.7 O PROBLEMA DAS FRONTEIRAS ENTRE O REAL E SUA SIMULAÇÃO

A fim de delimitar o que viria a ser o natural e o artificial carregado de intenções, pesquisas em torno dessa oposição culminaram na caracterização do que viria a ser a ciência do natural, caracterizada por seu teor descritivo (“como são as coisas”); e em oposição, a ciência do artificial, normativa por seu envolvimento com objetos de origem humana (“como devem ser as coisas”). Por essa perspectiva, a ciência do artificial colocava a cargo do ser humano o “dever” de “inventar o mundo artificial a fim de alcançar seus próprios objetivos enquanto aceitavam o propósito paralelo do mundo natural.” (MARGOLIN, 2014, p. 143). Aqui, a diferença que constitui o natural do artificial é que o artificial é a consequência da mediação humana, isto é, de um ato de produção chamada “síntese”, enquanto o ato de observar, isto é, a “análise” é o modo como os seres humanos se relacionam com a natureza.

Margolin (2014) explica que o natural é colocado como um termo que não se coloca em dúvida, já que o artificial poderia imitar as aparências dos seres naturais mesmo que nunca alcance as qualidades dessa realidade. Assim, a criação das mãos humanas se assemelharia a simulacros, caracterizado por pós-estruturalistas, como Foucault, que questionam que “simulacros são signos sem referentes” (MARGOLIN, 2014, p. 144), e, por essa premissa, como poderia o real ser signo sem representar um determinado conceito metanarrativo? Para os pós-estruturalistas, toda tradução de significados é uma representação; um simulacro que, por seu próprio caráter de representação, substitui o real. Isso os capacitavam de contestar verdades prontas, que invisibilizaram “vozes que hoje constituem nossa comunidade cultural” (MARGOLIN, 2014, p. 145) mas também aboliram com toda presença metanarrativa que os fizessem existir para além do marco de um discurso socialmente construído e intercambiável.

Margolin (2014, p. 144) explica, pelas palavras de Gianni Vattimo, que “somente onde não há interrupção do valor mais elevado (deus) é que os valores podem ser exibidos em sua real natureza, isto é, como detentores de capacidade de convertibilidade. [...] Tirar toda a significação reduz o ser humano em seu valor de troca”. Essa instância de troca não se relaciona ao valor de troca mercantil, mas simplesmente à síntese do ser humano em apenas se intercambiar em fluxos de trocas simbólicas constantes, relacionadas apenas às suas utilidades práticas. Margolin (2014) defende que é preciso haver uma instância unificadora para que as coisas possam ser definidas, tal qual a natureza ou deus, o que acredito que possa ser melhor nomeado como “o real” incontestável. A convertibilidade do ser humano sem uma base unificadora, isto é, um chão comum em que os valores sejam indiscutíveis em uma atmosfera só, faz com que as trocas do eu sejam apenas convertíveis por si só, sem um propósito maior

do que apenas a utilidade em si desta convertibilidade. Para ilustrar um mundo baseado apenas nas trocas, sem uma base unificadora, o autor analisa brevemente o romance de William Gibson, “*Neuromancer*”, que se passa em um mundo *cyberpunk* onde não há limitações para o artificial, tanto em âmbito do corpo humano, quanto a nível social. No romance, Gibson consegue fazer um retrato de “um mundo no qual o artificial é dominante e no qual a capacidade de manipulá-lo é a mais poderosa atividade humana” (MARGOLIN, 2014, p. 144).

A análise deste romance é de grande utilidade para a questão dos limites do artificial e do natural por colocar em questões práticas – ainda que fictícias – de um mundo onde não há chão comum, isto é, uma elevada instância unificadora, seja ela a natureza ou deus. “O real não é mais um ponto de referência” (MARGOLIN, 2014, p. 144). Um mundo onde seu significado maior são as suas trocas, não possui um espaço referente de metanarrativa. Como colocado pelos pós-estruturalistas, “simulacros são signos sem referentes” (MARGOLIN, 2014, 143), significa considerar que tudo é artificial e que tudo é, portanto, construção social. Essa perspectiva extingue qualquer parâmetro referencial de realidade – considerando que realidade são “as coisas como são”: objetos e fenômenos naturais não oriundos da mão humana. Neste mundo, “o ser é convertível em formas infinitas e os valores de identidade são constituídos principalmente por meio da manipulação da tecnologia” (MARGOLIN, 2014, p. 144). Neste mundo, a matéria-prima da qual o design se utiliza para a concepção de seus projetos não é mais natural. Toda manipulação tem por matéria o que já foi anteriormente manipulado e, assim, o design triunfa num mundo onde tudo é *designed*. Esse mundo do design triunfante ocorre às custas da realidade. Portanto, neste mundo sem referentes naturais, como refletir sobre a questão do significado? O que é “significado” em um mundo onde a realidade não constitui o terreno que os valores são formados? Nessas condições, “significado” torna-se apenas conceito estratégico na interface entre design/uso.

Para Margolin (2014) a saída para se estabelecer um chão comum é a compreensão global de que fazemos parte de uma estrutura em equilíbrio maior, que parte da consciência de que nós, seres humanos, fazemos parte da camada orgânica do planeta, e que, portanto, fazemos parte do que é o “natural”. No entanto, os rumos a que se sugere o pensamento dessas questões – apesar de considerar importante a premissa dada por Margolin (2014) –, é a compreensão de que a política é peça fundamental na articulação desses entendimentos e, diante de tamanha questão existencial sobre os rumos que as criações *designed* têm tomado, coloco que problematizar sobre os impactos dessas criações é de grande importância. Bonsiepe (2011) defende que é preciso haver utopia na produção do design e, como ponto de ignição para essa problematização acerca de nossas produções e culturas, essa necessidade de utopia para a

construção de novas direções e novas circulações de afetos se volta para que alcancemos esta compreensão de equilíbrio saudável e ecológico de compreensão do significado de ser humano no mundo – o que é algo extremamente político, em vista de haver figuras que se autoidentificam superiores à natureza por conta de seu poder tecnológico, isto é; design. De acordo com Bonsiepe (2011, p. 20-21),

sem um elemento utópico, não será possível construir um mundo diferente e restaria apenas um desejo piedoso e etéreo sem maiores consequências. Sem esse elemento utópico, ainda que residual, não será possível qualquer redução da heteronomia. [...] Essa expressão não deve ser interpretada como expressão de um idealismo ingênuo e fora da realidade. Ao contrário, é uma possível e incômoda questão fundamental que qualquer profissional, não somente os designers, deveria enfrentar. [...] A intenção aqui é modesta: formar uma consciência crítica frente ao enorme desequilíbrio entre os centros de poder e os que são submetidos a ele. A partir desta consciência crítica, podem-se explorar espaços alternativos, não se contentando com a petrificação das relações sociais.

Essa utopia é o que o autor acredita que deveria guiar a produção dos designers. Bonsiepe (2011) ainda reconhece a questão das pressões do mercado de trabalho, mas pontua que, ainda assim, sem uma utopia que estabeleça a devida importância da prática projetual e que leve em conta as consequências desses projetos, não há chance de criar novos meios e saídas para novas possibilidades de vidas. Em um trecho de seu livro, o autor ainda explica que “o designer, inicialmente, precisa aceitar a realidade, o que não significa conformar-se com ela. Ao contrário, esse enfoque constitui o pré-requisito para uma postura crítica à prática projetual” do design (BONSIEPE, 2011, p. 201). Não se trata de alienar-se à realidade e às pressões do mercado, mas de inventar formas de “hackear” e recriar modos de se viver melhor apesar disso. Como Margolin (2014) argumenta, há uma grande necessidade de se haver uma metanarrativa para estabelecer um chão comum de realidade não questionável que estabeleça o entendimento do espaço com seus devidos valores intrínsecos. A exemplo, a desigualdade social, o machismo e o racismo não são tópicos de origem imaginativa e não devem ser equiparados como tópicos que variam entre contextos. Por exemplos como esses é que Margolin defende a metanarrativa.

Para o designer, a utopia mencionada por Bonsiepe (2011) pode vir a ser essa metanarrativa inicial. Acreditar que é possível contornar criativamente o poder hegemônico que circula tradicionalmente em nossos cotidianos deveria ser uma das bases de quem se dispõe a criar no mundo e para o mundo. É preciso esclarecer ao designer que sua produção é o que constitui o mundo ao que tange o domínio humano – isto é, toda a artificialidade do mundo. Se quem está sendo formado academicamente para criar não tem isto em mente, como conscientizar os demais cidadãos do mundo acerca de sustentabilidade e influência simbólica?

Essas utopias abrem espaço para mudanças a partir da consciência crítica acerca de nossos ambientes e de seus funcionamentos e estruturas – tal qual a conscientização da falácia que é a meritocracia, por exemplo.

Assim, o movimento #EleNão compõe essa observação do poder do produto do design como abertura de espaços para novas interpretações e circulações de afetos com poder de criar a ruptura necessária no fluxo constante dos circuitos dos afetos hegemônicos – isto é, os afetos neoliberais calcados nas desigualdades individualizadas. O movimento, além de circular entre o espaço urbano e virtual, também se caracteriza por poder ou não ser praticado por profissionais do design, o que abrange o olhar pela vertente de Margolin (2014) de que a prática do design não se isola aos profissionais da área. Esta análise que se segue considera que, por “design”, tem-se toda e qualquer produção que nasce de projeto e concepção e que, conseqüentemente, carrega em si uma intencionalidade. Sendo assim, o que esta pesquisa coloca em evidência são as formas e instaurações simbólicas de comunicação que propiciam e sustentam as formas de vida.

## 6 MOVIMENTO #ELENÃO: DESIGN COMO MEDIAÇÃO DE VISIBILIDADE E COMUNICAÇÃO

“*O real precisa ser ficcionado para ser pensado.*”  
Jacques Rancière, 2020, p. 58.

Consideramos aqui que a principal forma de poder do design é seu caráter comunicativo, capaz de veicular aberturas de possibilidades por meio de sua forma – material ou imaterial. Pensando nisso, o movimento nacional #EleNÃO foi escolhido para análise por compor visualidades simbólicas carregadas de significados e intenções específicas de seus meios, bem como por se articular através do design não apenas como comunicação em si, mas como projeto, ao observar as plataformas de comunicação utilizadas pelos designers e organizadoras do evento. Em razão de o movimento ter essa natureza virtual e urbana, os espaços de observação se voltam para o digital e o urbano; por entender que estes constituem os maiores espaços públicos em que atualmente os seres humanos se encontram em convívio – e conseqüentemente, pelo fato de que “espaços públicos” são genuinamente espaços de atuação política. Esses espaços compõem ambientes específicos para a interação dos sujeitos e, por ambiente, entende-se as “condições que interagem com as necessidades, os desejos, os propósitos e as capacidades pessoais que cada um tem para criar suas experiências pessoais” (MARGOLIN, 2014, p. 58) por meio da interação desses sujeitos com este ambiente.

Assim, a plataforma que sustenta a interação de um sujeito com um ambiente específico resulta na experiência que, por sua vez, irá modificar as próximas experiências consecutivamente; o que abre novas interpretações e formas de compreensão. Considerando, portanto, que esses ambientes são *designed*, oriundos de um planejamento e concepção – como tudo que nasce das mãos dos seres humanos –, é possível compreender que existe um campo de significados costurados ao longo dessa interação, podendo ou não serem “hackeados” – no sentido de se burlar a coerência determinada oficialmente (o circuito dos afetos).

Para compreender a importância dessas manifestações na construção de novas possibilidades através da reconfiguração simbólica-imaginária e, considerando seus aspectos “públicos”, no seu sentido de conformar movimentos a nível político, a filósofa Judith Butler (2019) argumenta sobre a importância da performatividade coletiva a nível público. Essa performatividade pública, segundo a autora, contribui para a constituição de visibilidade: a circulação de novos afetos que, até então, não eram considerados no fluxo corriqueiro da sociedade e que dão espaço de visibilidade à novas formas de vida, ignoradas até então pelo

circuito de afetos tradicional que constitui a realidade até tal ruptura, sustentando assim um regime político de dominantes sobre subjugados.

Essa perspectiva é bem apresentada por Judith Butler (2019) em seu livro “Corpos em aliança e a política das ruas”, em que a autora faz uma análise da performatividade do corpo nos espaços públicos e de como esse impacto se dá na demanda de direitos. Segundo Butler (2019), quando corpos se encontram em um espaço público, reivindicando pautas em comum, esse grupo não apenas encontra-se em um espaço público, mas cria uma nova configuração de espaço, reconfigurando-o. Isso se dá porque quando um grupo ocupa o espaço público com expressões de insatisfação acerca de suas condições, esse grupo se faz visível enquanto existência, bem como enquanto revolta pela não contemplação de suas necessidades às pautas cotidianas das políticas públicas – caso contrário não estariam se manifestando. O encontro desses atores em coletividade materializa a assembleia<sup>26</sup> que, discutindo assuntos de interesse de todo o grupo ante o poder público, abre uma discussão política da qual todos fazem parte. Como Butler (2019, p. 55) explica, “essas ações é que reconfiguram o que vai ser o público e o espaço da política”, pois uma vez que esse grupo já não se encontra contemplado pelas políticas públicas vigentes, estes são tidos como ignorados pelo “conjunto de direitos” em vigor. Assim, quando este grupo invisibilizado se reúne no espaço público, não apenas se faz visível como refaz o que se tem como “público” através da performatividade de seus corpos em destaque, reconfigurando o que se tem enquanto “paisagem” naturalizada, isto é: a circulação de afetos hegemônica que suprime a existência de outras formas de vida não contempladas pelo poder vigente.

Esse espaço de aparecimento se faz especificamente por seu caráter de estar “entre corpos”, pois só a coletividade cria esse espaço de visibilidade. Em contraponto a essa visibilidade plural, a privação da visibilidade acontece quando arranjos políticos permitem ser visto apenas o conveniente, ofuscando o protagonismo de formas de vida diferentes, fazendo com que as políticas públicas se direcionem apenas às camadas mais proeminentes da sociedade, isto é, as camadas que costumam ocupar os cargos de poder do estado e estabelecem a continuidade do circuito de afetos hegemônicos. No entanto, os grupos invisibilizados não podem ser tidos como apolíticos por sua falta de aparecimento ante um sistema político que não os considera, pois diante da injustiça e conseqüente falta de acesso à qualidade de vida plena, ainda que invisibilizados, esses grupos se organizam e se reúnem em busca de se fazerem vistos. Assim, cria-se um novo espaço de visibilidade e de demanda de direitos. Dessa forma, esses

---

<sup>26</sup> Isto é, grupo de pessoas que, possuindo um interesse em comum, se reúne para analisar, discutir e decidir sobre determinados assuntos.

grupos acabam por se expor radicalmente a violências justamente porque não possuem as devidas proteções políticas básicas, isto é, proteções em forma de leis. “Mesmo a vida destituída de direitos, ainda está dentro da esfera política”, porque o direito de ter direitos vem antes de qualquer regime político estruturado, portanto, os direitos e seu regime vivem em constante adaptação (BUTLER, 2019, p. 55). O direito nasce pela reivindicação do coletivo no espaço público que, até então, não contempla e nem garante direitos à existência desses grupos invisibilizados. “A fala política do corpo não fala apenas pela voz ou pela escrita. [...] As reivindicações políticas são feitas pelos corpos quando eles aparecem e agem” (BUTLER, 2019, p. 59) porque a visibilidade do diferente à ordem vigente faz surgir novas formas e possibilidades que eram sufocadas ou inimaginadas até então. Assim, contestam as formas de vida vigentes e legitimadas. Quando essas formas de vida negligenciadas entram no espaço público, o altera e o marca com suas existências, e assim alteram esses espaços, bem como as compreensões acerca deles e de suas políticas de direitos sobre seu caráter público.

Trata-se de atores subjugados e empoderados que buscam tirar a legitimidade unânime do aparato estatal existente; este que depende da regulação de visibilidades no espaço público, para a sua autoconstituição. Ao questionar esse poder, um novo espaço é criado. Esses corpos reivindicam o espaço existente por meio da ação de uma nova aliança, isto é, a visibilidade de um novo circuito de afetos que se faz visível. Esses corpos formam a própria ação performativa do espaço e reivindicam a reconstituição dos significados desses lugares. (BUTLER, 2019, p. 61).

Butler (2019) ainda afirma que a reivindicação de igualdade acontece precisamente quando há a coletividade dos corpos em que, por meio da ação de estarem juntos, criam o espaço de aparecimento. Assim, a autora, que traça esta linha de raciocínio acerca da visibilidade da diferença e do “marginal” (de forma geral, o que é invisibilizado por não corresponder ao padrão dominante) voltado ao espaço material da urbe e de seus espaços públicos, também pontua a importância da internet e das conexões entre pessoas – conexão essa própria desse espaço imaterial. Segundo Butler (2019), as manifestações de 2009 no Egito que culminaram na Primavera Árabe só tiveram a movimentação e representatividade em praça pública porque a mídia colaborou com a produção de sentido de “praça pública” e “espaço de aparecimento” – agrupamento este que seria impossível de se pensar sem o auxílio da internet. No trecho a seguir, a autora descreve a importância e as complicações do auxílio dessa ferramenta por meio das redes sociais:

As cenas das ruas se tornam politicamente potentes apenas quando – e se – temos uma versão visual e audível da cena comunicada ao vivo ou em tempo imediato, de modo que a mídia não apenas reporta a cena, mas é parte da cena e da ação; na verdade, a mídia é a cena ou o espaço em suas dimensões visuais e audíveis estendidas e replicáveis. Uma maneira de dizer isso é simplesmente que a mídia estende a cena visual e audívelmente, participando da sua delimitação e transponibilidade. Colocando de forma diferente, a mídia constitui a cena em um tempo e em um lugar que incluem e excedem a sua instância local. Apesar de a cena ser segura e enfaticamente local, aqueles que estão em outro lugar têm a sensação de que estão obtendo algum acesso direto por meio das imagens e dos sons que recebem. Isso é verdade, mas eles não sabem como a edição acontece, qual cena comunica e é transmitida e quais cenas permanecem inexoravelmente fora do enquadramento. Quando a cena é transmitida, está ao mesmo tempo lá e aqui, e se não estivesse abrangendo ambas as localizações – na verdade, múltiplas localizações – não seria a cena que é. A sua localidade não é negada pelo fato de que a cena é comunicada para além de si mesma e assim constituída em mídia global; ela depende dessa mediação para acontecer como o evento que é. Isso significa que o local tem que ser reformulado para fora de si mesmo a fim de ser estabelecido como local, o que significa que é apenas por meio da mídia globalizante que o local pode ser estabelecido e que alguma coisa pode realmente acontecer ali. É claro que muitas coisas acontecem fora do enquadramento da câmera ou de outros dispositivos de mídia digital, e que a mídia pode implantar a censura tão facilmente quanto se opõe a ela. Há muitos eventos locais nunca registrados ou transmitidos, e algumas importantes razões que explicam o porquê. Mas quando o evento viaja e consegue convocar e sustentar indignação e pressão globais, o que inclui o poder de parar mercados ou de romper relações diplomáticas, então o local terá que ser estabelecido, repetidas vezes, em um circuito que o ultrapassa a cada instante.” (BUTLER, 2019, p. 64).

A reprodução dos eventos em mídia digital, assim como sua reprodução massiva pela internet e redes sociais configuram-se em meios de comunicação livres que acabam por ser modos de exercício de direitos, ainda que haja problemáticas relacionadas a algoritmos e direcionamento de conteúdo para públicos propícios ou não – configurando espécies de censuras contemporâneas. Ainda assim, a autora defende que a atuação mediadora das redes sociais por meio da internet é de grande importância para as lutas sociais. “Algumas vezes dispositivos de mídia privada se tornam globais precisamente no momento que superam modos de censura para relatar os protestos, tornando-se, dessa maneira, parte do próprio protesto.” (BUTLER, 2019, p. 65). Assim, a presença performativa dos corpos nas ruas é diretamente ligada aos dispositivos e tecnologias de comunicação que veiculam as notícias. Ainda que sejam ações diferentes, por se tratar de uma mesma pauta – a de direitos dos corpos, isto é, a política – acabam por atuar sobre o mesmo ponto: o espaço de aparecimento. No seguinte trecho, Butler (2019, p. 65) explica a relação desses dois espaços na composição do espaço público, no que diz respeito à criação de visibilidade e, conseqüentemente, na discussão política e seus desdobramentos tanto no espaço urbano quanto no virtual:

“A mídia precisa desses corpos na rua para ter um evento assim como esses corpos precisam da mídia para existir em uma arena global” [...] Essa combinação de rua e mídia constitui uma versão muito contemporânea da esfera pública, então corpos que

estão em risco devem ser pensados como estando tanto lá quanto aqui, agora e depois, transportados e estacionários, com consequências políticas muito diferentes se seguindo a essas duas modalidades de espaço e tempo.

Por esse motivo, o espaço digital e o espaço urbano são analisados nesta pesquisa, por estarem intrinsecamente relacionados um ao outro dentro da conjuntura socioespacial. Entendendo que é a visibilidade que dá espaço a novas formas de vida; a novas discussões; a novos direitos e novos formatos de políticas públicas, é imprescindível considerar a relação desses dois espaços entre si. Se o espaço urbano possui a potência de criar espaços de visibilidade pela conglomeração de grupos com formas de vida similares – ou não –, o espaço digital também tem seus artifícios de conglomeração e visibilidade. Esses dois formatos comunicam entre si porque acabam tocando no mesmo ponto: a política; a partilha do sensível; a dimensão que toca a todos, e por isso, são complementares.

Assim, o que se propõe aqui como objeto de tal ponto de vista é a análise do movimento #EleNão incitado nas redes no segundo semestre de 2018 durante o período das eleições presidenciais. Essas eleições foram fortemente marcadas por influência tecnológica da opinião pública, bem como teve grande movimentação de ciberativismo com o caráter especialmente interessante de se iniciar no espaço *cyber* e ganhar espaço público. É nessa articulação que envolve a comunicação do design, bem como sua capacidade projetual a nível de plataformas e estratégias que revelam a potencialidade do design enquanto mecanismo sociopolítico, em suas atuações tanto urbanas quanto virtuais a fim de apresentar como essas atuações desaguam no mesmo ponto acerca da política e de seus regimes de visibilidade. Isto é, os circuitos de afetos que organizam o regime político que, por sua vez, influenciam toda a sociedade.

## 6.1 FATO HISTÓRICO DO MOVIMENTO

A partir da manifestação puxada pela *hashtag* #EleNão, é possível averiguar a atuação política por meio do design, a que esta pesquisa se articulou até aqui. Essa movimentação atuou difundida pelas redes sociais e se transformou em uma manifestação apartidária, ganhando certa autonomia e estética própria. Por essa razão, este fato histórico se tornou aqui o objeto de análise. Observando a própria origem do movimento, já é possível perceber a alta aderência que ganhou por meio da peça gráfica que foi um dos fatores preponderantes à ignição da super veiculação da *hashtag* nas redes sociais. A frase nasceu de uma arte feita por um estudante de letras, Militão Queiroz, que criou a peça onde se tem um *lettering* flutuante com os dizeres “Ele

não”, de onde sai um arco-íris em forma de rastro em um céu estrelado (Figura 1), dentre outras referências pops da internet, como é o caso do meme “Nyan Cat”, que em muito se assemelha ao resultado da peça.

Figura 1 – Arte “Ele não” por Militão Queiroz



FONTE: Militão (2018).

Em 2018, o estudante conta, em entrevista à Folha de São Paulo (MOURA, 2018), que não utilizou e nem sabe utilizar softwares profissionais do design. Militão nem mesmo se considera um designer, explicando que suas criações começaram como um hobby – o que evidencia uma prática comum do mundo virtual quando se trata das peças gráficas; ou vulgarmente conhecidas como “memes”, disseminadas na internet. Essa informação é de grande relevância por apresentar uma outra importância de produção que se revela pela predominância da expressão e disseminação da ideia, antes da valorização e reconhecimento autoral ou da capacidade técnica primorosa. Assim, o que é proposto como importante é a expressão acima de tudo, dentro das condições possíveis que se há. Esse ponto levanta uma questão muito importante acerca do anonimato da produção. No geral, os memes ganham tanta rotatividade que a autoria se perde entre os inúmeros compartilhamentos, mas que, mesmo sem crédito,

tornam-se importantes pela potência de alcance e velocidade de disseminação, como explica o criador da arte: “O importante é divulgar o movimento e a *tag*” (MOURA, 2018, n.p.).

Essa perspectiva também é compartilhada por Foresti (Figura 2), Integrante do Coletivo “Design Ativista para quem não aguenta mais”, que compartilha em entrevista que “os memes e as imagens criadas devem ser disseminadas e não devem ser assinadas. É interessante ter seu trabalho compartilhado, pois é a prova de que ele fez sentido para as pessoas naquele momento.” (MERATTI, 2018, n.p.).

Figura 2 – Releitura de “O grito” de Munch, para “Ele não” por Foresti



Fonte: Meratti (2018).

Como resultado dessa disseminação de memes e, após ataques contra grupos virtuais de “Mulheres contra Bolsonaro”, ocorreu uma grande reação em cadeia. Segundo matéria do jornal El País (BECKER, 2018), em análise da manifestação #EleNão do dia 29 de setembro de 2018, o que culminou o movimento foi a retaliação aos apoiadores do – até então – candidato à presidência, Jair Bolsonaro. Os apoiadores do candidato tinham a expectativa de tirar do ar páginas que fossem contra o presidenciável. No entanto, o que aconteceu foi o oposto: “os polos de articulação foram se regenerando e se multiplicando [...] e novos eventos e convocatórias para o protesto foram se criando.” (BECKER, 2018, n.p.). Após os ataques, a *hashtag* que dá nome ao movimento passou a constar nos *Trending Topics* (tópicos de tendência) do Twitter,

como consta em estudos feitos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic). Nesse momento, o movimento ganha corpo sem qualquer vinculação partidária explícita ou de movimentos sociais específicos.

O movimento se articula com mulheres de diversas origens e posições políticas, que se colocam contra as violências proferidas e representadas pelo candidato do PSL, Jair Bolsonaro, que em geral se volta contra a liberdade e respeito às formas de vida não normativas e, principalmente, contra mulheres. A disseminação do evento aconteceu muito em função do caráter humorístico próprio das redes sociais e que se manifestaram tanto no ambiente virtual quanto no off-line da rua. Segundo a matéria jornalística do El País, foram registrados, em média, um total de 299 eventos “Contra Bolsonaro”, dos quais 195 tinham ligação direta com a manifestação de rua articulada para o dia 29 de setembro de 2018 (BECKER, 2018).

O movimento foi muito significativo por ter gerado coalizão mais transversal, se sobrepondo às bolhas das redes sociais, por meio de um mesmo fim: o rechaço, principalmente das mulheres, a Bolsonaro. Tal questão fica evidente quando observamos os dados de pesquisas de intenção de votos da época, onde constava, segundo o Datafolha, que 52% das mulheres votantes do país rejeitavam o candidato (BECKER, 2018). Ainda com a maior quantidade de seguidores no Facebook, as movimentações a favor de Bolsonaro seguiram ainda muito inferiores ao engajamento que a campanha contra o candidato. Atrelado a esses fatos, algumas tentativas de desacreditar a movimentação, feitas por parte de figuras próximas ao candidato, acabaram por intensificar ainda mais a disseminação do movimento #EleNão por meio das denúncias aos ataques, inclusive atrelando ao movimento figuras populares tradicionais do espectro conservador, tal como foi o caso da jornalista Rachel Sheherazade, que se pronunciou acerca de uma fala do vice de Bolsonaro que alegava que “lares apenas com mães e avós eram fábricas de desajustados”, a que Sheherazade respondeu: “Sou mulher. Crio dois filhos sozinha. Fui criada por minha mãe e minha avó. Não. Não somos criminosas. Somos HEROÍNAS! #elenao” (BECKER, 2018, n.p.). Esse acontecimento, segundo a matéria jornalística, reforçou ainda mais a força de coalizão do movimento, que se mostrava fortemente estruturado e independente de lideranças ou posições políticas marcadas. A movimentação se tornou literalmente “mulheres contra Bolsonaro”, por uma questão de compreensão de que este candidato não representava divergências de pautas administrativas e econômicas, mas sim, de questões humanas que atingem diretamente mulheres, pelo simples fato de serem mulheres. Por isso a coalizão foi de grande impacto.

### 6.1.1 A manifestação

As manifestações urbanas ocorreram, principalmente, no Sudeste, Sul e Nordeste do país, com eventos expressivos no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife, Fortaleza, Salvador e também em Brasília. As manifestações ocorreram em mais de 30 cidades brasileiras no total, além de outras cidades pelo mundo, tendo sido registradas em Berlim, Buenos Aires, Paris, Londres, Lisboa, Nova York, Washington e Barcelona. Segundo matéria da Folha de São Paulo (ATOS..., 2018), em Brasília foram mais de 7 mil manifestantes, de acordo com a PM, mas organizadores afirmam que foram até 40 mil participantes no total. Nas ruas era possível identificar uma estética nítida do movimento que, por não ser vinculado diretamente a movimentos e partidos políticos, acabou ganhando identidade própria como garantia da independência do movimento. Como consta na matéria da Folha, era possível encontrar com frequência nas ruas as expressões “Ele Não” e “Mulheres contra Bolsonaro” em cartazes e camisetas, além da predominância das cores branca e roxa – tradicionalmente vinculadas ao movimento feminista – que foram os tons escolhidos para a representação do movimento.

A manifestação acabou sendo a maior manifestação feita por mulheres na história do país, além de ser também a maior manifestação contra um candidato já realizada no Brasil. Em matéria da BBC Brasil (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018), foram levantados quatro aspectos importantes acerca desse evento, que evidenciam com clareza a significação do movimento e sua força significativa, ainda que não tenha conseguido livrar a presidência do país das mãos de Bolsonaro. Nesse momento, a representação de coalizão que o movimento foi capaz de articular significa muito mais que seus fins avaliados como bem ou mal sucedidos, em vista da inevitável frente nas pesquisas e posterior vitória das eleições por parte do candidato do PSL. A pesquisadora Céli Regina Jardim Pinto, “especialista na história do feminismo brasileiro coloca que o primeiro aspecto importante do movimento é de que o #EleNão de 29 de setembro foi a maior manifestação de mulheres da história do país”, explicando que um grande contraponto a ser considerado nessa avaliação é que, por exemplo, na sua geração, o feminismo era mais associado a mulheres acadêmicas ou de movimentos sociais, que também era “um grupo mal visto pela sociedade e pela própria esquerda”, sendo que agora, o que tem-se é uma popularização do feminismo, sendo absurdo que alguém diga tranquilamente que é contra os direitos das mulheres (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018, n.p.).

O segundo aspecto importante a ser tomado em conta é de que nesse momento em que surge o movimento #EleNão, tem-se efetivamente uma análise de intenções de votos que se

desenha evidentemente com a diferença nítida de votos por gênero, em que homens, em geral, votam diferentemente de mulheres. Na matéria da BBC Brasil explica-se que

se dependesse dos homens, Bolsonaro sairia do primeiro turno isolado no primeiro lugar, com 37% das intenções de votos entre o gênero masculino. Já no que dependesse das mulheres, Bolsonaro terminaria empatado com seu principal adversário, Fernando Haddad (PT), com 21% de intenção de votos contra 22% das intenções de votos ao candidato do PT. (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018, n.p.).

É a maior diferença de votos entre homens e mulheres desde a ditadura militar, segundo consta na reportagem. Além disso, é importante ressaltar que “52% das mulheres dizem que não votam em Bolsonaro de jeito nenhum. Já entre os homens, esse percentual é de 38%” (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018, n.p.).

O terceiro aspecto importante a se levar em consideração é que, apesar de ser uma pauta tradicionalmente da esquerda, essa manifestação uniu todo o espectro político. A especialista Céli Regina Jardim Pinto explica que havia manifestantes de todas as vertentes, mas principalmente de esquerda e centro esquerda, e que, mesmo assim, caberia outras bandeiras. O quarto aspecto se volta às ações virtuais que colocaram em protagonismo as redes sociais como fator fundamental na organização do movimento:

O #EleNão saiu das redes sociais para as ruas. A ideia teria surgido no grupo de Facebook Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, que tem hoje 3,88 milhões de membros. A partir daí, o movimento se espalhou pelas redes. Mulheres, anônimas e famosas, brasileiras e estrangeiras, começaram a postar a *hashtag* nas redes sociais – entre elas, a cantora Madonna. Homens também aderiram. “As redes sociais foram importantes na popularização do feminismo, principalmente o feminismo jovem”, diz Céli. (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018, n.p.).

As redes sociais foram fundamentais na organização e disseminação do movimento que, ao todo, juntou até 100 mil mulheres nas ruas em todo o país. Esta ação, antes mesmo de ser considerada falha por não ter impedido a eleição de Bolsonaro, deve ser tratada com sua devida importância e tamanho, em vista de ter sido o maior movimento protagonizado por mulheres contra um candidato que se promove por meio do desrespeito e subjugo de mulheres, dentre outras classes que se encontram enquanto minorias. Historicamente, o movimento é de grande relevância porque apresenta a reivindicação e coalização das mulheres que, no decorrer da história, são apagadas e silenciadas das lutas e da sociedade em geral. Portanto, o movimento foi tomado aqui como objeto de estudo contundente com as propostas de observação de influência cultural e simbólica por meio do design em âmbito digital e urbano.

## 6.2 METODOLOGIA

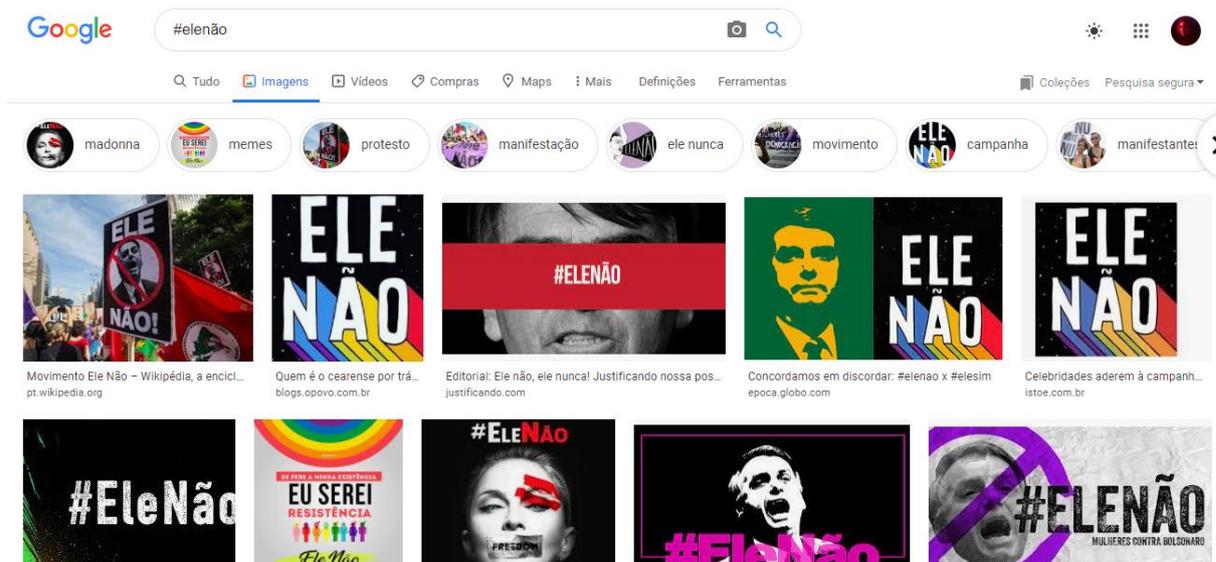
A metodologia empregada foi articulada com foco no campo de ação que o movimento organizou em sua construção e execução, isto é, em lugares do espaço virtual (redes sociais) e lugares do espaço urbano (atos e derivados em espaços públicos). A partir da seleção dos principais eventos das capitais com maior repercussão (São Paulo, Rio de Janeiro, Vitória, Brasília, Belo Horizonte, Goiânia e Recife), uma busca pelos rastros digitais dessas organizações possibilitou que fossem encontrados os principais eventos de cada cidade. Os eventos foram articulados pela plataforma de rede social Facebook e disseminadas por plataformas como Twitter e Instagram. Por meio dos eventos organizados pelo Facebook, foi possível contactar as organizadoras dos eventos para que as entrevistas pudessem ser agendadas. Como as entrevistas foram realizadas no ano de 2021, a maioria das organizadoras já não estavam com perfil ativo no Facebook, o que culminou em apenas 2 entrevistas de organizadoras, efetivamente, das cidades de São Paulo – SP e Goiânia – GO. Essa observação é interessante pois, em um espaço-tempo de 3 anos, a rede social se modificou completamente, ocorrendo uma forte migração do público mais jovem para o Instagram, enquanto o Facebook acabou mantendo um público mais velho.

Com as entrevistas também foi possível perceber que os formatos de articulação em cada rede eram diferentes: no Facebook, a movimentação foi puxada por grupos de mulheres. Esses grupos já eram um espaço comum da rede social, sendo alguns já organizados por movimentos políticos tradicionais, outros derivados de grupos de discussões feministas sem vínculo político-partidário. Ao contrário do que se imaginava a princípio, a mediação estética do design como algo imagético apenas não era o centro da capacidade de mediação e comunicação do design, pois percebeu-se que muito dessa articulação se dá, a princípio, por meio do design das plataformas das redes sociais e, posteriormente, pelas imagens ainda vinculadas ao impulsionamento das engenharias dessas plataformas. A atuação mais imageticamente direcionada do design se mostrou muito mais influente no espaço urbano, quando os atos ganharam as ruas, mas não apenas.

Enquanto os grupos de feministas se reuniam e criavam uma coalizão de mulheres através do acolhimento de relatos de abusos e casos de machismo instigados diretamente pelas disputas políticas; designers pulverizavam nas redes críticas visuais que traziam à discussão o cenário político e suas problemáticas. Essa disseminação das artes críticas ganhou um nome e um movimento que se engajou com essa proposta de dar pautas para discussões: o

Designativismo. O que, para muitos designers, artistas ou aspirantes da criação artística, era uma atividade paralela e pessoal da vida, passou a ganhar grande visibilidade nas discussões do espectro político. O caso mais visível dessa situação se deu com o autor da imagem mais disseminada do movimento #EleNão na internet.

Figura 3 – Resultados de busca por “#EleNão” no Google Imagens



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Militão Queiroz, o artista autor da arte que viralizou como símbolo da campanha #EleNão em 2018, até então era estudante de Letras no interior do Ceará, e não imaginava que sua arte, criada despreziosamente, fosse se tornar um símbolo a nível nacional. Militão conta em entrevista que nem se utilizava de programas profissionais para edição e criação das imagens (MOURA, 2018). Enquanto, por um lado, grupos de mulheres se utilizavam das plataformas *designed* para se articularem através de discussões, por outro, eram levantadas as questões que culminavam em tais discussões, através da disseminação das pautas por meio das criações gráficas que rodavam pela internet através das mídias sociais.

Tornou-se evidente, no entanto, que as plataformas de mídias sociais eram completamente necessárias para que tudo circulasse. No Facebook, pela sua proposta mais “dissertativa”, mas ainda imagética, as articulações aconteciam a nível textual. Gabriela que, apesar de não ter efetivamente organizado o evento de sua cidade, acabou acompanhando o movimento em suas vésperas, pois era uma das organizadoras das páginas que veicularam notícias dos atos para todo o país, conta que os grupos começaram a se movimentar por meio de relatos de mulheres sobre abusos, assédios e violências que acreditavam ter uma ligação

íntima pela naturalização que os discursos de ódio do candidato Jair Bolsonaro popularizavam nos grandes veículos de mídias. Por outro lado, no Instagram, era comum a circulação de imagens que propunham a discussão sobre esses casos, e que passavam a ser super compartilhados pelo apoio que as questões ganhavam nas mídias. Já no Twitter, por conta de sua natureza dinâmica, as discussões eram movimentadas de maneira mais instantânea, direcionando o rumo das pautas que se desembocavam nas outras redes sociais em forma de relatos e discussões de grupos do Facebook, e em forma de imagens que se disseminavam pelas redes do Instagram. Ambas as formas se utilizam do design para sua veiculação: seja pela plataforma, seja pela imagem.

Segundo reportagens e relatos das entrevistadas, os movimentos começaram a ganhar as ruas porque grupos bolsonaristas tentaram derrubar os grupos femininos de “Mulheres contra Bolsonaro”. A partir dessas tentativas – algumas, inclusive, bem-sucedidas – as discussões foram parar no Twitter e tornaram-se bastante relevantes, subindo a *hashtag* #EleNão. A partir daí, a discussão começou a se aquecer, ganhando imagens, como a de Militão, que passaram a estimular ainda mais as discussões e a disseminação da notícia, que logo tornou-se movimento. Nesse momento, quando a *hashtag* se tornou notória, os atos começaram a ser articulados para as vias de fato. É nesse cenário que se encontram os relatos das entrevistas com as organizadoras dos atos nas duas cidades: São Paulo – SP e Goiânia – GO, bem como de designers de Curitiba – PR, Brasília – DF, Limoeiro do Norte – CE e Salvador - BH.

### 6.3 A FICÇÃO QUE MEDIA OS POSSÍVEIS

As manifestações do movimento #EleNão se tornaram objeto desta pesquisa por ter vínculo tanto em espaço virtual quanto em espaço urbano, mas, mais que isso, por ter sido um movimento de apelo estético nítido e bem definido. Suas articulações foram objetivas, evidenciando uma organização estratégica a nível dos sensíveis. Das entrevistas concedidas pelas duas organizadoras, era uníssono os relatos de que os grupos que eram articulados para o impulsionamento dos atos eram organizados – ainda que não evidentemente – por organizações partidárias com articulação bem trabalhada. As duas entrevistadas foram responsáveis pela criação do principal evento em suas respectivas cidades: Fábria, que é artista, criou o maior movimento do país em São Paulo – SP, sendo este o evento preponderante que guiou as datas dos movimentos posteriores; Michely é servidora pública e advogada, e criou o evento em Goiânia – GO. As organizações dos eventos foram levadas por figuras femininas dos respectivos grupos locais, mas todas eram desvinculadas de partidos políticos. Apenas no caso

da Michely, havia já uma atuação mais partidária em sua trajetória pessoal, mas que, ainda assim, na época do movimento, não estava vinculada a nenhum partido. Ainda assim, todas relatam ter sentido um movimento guia por parte de partidos progressistas, para que os atos fossem às vias de fato.

Cada uma associou como percebeu. Gabriela (que não foi organizadora, mas participou da maior página de veiculação do movimento) percebeu que mesmo o grupo de mulheres no Facebook sendo apartidário, muitas figuras públicas locais acabavam por ajudar a movimentar as propostas e articulações. Em Vitória, o grupo de Facebook que administrava “mulheres contra Bolsonaro” tinha forte presença do PSOL por meio de Antônia Pellegrino, esposa de Marcelo Freixo, deputado federal pelo Rio de Janeiro então membro do PSOL e atualmente filiado ao Partido Socialista Brasileiro (PSB).

### **6.3.1 As organizadoras**

- Fábيا Karklin, Artista, Sem vínculo partidário, São Paulo – SP.

Figura 4 – Imagem do evento #EleNã – SP no Facebook

**29**

**29/09**  
15H - LGO DA BATATA - SP

**MULHERES  
CONTRA  
BOLSONARO**

SÁBADO, 29 DE SETEMBRO DE 2018 ÀS 15:00 UTC-03

**Mulheres PELA DEMOCRACIA**  
Largo da Batata

Sobre Discussão

**Detalhes**

320 mil pessoas responderam

Evento de Fábria Karklin

Largo da Batata

Valor: gratuito

Público - Qualquer pessoa dentro ou fora do Facebook

Mulheres que se opõem à candidatura de Jair Bolsonaro não se calarão. Juntas, diversas, apoiadoras de diversas candidaturas dizem não ao crescimento da intolerância, recusam discursos de ódio, sexistas, homofóbicos, racistas.

O evento está sendo organizado por mulheres que se conheceram no grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro. Ele NÃO FOI CRIADO e nem está sendo organizado por administradoras do grupo. Ele surgiu de forma espontânea e está sendo construído por ativistas, militantes políticas que apoiam candidatos e candidatas e que assumem suas posturas políticas com respeito.

Juntas mostramos nossas diferenças e o respeito à diferença. Temos lados, apoiamos programas políticos diversos e sabemos discutir com respeito. Juntas mostraremos o que é fazer política de forma democrática.

A proposta é de que aconteçam eventos simultâneos em todo o país.  
#juntassomosmaisfortes Ver menos

**Largo da Batata**  
São Paulo

**Ir com amigos** Ver tudo

**83 mil**  
FORAM

**237 mil**  
INTERESSADOS

Fernando e 9 amigos

Enviar mensagens a amigos

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Fábria foi responsável pela organização do evento #EleNã em São Paulo – SP. Sua tomada de frente na organização partiu de um grupo – “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” – que conta não se lembrar muito bem como acabou parando lá. Percebendo a movimentação das

integrantes em criar o ato, sentia que não era uma movimentação orgânica, e por conta desse sentimento, Fábía resolveu tomar a frente e “atravessar” o grupo, tomando para si a responsabilidade de criar o evento. Esse impulso foi uma tentativa de tornar o ato apartidário, porque havia percebido que, ainda que o grupo estivesse se articulando por meio de mulheres unidas, sentia que havia uma organização levando aquelas mulheres à criação do ato como algo “orgânico”, sem vínculo político. Nessa perspectiva, Fábía resolveu escolher um dia qualquer, sem auxílio de ninguém, como uma tentativa de tomar a frente na articulação do ato, a fim de livrar o direcionamento dos atos por uma manipulação que se resultasse em algum partido mais preponderante que outros.

Após a criação do ato, percebeu o exorbitante número de confirmações no evento que criou – no dia seguinte à criação, já havia 230 mil pessoas confirmadas no evento. Fábía resolveu procurar auxílio de algumas mulheres, a que chamou “militantes históricas” locais, já ligadas à causa feminista tradicionalmente, onde começou a participar presencialmente em reuniões para organização do ato, garantindo que os posicionamentos do evento se mantivessem centrais, pois tinha tomado isso para si como um compromisso de imparcialidade para/com as pessoas que se interessaram em ir. Com o evento tendo esse compromisso, a administração do evento no Facebook manteve-se fechada, gerando grande trabalho a Fábía, que relata ter recebido inúmeros contatos de pessoas de todas as sortes, em busca de informações e materiais para o ato. Apesar de não ter relatado os nomes dessas mulheres históricas, Fábía conta que eram ligadas ao PSOL e que, apesar disso, o ato foi extremamente plural, tendo um total de 28 organizações de mulheres que conversaram juntas para viabilizar o evento de maneira democrática. O evento declarava que o ato não tinha ligação partidária, ainda que fosse organizado por diversas mulheres de diversos grupos políticos com seus respectivos candidatos. No dia do evento, havia diversas bandeiras de movimentos e partidos vários; as cores, portanto, não foram padronizadas, mas foi colocado em ênfase a cor roxa, já tradicional do movimento feminista.

Fábía relata que muito de sua mediação nas comitivas acerca do ato, ainda dentro das organizações partidárias, se deu em função de uma tentativa de manter a imparcialidade partidária do ato, focando na participação da maior quantidade de pessoas possíveis, e que nessa mediação, acabou por gerar situações inéditas na cena política das manifestações, que considera de grande valor. O microfone passou a ficar aberto e no chão, ao invés de ser inacessível em cima de carros de som. Além disso, as representantes dos principais partidos se uniram para a elaboração da fala oficial do ato, tendo a participação de todas na leitura, onde cada uma lia um parágrafo. Acerca das imagens feitas do ato, Fábía acredita que mesmo na ocasião, tendo

tentado agregar o máximo possível de colaboradores fotógrafos e jornalistas para a veiculação das imagens, não conseguiu dar conta de todos, em vista de ter tomado a frente do evento sozinha. Logo, a veiculação dessas imagens aconteceu à revelia de seu controle, tendo, naturalmente, veiculações que eram convenientes a quem publicava – de apoiadores a opositores do ato. Da mesma forma, Fábria acha que o formato do conteúdo muda conforme a plataforma, por parte dos operadores das plataformas que mudam os conteúdos veiculados nesses espaços virtuais conforme os interesses políticos em torno delas, e não pela característica tecnológica ou estética da plataforma.

O movimento começou no Facebook, caminhou para a rua e depois seguiu nos aplicativos de mensagens WhatsApp e Telegram, sendo este último considerado mais seguro, ainda que, no entanto, Fábria tivesse sua conta hackeada, a deixando por mais de 1 ano sem acesso. A organizadora relata ter utilizado todos os recursos que tinha, e que todas as mulheres ali participando na viabilidade do ato ativaram “até suas próprias redes, e todo tipo de comunicação possível”. Para Fábria, o #EleNão não foi um ato construído pelas redes, mas sim um ato que também se utilizou das redes; e diz que, “se não tivesse os movimentos já históricos, não teria sido o que foi”. Fábria considera que a visualidade do movimento não foi própria, porque a visualidade do #EleNão foi a de “colher todas as outras visualidades e não deixar que o verde amarelo aparecesse”, como conta que era orientado: “Vá com o discurso que acha mais importante”. Acerca da singularidade do ato, Fábria conta que a grande diferença foi que o ato, que foi procedido por outros 3 atos, não era replicável, o que foi algo que percebeu já com os atos seguintes, contando que “não conseguiu repetir no segundo ato” os mesmos impactos que ocorreram no primeiro.

Apesar do pluripartidarismo, Fábria conta que “fez de tudo para que fosse pluripartidário, mas com recorte de esquerda” e que, por isso, foi mais bem demarcado como movimento “antifascista” para declarar a pluralidade de vozes e a não aceitação de um discurso único sobre os demais. Fábria relata considerar que tal ação foi algo puxado por ela com o intuito de garantir o discurso pluripartidário: “Foi o maior evento puxado por mulheres, mas garantindo pauta antifascista”. Quando questionada sobre sua opinião pessoal acerca de comentários negativos por parte da esquerda sobre o movimento, diz que viu apenas o candidato Ciro Gomes, que, segundo ela, não é de esquerda, e que são críticas que são possíveis, mas considera que

as pessoas estão muito acostumadas a uma forma específica [de atos], mas não foi nossa responsabilidade o Bolsonaro ganhar. O que fortaleceu a vitória do Bolsonaro foi o centro e a direita, além do empresariado, que acreditavam que ganhariam

dinheiro com isso. Eu discordo delas, mas vivemos numa sociedade democrática e devemos garantir que continue assim (informação verbal).

Quando questionada sobre acreditar se o movimento influenciou outros movimentos, Fábria conta que, não fosse a pandemia de COVID-19, provavelmente tivesse influenciado sim, mas considera que as movimentações depois do #EleNão foram bem menores. Ainda assim, acredita que há chance de ter influenciado, ainda que considere o #EleNão primeiro, único e irreplicável, porque tinha um objetivo concreto e direto. Ainda conta que

não foi um evento online que decidi tomar as ruas; foi um evento construído com “eu” chamando. Eu sempre soube da importância e sempre estive ligada às manifestações de rua, seja no meu trabalho pessoal, seja no reconhecimento da importância de todas as passeatas que saem à rua pra mostrar quem somos (informação verbal).

Fábria acredita que o movimento não poderia ser online porque “a presença do corpo me parece uma característica importante da existência humana. Esses corpos juntos constroem movimentos e ações concretas”. Ainda assim, acredita que, com os avanços tecnológicos, “cada vez menos isso será relevante”, mas insiste que “a presença do corpo tem uma visualidade muito específica”, a descrevendo como algo que

a gente olha e tem forma, massa, tem brilho e cheiro, tem um impacto na construção de laços muito profundos: estar do lado de alguém, correr de uma ameaça com alguém, se proteger juntos e se preocupar... porque o ato de rua passa por isso: pelo medo, pelos sonhos, a necessidade de gritar junto e isso tudo tem impacto e gera um ambiente emocional de força e alimento (informação verbal).

Por sua perspectiva, Fábria acredita que

os encontros produzem novas concepções de mundo porque só no encontro que se produz novas concepções de mundo. De que outra forma a gente sai do nosso lugar e vai pro lugar do outro? Então os atos são momentos de avanços nas nossas concepções políticas de mundo e nas compreensões das diversas localidades. Ainda mais agora que a gente só tem informações de pessoas que pensam igual a gente (informação verbal).

Acima, Fábria refere-se às bolhas dos algoritmos nas redes sociais, e ainda complementa que:

A gente está numa relação entre pautas identitárias, pautas muito fechadas, que não estão na construção desses discursos do “entre”, das pontes que só é possível no encontro com a diferença, no encontro em que se sente em risco, tal qual a outra pessoa, tão semelhante à outra pessoa. Os espaços de encontro são espaços de construção de concepções de mundos melhores (informação verbal).

Questionada sobre os motivos que levaram os corpos às ruas, Fábiana relata que “as mulheres sabem como nossos corpos são violentados diariamente” e acredita que o que motivou tantos corpos a estarem presentes no dia do ato foi justamente o discurso bolsonarista que carrega em si grande violência contra os corpos das mulheres. “Tinha uma violência explícita contra os corpos das mulheres e um desejo muito grande de impedir que isso se propagasse”. Fábiana também conta que o crescimento vertiginoso do candidato fez eclodir grandes embates dentro das famílias “de pessoas que já eram reacionárias e começaram a se sentir empoderadas”, o que considera que foi outro ponto decisivo para que as mulheres tomassem as ruas. “Acredito que as pessoas foram pra rua pra tentar frear uma figura fascista sim, mas não freamos”, diz Fábiana.

Questionada acerca da capacidade da oposição em fazer atos com a mesma proporção do #EleNão, Fábiana acredita que, ao menos em São Paulo, o ato começou sendo construído pela oposição, porque acredita que o intuito daquela articulação era de impulsionar a candidatura de Haddad e Manuela d'Ávila, relatando que a *hashtag* na verdade era #EleNão #ElaSim, em referência à vice da chapa, pertencente ao Partido Comunista do Brasil (PCdoB). O que torna interessante a perspectiva da organizadora, por considerar que mesmo dentro da esquerda, a chapa era oposição:

Eu acho que foi um ato também construído pela oposição... Tudo bem que eu atravessei para garantir o pluripartidarismo e a equidade de discursos para não tomarem os carros de som... eu fiz essa construção. Eu puxei esse recorte. Não sei se isso foi bom ou ruim, porque talvez se tivessem tomado um discurso para eleger a Manuela d'Ávila isso seria ótimo, a gente não teria o Bolsonaro. Não posso dizer que foi errado esse movimento que eles fizeram pra tentar garantir a candidatura (informação verbal).

Fábiana considera que sua tomada de frente nos atos garantiu que não fossem tomados por um único partido, e relata que “as mulheres acabaram tendo que abrir mão de muita coisa, porque estavam construindo o ato e de repente uma pessoa aleatória tomou a frente e exigiu que fosse pluripartidário, e elas tiveram que aceitar porque já tinha mais de 40 mil pessoas confirmadas”.

- Michely Coutinho, Advogada e Servidora Pública, Participa de Movimentos Políticos LGBT, feministas e sindicais, Goiânia – GO.

Figura 5 – Imagem do evento #EleNão – GO no Facebook

**GOIÁS**  
**29/09**  
**MULHERES**  
**CONTRA**  
**O FASCISMO**

**29**

SÁBADO, 29 DE SETEMBRO DE 2018 DE 09:00 UTC-03 A 14:00 UTC-03

**Mulheres contra Bolsonaro Goiás**

Praça Cívica, Central, Goiânia - GO, 74015-095, Brasil

[Sobre](#) [Discussão](#)

**Detalhes**

16,3 mil pessoas responderam

Evento de Rede Feminista Goiás

Praça Cívica, Central, Goiânia - GO, 74015-095, Brasil

Preço: gratuito · Duração: 5 h

Público · Qualquer pessoa dentro ou fora do Facebook

Mulheres contra Bolsonaro!

Mulheres e aliadxs em Goiânia irão para as ruas com todo o Brasil para um alto e sono ato contra Bolsonaro, que representa todo um conjunto de retrocess... [Ver mais](#)

Causas

**Organizador**

Rede Feminista Goiás  
Comunidade

SETOR CENTRAL  
GOIÂNIA

Praça Cívica, Central, Goiânia - GO, 74015-095, Brasil

**Ir com amigos** [Ver tudo](#)

**5,8 mil**  
FORAM

**10,6 mil**  
INTERESSADOS

Itamar e 45 amigos

[Enviar mensagens a amigos](#)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Michely é servidora pública, hoje com 39 anos, e conta que desde seus 21 anos atua ativamente na cena política de Goiânia, tendo se filiado ao PT por um período, mas, desde 2015, não tem mais vínculo oficial com o partido. Em sua entrevista, Michely relata que tem já grande vínculo com os movimentos de internet, tendo já uma tradição estável com o cenário tecnológico que sempre a impulsionou tanto em seu posicionamento político quanto em seus interesses acerca das tecnologias de forma geral. No início da entrevista, Michely conta que acreditava, no início da internet, que o espaço *cyber* existia para mobilizar a rua: “no início, a internet era para mobilizar para a rua, então o movimento era – que era o nome da minha palestra – da rede para ruas”, e que hoje, com a pandemia de COVID-19, se concretizaram ainda mais as “ruas digitais”, evidenciando o movimento inverso “das ruas para as redes”, em que até antes da pandemia, já havia essa demanda:

A gente faz uma manifestação e etc., mas tem que bombar até nas redes. Não tem essa de preponderância mais. Eu mesmo já disse isso há 20 anos atrás, com as redes sociais bombando mesmo: Orkut, Fotolog... e o Orkut mesmo, acho que foi a grande rede que trouxe mais mobilização política. Tanto que lá foi meu primeiro B.O. de ameaça [de morte] (informação verbal).

Michely comenta que, com a pandemia, houve uma quebra de paradigmas nesse sentido, porque, se antes a internet era “meio”, agora a internet também é “fim”, e explica que

como militante e advogada, sempre disse que a rua é a fonte do direito. Não é à toa que eu fui pro direito do trabalho que é onde literalmente a rua é fonte! Quando eu estou falando do direito, a fonte é a lei, né... a fonte formal é a lei. A gente trabalha a lei como a fonte formal e a rua, a fonte material através de greve, protestos, mobilizações que culminam ali no acordo e na convenção coletiva que faz levantar parte do meu trabalho (informação verbal).

Por isso, quando a internet começa a tomar espaço na militância, esta sai da posição de “meio” e passa a ganhar lugar também de “fim”, porque as discussões e a preponderância da dimensão de corpos uníssonos ganham outras visualidades, tal qual o “*Trending Topics*” do Twitter, que levantou a *hashtag* #EleNão e que movimentou o cenário político a tomar também as ruas. Michely acredita que o que juntou as pessoas no mesmo tema foi o tema único, objetivo e direto, conta: “Ele não! Era não deixar que os fascistas subissem ao poder e foi isso que se comprovou, né?! Três anos se passaram e ele é o pior líder na pandemia”.

Para o ato em Goiânia, Michely relata ter sentido muito medo na época, o que fez com que a cor oficial do evento fosse a branca. Na época, em 2018, havia muitos casos de manifestações bolsonaristas que agrediam quaisquer pessoas vestidas de vermelho, o que acabou se espalhando como uma forma de desencorajar as manifestações de esquerda por

medos de retaliação. Por isso, no ato de Goiânia foi amplamente divulgado que não houvesse a presença de crianças, mas que, ao final, acabou por ocorrer tudo bem. Como alguém que presenciou esse ato, acho interessante acrescentar que, apesar de não ter havido quaisquer lesões ou violências efetivas em quem estava no ato, houve claramente uma sensação de maior vulnerabilidade, com muito embate de opositores presentes nas ruas que xingavam e aceleravam como ameaça a quem ocupava a rua. Michely revela que, depois do primeiro ato, organizado pelo Facebook e por grupos de WhatsApp, houve mais 2 atos contra Bolsonaro, mas que o maior fruto que o primeiro ato deu foram as “banquinhas da democracia”, como explica:

A gente foi pra rua quase todos os dias da campanha eleitoral a fim de mais diálogo com todo mundo. Nos inspiramos naquele baralho da Sabrina Fernandes, do Tese Onze. Eu fui para a feira, pro centro da cidade e colocava uma banquinha com cadeiras, servia chá, café e durante isso a gente dialogava com o povão (informação verbal).

Um grande diferencial que o ato do #EleNão teve foi a nítida anuência da população, pois foi explicitamente uma das maiores manifestações que já ocorreram na cidade, juntando mais de 20 mil pessoas dentre mulheres, homens e LGBTs com um mesmo propósito. Michely ainda acrescenta que foi uma grande conquista de público, em vista de que os atos de rua que mais tinham presença eram os relacionados ao orgulho LGBT, o que também critica, ainda que faça parte da comunidade, e explica que acredita ter tido tanta gente porque a estética das chamadas e dos eventos mudou. Era mais bonita, atraente e tinha um foco específico, direto e objetivo, diferente das movimentações que costumam acontecer onde um informativo tem ao menos três *hashtags* diferentes e um posicionamento muito mais agressivo. No #EleNão, conta ter tido uma abordagem mais voltada ao amor, contra o ódio. Essa diferenciação de público foi muito percebida por Michely, que lembra ter visto muitas pessoas conhecidas mobilizadas que nunca tinham ido em uma manifestação antes:

Várias pessoas são amigas que eu não via há muito tempo, de amigos de centro espírita, do ensino médio... [...] Várias nunca tinham ido em um ato. Pessoas que eu já tinha convidado a vida inteira e não iam. Várias pessoas se juntaram ou para ir ao ato, ou para fazerem as banquinhas da democracia. Faziam isso porque a ameaça era um fascista. Fizeram isso para não deixar que ele subisse ao poder. A gente nunca tinha feito um convite tão claro nos meus últimos 20 anos de militância, isso com certeza! (informação verbal).

Questionada sobre o porquê de ter tido, pela primeira vez em tanto tempo, tantas pessoas na rua, responde que “a ameaça do fascismo nunca foi tão grande para a minha geração”. O fato de as artes terem se pacificado, gerando uma alteração completamente nova à

visualidade das causas do movimento, sendo prova disso a quantidade de pessoas novas que marcaram presença no ato. Michely ainda conta que muitas dessas pessoas que conversaram com ela, declararam inúmeras vezes como acharam o ato muito bonito. Houve um grande empenho nas questões culturais do ato, com músicas próprias, um discurso mais pacificador e maior coerência estética, com objetividade organizada, além de ter saído do estereótipo da comunicação: cores vermelhas, chamadas quase que de guerra... as mesmas chamadas de sempre, “praticamente a estética da revolução Russa”, brinca. Michely acredita que, não fosse uma proposta visual diferente, o evento não teria conseguido furar a bolha, como furou, até mesmo dentro do âmbito feminista. Michely ainda relata que tradicionalmente sempre há um boicote sobre as manifestações de esquerda, com a mídia sempre relatando quantidades de pessoas em rua inferior ao que de fato havia, mas, com a ascensão do bolsonarismo, as organizações passaram a ter que lidar também com boicotes por parte de donos de gráficas e demais mídias de publicidade, que ao perceberem o conteúdo das impressões, se recusavam a executar os serviços. Além disso, apesar dos boicotes, também conta ter sido possível perceber uma maior cobertura por parte das emissoras, já que foi um evento nacional, veiculado pelas emissoras de todas as grandes capitais.

Acerca do conteúdo que cada plataforma distribuía, Michely acredita que o Facebook era um espaço mais voltado para “textões”, sendo o Instagram mais voltado para “imagens” e o Twitter, para análises curtas. Em sua concepção, todas as veiculações tinham que se adequar a cada formato das plataformas, para que o movimento pudesse ter grande alcance, e diz perceber isso quando se dispõe a fazer as campanhas “com essa perspectiva”, além também da diferença de público de cada plataforma, sendo o Facebook para pessoas mais velhas, onde relata que seus pais usam mais, Instagram para pessoas mais jovens e o Twitter é onde concentra a fonte política, com notícias e assuntos mais imediatos, o dito “termômetro da internet”. Michely relembra que antes dessas redes sociais, a militância acontecia na “blogosfera”. Ainda assim, acredita que, mesmo que a internet concentre muito da discussão política, a rua é imprescindível, e ainda comenta essa experiência do 100% online que a pandemia proporcionou aos movimentos políticos:

Hoje eu tenho certeza, por causa da pandemia e de como experimentamos o ambiente 100% online, que o direito nasce na rua! A humanidade e a história da humanidade, de conquista de direitos e de evoluções... os grandes atos, protestos, greves, sempre foram na rua. Acredito que hoje isso passa por uma ressignificação, mas [o espaço virtual] ainda não é um ambiente 100% real. [...] Nada substitui o presencial da mesma forma que nada substitui o alcance da internet (informação verbal).

Outro ponto levantado por ela é de que ainda se perde muito tempo com discussões improdutivas, que acredita que, com o tempo, consiga se equilibrar melhor com ações. Michely, que vai às paradas LGBT desde as primeiras edições, lamenta como essa pauta cresceu rápido e como esses números não se repetem quando se trata de pautas antirracistas, feministas, de pautas sindicais e de garantia de direitos. Além disso, também questiona o distanciamento que se fez ao longo das gerações, com as pastorais e demais iniciativas religiosas que tinham parcerias com as posições de esquerda.

#### 6.4 A ARTICULAÇÃO DO DESIGN

A partir da visão de estética que Rancière (2020) dispõe, uma perspectiva própria da “ficção” é tomada como uma nova “maneira de contar histórias, que é antes de mais nada, uma maneira de dar sentido ao universo empírico das ações” (Rancière, 2020, p. 55), isto é, uma linearidade histórica de sucessão de causas para dar ordem à realidade, que nem por isso, realmente se desenrola dessa forma. Logo, a ficção – como foi questionado a Rancière (2020) – não substitui o real, mas lhe dá ordem causal. Partindo dessa premissa, é possível tomar partido do design como essa forma organizacional própria da ficção, que dispõe uma linha guia de interpretação dos fatos.

Ao longo dos relatos nas entrevistas, foi possível perceber que o design atua como essa organização ficcional da realidade em diversos níveis: desde a “*timeline*” do Facebook e do Instagram, que desenrola histórias sobre o mundo, de forma personalizada a cada um (projeto que viabiliza algoritmos que trabalham para atrair a atenção do usuário, por meio de conteúdos que impactam cada um especificamente), quanto através das próprias histórias que um texto ou imagem é capaz de trazer, afetando pela empatia, ou mesmo pela curiosidade de algo novo, que surge da desassociação das manifestações às estratégias visuais tradicionais já pouco apelativas à grande população, que carregam em si, estigmas. Em todos esses casos, o design organiza os signos e significados que foram planejados para ser passados, desde uma cor a uma frase. Desde um formato de distribuição de mídia, à sua utilização: sempre há uma intenção por trás.

O ato, e todas as estratégias que viabilizaram o ato do #EleNão, têm inúmeras articulações de design que alteram efetivamente toda uma ordem estética, que por sua vez é política e concreta no espaço. Apesar de Fábria não acreditar tanto no poder da internet e de suas veiculações, não consegue negar que a articulação se deu pelas redes – articulação essa coordenada ou não. Como Michely coloca, o espaço *cyber* se torna também um “fim”, e não mais apenas um “meio”, porque a *hashtag* se tornou relevante pela movimentação *cyber* que

gerou e desembocou nas ruas concretas. Em uma fala pontual, Michely sintetiza toda a relação dos espaços (urbano e *cyber*) com a política: “Nada substitui o corpo presencial [na rua], da mesma forma que nada substitui o alcance da internet”. Nesse sentido, evidencia-se o entrelaçar desses espaços como ação e causalidade.

A tela media esses espaços aonde o corpo sozinho é incapaz de chegar. Veicula ficções esteticamente, que afetam o público. O sujeito se afeta por essas apreensões estéticas, dando sentido ao que percebe, com base no que tem de bagagem capacitadora de identificação daquilo. Assim uma pauta ganha espaço: quando motiva em muitos uma discussão generalizada. Assim aconteceu para que a *hashtag* #EleNão chegasse aos *Trending Topics* do Twitter. É importante lembrar também o porquê de essas comunicações traçadas pela tela não deixarem de ser ficção: porque a tela é um simulacro e da mesma forma que transmite fatos, também transmite deturpações convenientes a quem publica, gerando assim a grande efetividade das *Fake News*, também famosas nesse período.

Como foi abordado diversas vezes nas entrevistas, as organizadoras associam fortemente o sucesso desses atos nacionais à clareza da comunicação, que, como poucas vezes em muitos anos, foi sucinta, direta e objetiva: #EleNão. Além disso, esse sucesso também se deve à iminente violência generalizada que mulheres e minorias, sempre muito ameaçadas por Bolsonaro, já temiam há muito tempo. Essas figuras sentiam o risco iminente que tal candidatura significava, logo, para as comunidades LGBT e feministas, Bolsonaro já significava uma carga bem estruturada de retrocessos e violências, o que explica a participação em peso de mulheres de diversos posicionamentos políticos e da comunidade LGBT. Há uma linha reta traçada às experiências dessas pessoas com Jair Bolsonaro, fazendo com que seus significados sejam remetidos ao medo íntimo e individual de poder caber na posição de vítima. Coube ao design ordenar da melhor maneira possível esses afetos ao público correto, tal qual Rancière (2020, p. 55-58) descreve sobre a função social da ficção:

Torna-se uma ordenação de signos. Todavia, essa ordenação literária de signos não é de forma alguma uma auto-referencialidade solitária da linguagem. É a identificação de um lugar, um grupo, um muro, uma roupa, um rosto. [...] O real precisa ser ficcionado para ser pensado.

É por isso que o autor insiste que a ficção define formas de conexão entre os fatos, em suas diversas formas de apresentação, e a capacidade interpretativa de tais fatos, o que indefine a separação entre a razão dos fatos e a razão da ficção, porque tudo depende de quem interpreta, e do que traz consigo como conhecimento e ferramenta para a interpretação – até mesmo a

história. Rancière (2020) ainda explica que essa é a mesma metodologia que qualquer historiador e/ou analista social toma para observar a realidade. Nos formamos em uma realidade histórica, que demanda tal formato de organização para que as coisas façam sentido causal e, por esta razão, tudo é uma questão de perspectiva ficcional. Esse ponto inclusive se mostra alargadíssimo quando se foca na construção de realidade que um sujeito remonta ao acessar as redes sociais: uma ordem cronológica e causal que se molda a cada ser humano conectado, conforme a memória da inteligência de máquina consegue organizar, prazerosamente, ao usuário. Moldam a realidade que o sujeito passa a enxergar. Realidade com olhos de filtros imaginários que propiciam a visão. Conforme Rancière (2020, p. 59),

Os enunciados políticos ou literários fazem efeito no real. Definem modelos de palavra ou de ação, mas também regimes de intensidade sensível. Traçam mapas visíveis, trajetórias entre o visível e o dizível, relações entre modos do ser, modos do fazer e modos do dizer. Definem variações das intensidades sensíveis, das percepções e capacidades dos corpos. Assim se apropriam dos humanos *quaisquer*, cavam distâncias, abrem derivações, modificam as maneiras, as velocidades e os trajetos segundo os quais aderem a uma condição, reagem a situações, reconhecem suas imagens. Reconfiguram o mapa do sensível confundindo a funcionalidade dos gestos e dos ritmos adaptados aos ciclos naturais da produção, reprodução e submissão. O homem é um animal político porque é um animal literário, que se deixa desviar de sua destinação “natural” pelo poder das palavras.

Evidencia-se, portanto, a parcialidade de quem cria. Consecutivamente, evidencia-se a afectibilidade do ser humano; sujeito social, inserido em espaço comum, movido pela mimese social ao outro e a internalização dos desejos e assimilação disto em si; se transformando inúmeras vezes no “eu” de cada um. Não por acaso, o movimento #EleNão foi insistentemente caracterizado como um dos atos mais artísticos presenciados por parte dos entrevistados. Os afetos alcançam por meio das assimilações entre meio e sujeito, e a internet alcança os sujeitos como nada antes poderia alcançar. A internet afeta pela tela, através da ficção que uma história veicula e acende medos e esperanças em cada um, tocando em seus íntimos desejos – traçando similitudes dentro de cada um, tornando o assunto relevante; digno de uma opinião ou participação. Um por um, faz-se a teia social. O sucesso do movimento se deu especificamente porque lidou com o íntimo de muitos: o medo e, conseqüentemente, a esperança.

Ainda assim, é importantíssimo observar este projeto de experimentação social em que as redes sociais se tornaram. É evidente que a articulação das redes se dá por um princípio na psique e seu sucesso se dá exatamente por isso. Apesar de individualizarem as referências de toda uma população, tirando o solo comum e transformando apenas o medo ou a esperança em espaços comuns, o que se evidencia com o movimento #EleNão é a articulação emancipatória disso. Apesar da grande representação de individualização social que as redes sociais

representam, por se tratar da mesma linha temporal – como explica Safatle (2018b) –, o medo e a esperança são extremidades da mesma linha. Enquanto alguns a utilizam pela dominação, alienando pelo medo; há o mesmo espaço de emancipação. Tornando assim o design e suas visualidades em algo essencial para a afecção e aproximação com o público. Isso é algo que se provou pelo relato de Michely, por exemplo, quando relata que foi a primeira vez em que a estética dos conteúdos do ato se manteve mais objetiva e sem interferência da estética comum utilizada pela esquerda, o que se evidenciou pelas novas pessoas que compareceram ao ato como nunca havia ocorrido antes.

Apesar da lógica individualista que move o projeto dessas plataformas de rede social, a falta de visão social e filosófica cria “bombas atômicas” devastadoras, pelo simples impulso de ver a máquina funcionar e, claro, rodando e gerando lucro. Diante do grande problema posto às ciências humanas; contra a bruteza e inflexibilidade das ciências duras, só poderíamos lidar com adaptações, gambiarras e hackeamentos no próprio sistema. Se, por um lado, as redes sociais desalojam as perspectivas da realidade, por outro, dissemina discussões e também conectam quem está disposto a questionar. É por essa ficção do simulacro da tela que novas possibilidades passam a circular, não como ideia utópica de um possível alcance, mas – parafraseando Rancière (2020, p. 60) – “como operários que devolvem à utopia seu caráter de ‘irrealidade’ prática, bem como seus arranjos de palavras e imagens, próprias para a reconfiguração do território visível, do pensável e do possível” porque, apesar dos desafios que a realidade nos impõe, é a partir desses desafios mesmos que nasce a potência de solução. “As ficções da arte e da política são, portanto, heterotopias mais do que utopias.” (RANCIÈRE, 2020, p. 62). Nesse sentido, segundo Rancière (2020, p. 60),

[a ficção] introduz nos corpos coletivos imaginários, linhas de fratura, de desincorporação. Como se sabe, isso sempre foi a obsessão dos governantes e dos teóricos do bom governo, preocupados com a “desclassificação” produzida pela circulação da escrita. [...] É verdade que a circulação desse quase-corpos determina modificações na percepção sensível do comum, da relação entre o comum da língua e a distribuição sensível dos espaços e ocupações. Desenham, assim, comunidades aleatórias que contribuem para a formação de coletivos de enunciação que repõem em questão a distribuição dos papéis, dos territórios e das linguagens – em resumo, desses sujeitos políticos que recolocam em causa a partilha já dada do sensível.

A mesma internet que segrega também conecta saberes. Através das discussões e problematizações do Twitter, do Facebook e de grupos de WhatsApp, a *hashtag* cresceu e alcançou ainda mais pessoas. A visibilidade é princípio da identificação. A identificação gera um anseio. Assim, milhares de pessoas tomaram as ruas, por um movimento oriundo do “não-lugar”, mas que impulsionou ao mesmo lugar: o Largo da Batata, a Praça do Papa, a Praça

Cívica. Todos juntos no mesmo dia e hora, com a mesma convicção, esperanças, medos e anseios. O design direcionou efetivamente os rumos políticos de uma nação. Quando Butler (2019, p. 65) questiona: “Como a população sem fala pode falar e fazer as suas reivindicações? Que tipo de rompimento é esse no campo do poder? E como essas populações podem reivindicar aquilo de que necessitam para persistir?”, são soluções como a internet e o design que mediam e dão fim às performatividades das ruas, que fundamentam direitos fundamentais através de atos, greves e manifestações de forma geral.

## 6.5 A ARTICULAÇÃO DOS DESIGNERS

As entrevistas com artistas e designers (nos Apêndices A, B, C e D) se deram por escrito, a partir de troca de e-mails. Os entrevistados foram escolhidos por suas relevâncias: artes que se disseminaram fortemente no espaço virtual durante o movimento #EleNão, como também nos espaços urbanos de diversas formas, mas, principalmente, nos próprios atos. Ao todo, foram convidados 6 artistas e designers: 3 homens e 3 mulheres. No entanto, até o período de entrevistas previsto pelo cronograma desta pesquisa, apenas Gladson Targa, Rapha Baggas, Militão Queiroz e Juliana Pina haviam respondido; ou seja, das mulheres, apenas uma havia respondido, o que esclarece a quantidade inferior do ponto de vista feminino acerca de um movimento feito por mulheres, sobre mulheres. É importante colocar esse ponto, pois foi normal, inclusive por parte de muitos homens da esquerda, que, após os atos – estes considerados os maiores atos feministas do país! – culparem essas mulheres em manifestação, pela proeminência do candidato Jair Bolsonaro, ainda que este já estivesse em alta e clara ascensão, que foi, inclusive, o que fez tantas mulheres se movimentarem e tomarem as ruas. Tal movimento não foi puxado por nenhum ato não relacionado a gênero, porque a iminência maior de violência não pairava contra todos de forma igual, mas pairava muito mais sobre as mulheres, negros, indígenas e comunidades LGBT – ainda que, de forma geral, fosse uma violência que poderia chegar a todos os gêneros.

A primeira pergunta feita aos entrevistados focou em saber qual era a opinião dos artistas a respeito da própria posição de criação, bem como se consideravam que isso afetaria a sociedade. As respostas sintetizaram uma noção de que as informações e temas que veiculam a partir de suas criações têm essa expectativa de esclarecer pautas consideradas nocivas a toda a população. Por isso acreditam que interfere na sociedade, pois acabam por tocar em assuntos relacionados ao bem coletivo. Militão Queiroz inclusive coloca que “muitas pessoas se

identificavam e se sentiam representadas”, o que evidencia uma ligação afetiva<sup>27</sup>; bem como tentam levantar discussões sobre valores culturais, sociais e classistas, o que evidencia novamente essa afecção pelos temas, já que tocam a todos, facilitando o reconhecimento de si no assunto. Juliana ainda pontua sobre a sincronia de temas que acontece quando vários artistas falam de uma mesma coisa, pois isso demonstra um campo de impacto muito maior do que quando se imagina um único artista falando isoladamente. É importante lembrar que aqui são 4 artistas e designers que participaram do movimento #EleNão ao mesmo tempo, mas que na realidade, foi uma rede de criadores muito maior. A sincronia dessas pessoas disseminando conteúdos sobre um mesmo fato é algo que redimensiona muito toda essa produção artística e, consecutivamente, todo um impacto cultural.

A segunda pergunta foi sobre a consideração do caráter político dos conteúdos veiculados por eles e porque se interessaram por essas temáticas. É interessante perceber que Gladson, nesta pergunta específica, explica que não constituiu uma produção com forte abordagem política em suas criações por intenção premeditada, mas porque sempre se interessou em abordar “a relação humana com o meio social e político”, o que poderia ser transcrito aqui como o circuito dos afetos. Foi possível perceber também que todos os homens delimitaram um claro marco temporal em suas carreiras: as eleições de 2018 que foram marco inicial ou primordial para o reconhecimento e alcance de impressões dos seus respectivos trabalhos. No entanto, no caso de Juliana, a resposta foi curiosamente diferente, pois explica que, desde o começo de suas produções, já tinha um foco político muito marcado, por conta de sua perspectiva feminista, ainda que menos intencional e consciente quando em comparação a hoje, abrangendo temas políticos amplos com o passar do tempo. É possível, no entanto, perceber que a maioria já se manifestava politicamente, ainda que menos acidamente até 2018, ganhando mais “atrevimento” depois das eleições deste ano.

A terceira pergunta questiona qual seria o entendimento dos artistas sobre o papel do design em impactos sócio-políticos. As respostas expõem uma conformidade quanto a resultados melhores, mais rápidos e eficazes no sentido de informar e comunicar, além de proporcionar uma maior disseminação de informação e educação a partir das redes, movimentando politicamente ideias. Também se pontuou a importância da informação mais horizontalizada, sem amarras com a mídia tradicional. Outro ponto pertinente levantado por Militão é a já concreta imposição imagética da qual passamos constantemente a partir das propagandas, evidenciando olhares já treinados para a leitura desses formatos.

---

<sup>27</sup> Isto é, que deriva de afetos.

A quarta pergunta se direcionou à reflexão do impacto que seus respectivos trabalhos – que naturalmente acontecem inicialmente no espaço virtual –, ganham ao chegar no espaço urbano. Militão comenta que, muitas vezes, quando uma obra sua ganha as ruas, não é citado enquanto autor, mas isso não o perturba, porque considera que isso significa um grande sucesso comunicacional por parte de sua peça, que conseguiu gerar reconhecimento em muitas pessoas. Sua arte acabou por dar rosto às movimentações e até mesmo se desmembrando em outros diversos materiais contra Bolsonaro e até mesmo a favor do candidato da oposição, Fernando Haddad. Outro ponto levantado por Gladson foi que acabou vendo uma de suas obras estampando as ruas no dia do movimento do #EleNão, por meio de impressão de sua criação – até então – digital, e relata que “ver a imagem impressa e atuando na rua foi contagiante e me impulsionou a continuar”, tendo esse retorno pessoal que a representação de uma obra é capaz de atingir no público, também marcada por Baggas, que relata que tal identificação entre arte e público é “impactante e motivacional”. Juliana também traz um relato nessa mesma linha da identificação que a obra é capaz de gerar no público, quando comenta que “sente o impacto quando pessoas que não conheço vêm falar comigo sobre meu trabalho, me reconhecem e, de certa forma, me dizem ‘estamos juntas’”. Essa nítida troca por parte do espectador/público revela muito de como a identificação para/com a obra se trata muito de uma troca interna de cada um com o espaço externo que interliga a todos por meio do comum, isto é, a partilha do sensível que Rancière (2020) aborda.

A quinta pergunta questionou se, na opinião dos artistas, o impacto do que produzem, ganhando espaço em manifestações e movimentos em geral, amplia o conhecimento de fatos políticos sobre o país. Gladson tem uma posição muito interessante sobre essa pergunta, porque coloca que sua intenção é de “colocar luz sobre questões que precisam ser observadas com mais cuidado [através de] imagens que ilustrem o texto que a acompanha e vice-versa”, declarando um foco a nível projetual na intenção de ampliação do conhecimento por meio de uma imagem objetiva, e ainda completa: “minha intenção é basicamente manter a chama da indignação acesa nas pessoas, lembrando-as de suas responsabilidades com o todo”. Essa proposta de lembrança, quando situada no espaço das redes sociais, cria uma ruptura no fluxo contínuo de “rolagem” da tela, ao lembrar e chamar para questões políticas que cabem a todos. Baggas acrescenta que suas criações se tornam mais uma opção às mídias já tradicionais, compondo mais uma opção de opinião.

A sexta pergunta se refere às experiências dos artistas acerca do ato #EleNão em si, e sobre como viram as articulações virtuais desdobradas no espaço concreto. Gladson explica algo que Michely, organizadora do evento em Goiás, também pontuou em sua entrevista: de

que a grande atribuição que o design propicia é justamente sobre a síntese comunicacional e capacitação da informação, que já é tradicionalmente conhecida na esquerda como algo “bagunçado e mal aproveitado”. Militão comenta que manifestações que se apropriam de imagens se tornam icônicas, e considera que o movimento #EleNão acabou se tornando icônico e forte, marcando na memória. Baggas acha que o movimento teve “uma relevância de alcance determinante para que as discussões seguissem [...] com certo alcance didático”. Juliana, novamente, contribui com uma posição extremamente interessante, pois fala com propriedade de parte do movimento, uma vez que se autodeclara feminista e que, enquanto até mesmo mulher, tal ato a afeta de forma completamente diferente do que em homens. Juliana comenta que a sensação que teve “foi de que estávamos todos trabalhando juntos por uma causa que afetaria a vida de todos. Presenciei alguns atos nas ruas e pude compreender melhor o impacto dos compartilhamentos (de imagens, de informações, de ideias...) e foi muito revigorante para a minha esperança”. Seu relato exemplifica como as artes conseguiram comunicar, informar e conscientizar as pessoas e a prova maior disso é sobre como os atos do #EleNão foram os maiores atos feministas da história do país.

A sétima pergunta pede a opinião sobre o papel do design na potencialização de movimentos e manifestações de rua anteriores à pandemia de COVID-19. Baggas diz que acredita no “design como ferramenta disruptiva na construção de novos valores e quebra de estruturas falidas”, o que evidencia a crença de que o design, ao construir novos valores e quebrar com estruturas falidas, quebra com circuitos de afetos cotidianamente instaurados. Essa perspectiva de que o design e as imagens sintetizam rupturas no fluxo contínuo da normalidade instaurada, vai de encontro com a resposta de Gladson, que afirma não haver “novidade na relação entre o design e manifestações de rua, protestos e etc.”, porque a comunicação é peça basilar de uma tentativa de alterações nos circuitos de afetos instaurados, e a imagem acaba por abranger a capacidade interpretativa – como discorre Flusser (2017) – ao passo que a leitura linear da palavra ainda exige um conhecimento inicial para sua decodificação. O grande diferencial do design talvez more nessa capacidade de informar imagética e linearmente em uma mesma arte, de forma conjunta.

Por fim, a oitava e última pergunta questiona sobre a capacidade que o design tem de alienar e/ou emancipar por meio de sua influência. As respostas foram, no geral, voltadas para a aproximação do design ao propósito de informação, tais quais as demais artes (artes gráficas, literatura, cinema e até mesmo o jornalismo), com suas capacidades tanto de alienação quanto de emancipação. Um ponto exemplificador disso pode ser encontrado na resposta de Gladson, que afirma:

Ele aliena. Não há dúvida. Existe uma fantasia que envolve o design que o coloca num altar, como se fosse o amálgama entre a arte, a filosofia, a psicologia e a publicidade, um deus ao qual se deve recorrer quando apenas o conteúdo não é suficiente para convencer alguém a comprar algo. Mas também pode emancipar, sim, quando o que importa é informar, comunicar, não vender.

A colocação do cronista visual – como gosta de ser chamado – foi de grande síntese a respeito da influência que o design é capaz de exercer sobre sujeitos, pois quando realocamos o design aos interesses de venda, seu impacto fica ainda mais evidente. A informação também influencia, tal qual a desinformação, porque o princípio é o mesmo: a comunicação. A veracidade ou moralidade dos propósitos vem posteriormente ao fato, que é: o design influencia, porque atua pela estética e a estética é a base de nossa interpretação de tudo, que em seu princípio, significa sobrevivência.

## 7 CONCLUSÃO

Pela última colocação bem pontuada de Gladson, é possível concluir aqui, portanto, a pergunta a que esta pesquisa se presta: “Como especificamente o design atua na potencialidade de proporcionar organização social?”. O design proporciona a organização social porque atua por meio da estética, compondo o ambiente no qual os sujeitos se encontram. O sujeito é um ser social e, por esse fato, depende de formas comunicacionais de trocas de informação para sua sobrevivência, por isso o ambiente em que o sujeito está inserido é completamente decodificado para que quem ali está consiga estar em segurança e com seus desejos essenciais atendidos. A consequência da leitura de um espaço é a sua natural decodificação, ou seja, pontos que chamam a atenção das pessoas por cruzarem com suas intenções e memórias internas, culminando em uma necessidade de troca informacional com o meio pra a resolução de uma questão pessoal. A isso se chama “afeto”. Como falado na introdução: “toda mudança começa pelo sujeito, e é pelo sujeito que o design se articula.” Compreendido que o sujeito demanda tais trocas com o meio, e que o meio é composto por inúmeros sujeitos, o espaço torna-se cenário de trocas intensas de diversos desejos que ocasionalmente se chocam uns com os outros, fazendo com que surja a política. Por isso a política é intrinsecamente ligada ao corpo vivo que ocupa um espaço, sendo todo espaço parte de um comum e, portanto, parte de disputas entre desejos concomitantes.

O design, enquanto produção intencional por parte da vontade e artifício humano, é o que organiza as trocas simbólicas do ambiente em que o ser humano vive; é o que organiza os símbolos do qual o ser humano se utiliza para se comunicar; é o que organiza e setoriza os espaços no qual o ser humano transita; é o que produz as imagens nas quais o ser humano vai se projetar; é o que cria objetos e técnicas que auxiliam o ser humano a se desenvolver e sobreviver; é o que cria novos espaços para que os seres humanos se encontrem. Em síntese, o design é a mediação entre o ser humano e seu espaço, que se deriva em diversas formas: arte, engenharia, arquitetura, culinária, ou, como coloca Papanek (2020):

*Design é compor um poema épico, é executar um mural, é pintar uma obra de arte, é escrever um concerto. Mas design também é limpar e reorganizar uma gaveta de mesa real, é arrancar um dente, é cozinhar uma torta de maçã, é escolher lados para um mundial de baseball e é educar uma criança. (PAPANÉK, 2020, p. 3, tradução nossa).*

Por esse motivo, esta pesquisa se concentrou em averiguar os impactos sociais de criações do design, por acreditar que o pensamento filosófico sobre o que se produz deve

antever o “projeto e concepção” do qual atualmente os processos de design se concentram. Com a observação das análises feitas a nível das influências que o movimento #EleNão foi capaz de exercer nos espaços sociais contemporâneos – isto é, espaço virtual da internet e urbano da concretude cidadina – foi possível perceber uma longa linha de criações que propiciaram que tais significados fossem articulados como se deram. Desde a cor vermelha tradicionalmente ligada ao comunismo; a cor roxa ligada ao feminismo; até mesmo a programação que dispõe modos de usos de plataformas a até a organização de pensamento de usuário para quaisquer que sejam as criações, perpassam por uma intencionalidade criativa própria do design, a nível de visualização de um propósito e articulação de meios para seu alcance. Esta pesquisa evidencia essa linha de artefatos materiais e impalpavelmente materiais que passam pela articulação de uma transformação política. A política como fim focal aqui é simplesmente o ponto final de qualquer articulação social e, tendo o design articulação a nível social, a política acaba por ser um espaço nítido das consequências dos projetos. Aqui foi escolhida uma consequência voltada às influências sociais que se materializaram com a eleição de uma personagem absurda, mas que se manifesta diariamente de diversas formas: degradação ambiental, superprodução de resíduos, formação de padrões estéticos danosos às psiques humanas e, em especial, femininas, e tantas outras manifestações dessas produções que não pensam além do pleno funcionamento. Funcionamento este medido por um sucesso monetário, e não social; como colocado por Margolin (2014, p. 303): “Uma pesquisa em design como empreendimento especulativo”.

A diversidade de consequências que se apresentou com toda a linha de influências que se desenhou com a análise do movimento de ciberativismo deve ser tomado como grande chamada de atenção para a preocupante escassez de estudos do design de forma mais ampla. Essa crítica já vem sendo feita, ao menos, desde a década de 90, alertando sobre os impactos de como as escolas de design – trazendo consigo um traço marcado pelo modernismo – insiste em uma racionalidade de função que se descola da realidade social e torna-se rígida, tal qual Margolin (2014, p. 304) relata, parafraseando Christopher Alexander:

A racionalidade, vista originalmente como meio para abrir a intuição a aspectos da vida fora da experiência do designer, tornou-se quase da noite para o dia, um estojo de métodos rígidos que obrigavam designers e planejadores a agirem como máquinas, surdos a qualquer lamento humano e incapazes de rir.

A racionalidade a qual Alexander se refere, nada mais poderia ser do que a razão do capital, trazendo novamente o que Safatle (2018b) discorre sobre esta razão que se serve ao que mais dá lucro, sendo a razão uma construção social que, dentro do liberalismo, se materializa

no bem-estar do capital. Essa perspectiva enunciada pelo filósofo pode ser visualizada através do objeto aqui analisado, pois quando se pensa na razão como essa instância é construída socialmente, é por meio das comunicações e circulações de afetos que essa razão se consolida, trazendo à tona, mais uma vez, a importância que se há sobre o que se veicula e como se veicula. Por isso o design é articulador e mediador de afetos, tendo que tomar para si a responsabilidade do que produz e a necessidade de atenção à pluralidade da reflexão no design. Margolin (2014, p. 307) fala de como “é preciso levar o pensamento de design a se preocupar com a situação maior em que o produto existiria” e parafraseia John Chris Jones: “é mais verdadeiro dizer que os métodos do design se destinam ao projeto de ‘todas-as-coisas-juntas’, a situação, [...] significando funções e os usos das coisas, os ‘sistemas’ em que elas são organizadas ou os ‘ambientes’ em que elas operam.” (JONES apud MARGOLIN, 2014, p. 307).

Onde sistemas são “os conjuntos operacionais de que a vida moderna está sendo formada e produzida: sistemas de trânsitos, programas de computador, programas educacionais, hipermercados e etc. Essa é a escala do design” (MARGOLIN, 2014, p. 307), realocando as proporções tradicionalmente imaginadas isoladamente no design que até hoje tem muito compromisso na concepção e forma das coisas apenas para o alcance de metas, sendo o artefato produzido como ponto final. Toda a responsabilidade que advém desse artefato geralmente não entra no cálculo do projeto. Margolin (2014, p. 307) ainda acrescenta: “qualquer juízo ou experiência que tenha sido usado para criar os programas deve agora ser a eles incorporado e consequentemente ser observável”, pois, como é possível visualizar pela própria experiência das relações das redes sociais com articulações políticas, essas plataformas se provam muito mais do que meras veiculadoras de anúncios, mas como grandes máquinas de alienação em massa. O Facebook é um grande exemplo disso que Margolin (2014) argumenta ao chamar a atenção da responsabilidade dos programas criados, devendo caber nesses projetos as motivações e ambições de quem projeta, de forma observável, como compromisso de transparência do que estrutura tais iniciativas. Por isso, o que Margolin propõe é uma perspectiva mais filosófica acerca das produções do design; como explica no trecho abaixo:

Parece-me que o mais importante a fazer é melhorar o estado da educação em nossas escolas. Precisamos inserir algum nível de cultura, algum nível de história, algum nível de filosofia. Sem isso, teremos apenas um fluxo contínuo de pequenos designers e artesãos, ou, na melhor das hipóteses, de pessoas de paste-up. Precisamos providenciar uma estrutura cultural para nossa profissão. (VIGNELLI apud MARGOLIN, 2014, p. 175).

Por isso mesmo é que esta pesquisa se fundamenta em uma ordem cronológica de fatos que se desenrolam até a contemporaneidade e seus respectivos desafios, porque acredita que a história do design é essencial para essa perspectiva ampla dos domínios dos estudos em design. A visão dos métodos do design em associação com a história do design “situa o desenvolvimento do design ligando a história do pensamento e da prática projetuais aos seus resultados no presente” (MARGOLIN, 2014, p. 317). Dessa maneira, foi buscada uma linha lógica, através da guia do liberalismo e suas formas de articulação, isto é, os circuitos dos afetos de Safatle (2018b), que evidencia como a razão e as estruturas sociais são uma construção; as partilhas do sensível de Rancière (2020), que coloca em foco como toda a vida é uma divisão de partes privadas em um todo público e que, portanto, tudo interfere politicamente; o espetáculo de Debord (2013), que abarca materialmente toda essa articulação sensível e em circuito da qual Safatle e Rancière falam; os corpos em performatividades de assembleias a que Butler (2019) se refere quando observa o poder das manifestações que ocupam os espaços públicos, redesenhando novos circuitos de afetos com o que normalmente é invisibilizado. Concluindo com Victor Margolin (2014), que foi um expressivo pesquisador da história do design, trazendo grandes obras sobre a real dimensão do design e os desafios educacionais e de linhas de pesquisas inovadoras e abrangentes dentro das escolas de design que, ainda hoje, são extremamente incompreendidas e sofrem diversas dificuldades de aceitação e compreensão da própria área.

A pesquisa em design intensificará a dimensão de consciência e reflexão que são centrais a toda atividade produtiva de design. Dessa maneira, pode contribuir para a formação de profissionais mais conscientes e destacar, ao mesmo tempo, o design como um componente de cultura cujo estudo concerne a todos. (MARGOLIN, 2014, p. 317).

É por acreditar nessa dimensão ampla do design que esta pesquisa se fundamentou no desejo de evidenciar esta longa jornada de ordem projetual e de feita que fundamenta toda a ordem do design e que, no geral, não tem a devida atenção e importância que se merece. Esta pesquisa utilizou, como objeto, uma manifestação política de ordem *cyber* e urbana para abarcar toda a imensidão a qual o design perpassa, concluindo, portanto, que o pensamento histórico, social e filosófico dentro do design é uma necessidade urgente para a educação de tantas novas gerações que vêm se formando sem a consciência das consequências reais do que produzem.

## REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. **Meios sem fim**: notas sobre a política. Tradução: Davi Pessoa Carneiro. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?**: e outros ensaios. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.
- ARAÚJO, Henrique. Quem é o cearense por trás de marca da campanha contra Bolsonaro. **O Povo**, Fortaleza, 19 set. 2018. Política. Disponível em: <https://blogs.opovo.com.br/politica/2018/09/19/ele-nao-quem-e-o-estudante-cearense-por-tras-de-marca-da-campanha-contrabolsonaro/>. Acesso em: 1 jul. 2021.
- ATOS de mulheres contra Bolsonaro reúnem milhares em mais de 30 cidades. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 29 set. 2018. Poder. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/atos-de-mulheres-contrabolsonaro-reunem-milhares-em-mais-de-30-cidades.shtml>. Acesso em: 12 jul. 2021.
- AUGÉ, Marc. **Não-Lugar**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução: Maria Lucia Pereira. 3. ed. São Paulo: Papyrus, 2003.
- BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. Tradução: Gui Bonsiepe, Anamaría Bacci. São Paulo: Blucher, 2011.
- BECKER, Fernanda. #EleNão: após tomar as redes, movimento liderado por mulheres contra Bolsonaro testa força nas ruas. **El País Brasil**, São Paulo, 30 set. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018\\_413729.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.html). Acesso em: 1 jul. 2021.
- BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política das ruas**: notas para uma teoria performativa de assembleia. Tradução: Fernanda Siqueira Miguens. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Organizado por Rafael Cardoso. Tradução: Raquel Abi-Samara. São Paulo: Ubu, 2017.
- FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. Tradução: Eduardo Jardim, Roberto Machado. 4. ed. Rio de Janeiro: Nau, 2013.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução: Roberto Machado. 21. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- HEGEL, Georg. **Curso de estética**: o belo na arte. Tradução: Orlando Vitorino, Alvaro Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

- LA BOÉTIE, Étienne de. **Discurso sobre a servidão voluntária**. [S.l.]: eBookLibris, 2006. *E-book*. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2014171/mod\\_resource/content/1/Servidao\\_voluntaria\\_Boetie.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2014171/mod_resource/content/1/Servidao_voluntaria_Boetie.pdf). Acesso em: 3 jul. 2021.
- LUPTON, Ellen. **El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño**. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Tradução: Maria Cristina Tavares Afonso. Lisboa: Edições 70, c1960.
- MARGOLIN, Victor. **A política do artificial: ensaios e estudos sobre design**. Tradução: Cid Knipel Moreira. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- MARX, Karl. **O capital: livro I**. Tradução: Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2019.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do partido comunista**. Tradução: Luciano Cavini Martorano. São Paulo: Martin Claret, 2014.
- MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 out. 2018. Poder. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 24 jun. 2021.
- MERATTI, Humberto. Arte contra o fascismo. **Jornalistas Livres**, São Paulo, 4 out. 2018. Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/arte-contr-o-fascismo/>. Acesso em: 1 jul. 2021.
- MOURA, Eduardo. Estudante do interior do Ceará vê sua criação viralizar como símbolo da campanha #EleNão. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 set. 2018. Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/09/estudante-do-interior-do-ceara-ve-sua-criacao-viralizar-como-simbolo-da-campanha-elenao.shtml>. Acesso em: 12 jul. 2021.
- MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. Tradução: Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu, 2019.
- PAPANÉK, Victor. **Design for the real world**. 3rd. ed. London: Thames & Hudson, 2020.
- PATER, Ruben. **Políticas do design**. Tradução: Antônio Xerxenesky. São Paulo: Ubu, 2020.
- RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. Tradução: Mônica Costa Neto. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2020.
- ROSSI, Amanda; CARNEIRO, Julia Dias; GRAGNANI, Juliana. #EleNão: a manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. **BBC News Brasil**, São Paulo, 30 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 1 jul. 2021.
- SAFATLE, Vladimir. **Introdução a Jacques Lacan**. 4. ed. rev. atual. Belo Horizonte: Autêntica, 2018a.

SAFATLE, Vladimir. **Maneiras de transformar mundos**: Lacan, política e emancipação. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. 2. ed. rev. Belo Horizonte: Autêntica, 2018b.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, Milton. **Pensando o espaço do homem**. São Paulo: Hucitec, 1986.

SILVA, Armando. **Atmósferas cidadanas**: grafiti, arte público, nichos estéticos. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2013.

SILVA, Armando. **Imaginários**: estranhamentos urbanos. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2014.

SOUZA, Zuleika. Brasília sustenta maior renda per capita e tem periferia mais pobre do país. **Correio Braziliense**, Brasília, 18 dez. 2011. Cidades. Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2011/12/18/interna\\_cidadesdf,283249/brasil-sustenta-maior-renda-per-capita-e-tem-periferia-mais-pobre-do-pais.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2011/12/18/interna_cidadesdf,283249/brasil-sustenta-maior-renda-per-capita-e-tem-periferia-mais-pobre-do-pais.shtml). Acesso em: 22 jan. 2020.

TECNOCRACIA: o filtro alucinógeno do Instagram colocou a humanidade no divã – e alguns no caixão. [Locução de]: Guilherme Felitti. [S. l.]: Manual do Usuário, 29 out. 2020. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/4mnLMoqNZ5jxnbQnvRwN4x?si=d780ccdf53534102>. Acesso em: 1 jul. 2021.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Tradução: Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

## APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A ARTISTA VISUAL JULIANA PINA

Juliana Pina, Artista Visual – Salvador – BA.

— Você se considera um ativista digital? Se sim, como esse ativismo atua e afeta a sociedade?

— Sim. O meu ativismo se dá através de criações artísticas divulgadas na internet. Não acho que o meu trabalho sozinho tenha graaande impacto, mas quando ele se junta com os de outros artistas, e a medida que isso vai sendo compartilhado e falado, imagino que afete em algum nível quem está inserido no contexto digital.

— Você considera que o conteúdo produzido por você é político? Quando e por que começou a abordar esses temas?

— Sim. Acredito que boa parte das manifestações artísticas são atos políticos. Desde o começo, eu já abordava muito o tema do feminismo e causas entre mulheres, por mais que não fosse algo intencional ou tão consciente como faço hoje. Com o passar do tempo, outros assuntos de contextos políticos e sociais começaram a aparecer nos meus trabalhos.

— Localizando o seu trabalho como ativista nas redes sociais, como você compreende o papel do design hoje e seus impactos estético-políticos?

— Acredito que o design hoje colabora muito para disseminação de informação, educação e conscientização para diversos assuntos, inclusive os temas mais relevantes para movimentar politicamente os ideais, interesses e necessidades de uma grande parcela da população. Compreendo também que essa parcela que tem acesso ao material produzido por artistas e designers nas redes digitais ainda é menor do que a parcela que não tem acesso. O design e a arte, na minha perspectiva, são ferramentas necessárias e de extrema importância, mas não são as únicas e estão longe de serem suficientes.

— Como você compreende o impacto do seu trabalho nas redes, quando chega às ruas? Ou, como o ativismo digital chega ao espaço material da cidade?

— De formas mais sutis. O meu trabalho, diferentemente de outros, não costuma ter essa transferência tão visível para os espaços públicos. Não tenho muros pintados, cartazes ou lambes espalhados pela cidade, por exemplo. Mas sinto o impacto quando outras pessoas, que não conheço, vem falar comigo sobre meu trabalho, me reconhecem e, de certa forma, em algum

espaço do olhar, me dizem "estamos juntas". Fico feliz que meu trabalho chegue primeiro do que eu em alguns lugares, principalmente quando esses lugares são pessoas.

— Você acha que o que você produz e dissemina nas redes, tem impacto em movimentos, manifestações, que amplia o conhecimento de fatos políticos sobre o país?

— Sim. Às vezes numa escala local e outras em escala nacional. Alguns trabalhos ganham dimensões que eu não imaginava.

— Você atuou no movimento #EleNão? Como considera a visualidade do movimento e a mediação entre o design e as ruas naquele momento?

— Sim, produzi alguns conteúdos. Nas redes digitais é mais fácil ter essa sensação de que "todos já estão informados sobre isso", por conta das bolhas que compartilhamos.

Acho que os materiais de arte e design tiveram bastante relevância e de uma forma organizada, bem harmoniosa, pelo menos pra essas parcelas dentro das bolhas com acesso a essas informações. A sensação que tive foi de que estávamos todos trabalhando juntos por uma causa que afetaria a vida de todos. Presenciei alguns atos nas ruas e pude compreender melhor o impacto dos compartilhamentos (de imagens, de informações, de ideias...) e foi muito revigorante para a minha esperança.

— Dê sua opinião sobre o papel do design na potencialização de movimentos e manifestações de rua, cada vez mais frequentes no país no marco temporal pré-pandemia COVID-19.

— Acho que já respondi um pouco na pergunta anterior.

— Você avalia que o design tem capacidade de emancipar e/ou alienar? De que forma você compreende a influência que o design pode ter?

— Sim, acredito que o design e a arte têm essa capacidade. Olhando para a história e revisitando alguns momentos importantes, os artistas (e um pouco depois, os designers) sempre foram veículos de informação. A capacidade de comunicar alguma coisa através de imagens principalmente, esteve presente em grandes marcos históricos, para emancipar ou alienar. As redes digitais hoje fortalecem o potencial de disseminação.

Figura 6 – Arte de Juliana Pina



Fonte: Elaborado pela autora a partir de arte de Juliana Pina (2021).

## APÊNDICE B – ENTREVISTA COM O DESIGNER RAPHA BAGGAS

Rapha Baggas, Designer – Brasília – DF.

— Você se considera um ativista digital? Se sim, como esse ativismo atua e afeta a sociedade?

— Sim. Acabo produzindo crônicas visuais a partir de pautas que considero nocivas com relação a políticas públicas que violem direitos e/ou reproduzam preconceitos contraparte da sociedade.

— Você considera que o conteúdo produzido por você é político? Quando e por que começou a abordar esses temas?

— Sim. Acredito que antes mesmo da produção mais crítica já fazia um trabalho político de valorização da cultura, arte e regionalismos. As pautas mais ácidas se tornaram mais frequentes a partir das eleições de 2018.

— Localizando o seu trabalho como ativista nas redes sociais, como você compreende o papel do design hoje e seus impactos estético-políticos?

— O alcance das redes permite que assim como as mídias alternativas, as narrativas de uma forma mais horizontal contribuam com o desenvolvimento da sociedade como um todo, sem amarras com a mídia tradicional.

— Como você compreende o impacto do seu trabalho nas redes, quando chega às ruas? Ou, como o ativismo digital chega ao espaço material da cidade?

— Chegando às ruas nos aponta o alcance que se pode ter sabido utilizar as redes a seu favor, mas o retorno pessoal de um público que se sentiu representado pela sua obra é mais impactante e motivacional.

— Você acha que o que você produz e dissemina nas redes, tem impacto em movimentos, manifestações, que amplia o conhecimento de fatos políticos sobre o país?

— Sim. Acaba sendo mais uma “voz” somada aos movimentos tradicionais.

— Você atuou no movimento #EleNão? Como considera a visualidade do movimento e a mediação entre o design e as ruas naquele momento?

— Sim. O movimento teve uma relevância e alcance determinante para as discussões seguirem até o momento atual, é um movimento de médio/longo alcance, didático.

— Dê sua opinião sobre o papel do design na potencialização de movimentos e manifestações de rua, cada vez mais frequentes no país no marco temporal pré-pandemia COVID-19.

— Acredito no design como ferramenta disruptiva na construção de novos valores e quebra de estruturas falidas.

— Você avalia que o design tem capacidade de emancipar e/ou alienar? De que forma você compreende a influência que o design pode ter?

— O design acaba por ser somente mais uma ferramenta como a literatura, o jornalismo, o cinema... todos têm esse poder de influenciar, alienar ou emancipar.

Figura 7 – Arte de Rapha Baggas



Fonte: Elaborado pela autora a partir de arte de Rapha Baggas (2021).

## APÊNDICE C – ENTREVISTA COM O ARTISTA VISUAL MILITÃO QUEIROZ

Militão Queiroz, Artista Visual – Limoeiro do Norte – CE.

— Você acha que sua arte teve que tipo de impacto na sociedade?

— Sim, acho. Acredito que a mensagem que eu quis passar com a arte fez com que muitas pessoas se identificassem e se sentissem representadas. Além do fato da arte ter sido muito compartilhada em várias redes.

— Você esperava esse impacto quando criou a arte?

— Não, de forma alguma eu esperava. Fiz a arte apenas com a intenção de mostrar o quão eu era, e sou, contra a campanha de Bolsonaro para presidente. Esperava que alguns amigos fossem compartilhar, postar em suas redes, mas nunca me passou pela cabeça que pessoas famosas ou grandes vínculos de comunicação fossem postar.

— Você acha que sua arte ganhou essa proporção por quais motivos?

— Primeiramente pela identificação. Acho que as pessoas se sentiram representadas nela. Eu quis deixar uma mensagem clara e objetiva, então acredito que isso atingiu mais rápido as pessoas. Mas também tem o fato de eu ter postado a arte no meu Instagram no exato momento que a campanha “Ele Não” começou no Twitter e Instagram, que foram as redes sociais mais engajadas no movimento.

— Como foi a disseminação dessa imagem?

— Eu postei no meu Instagram e no Facebook, mas foi no Instagram que ela ganhou proporção. Pessoas compartilharam nos stories, outras postaram no feed. Com apenas dois dias que havia postado ela já tinha viralizado.

— Qual mensagem você queria passar com essa obra?

— Eu fiz a frase “Ele Não” na cor branca em um fundo preto com estrelas coloridas. Na palavra “Não” eu fiz uma cauda infinita nas cores do arco-íris. Eu queria que a arte representasse uma reposta da comunidade LGBT que é contra Bolsonaro.

— Você acha que, com a proliferação da sua obra, a mensagem se alterou em seu percurso?

— Acredito que sim, mas para um lado bom. A intenção era uma resposta da comunidade LGBT, mas foi além disso. Mesmo quem não faz parte da comunidade LGBT se sentiu representada com a arte. Claro que teve a galera da oposição que usaram a arte de forma indevida, como MBL, que colocou a imagem como capa de um vídeo deles no YouTube. Quando você vai assistir o vídeo descobre que se trata de um vídeo sensacionalista contra o Lula, associando o Ele Não ao ex-presidente. Também teve pessoas que fizeram “Ele sim” e na palavra “sim” fizeram a mesma cauda infinita que eu fiz, mas com as cores da bandeira do Brasil. Entre outras coisas. Mas de qualquer forma, essa parte sensacionalista e plagiadora não diminuíram a força da campanha e da arte.

— Como você entende que foi a recepção do público a sua obra? E ao movimento #EleNão?

— Bom, um amigo meu me disse que a movimento escolheu a minha arte para representar a campanha (risos). Fico muito feliz em ouvir coisas assim, mas não sei se chega a tanto. De qualquer forma vi o quanto a arte circulou na internet, pessoas usando camisetas, bottons, adesivos com a arte estampada. Vi a arte circular fora do país. Então eu chego a conclusão que ela foi muito bem aceita.

— Como foi ver a sua obra dar rosto a esse movimento?

— Fiquei muito orgulhoso. Não esperava que nada disso fosse acontecer. Para mim é uma surpresa até hoje.

— Você se considera um ativista digital? Se sim, como esse ativismo atua e afeta a sociedade?

— Sim. Nesses tempos de redes digitais a imagem é muito forte. Acredito que a mensagem que eu quero passar é absorvida mais depressa através dos *letterings*, pôsteres, cards que eu faço. Recebo bastante feedback de pessoas se sentindo representadas.

— Você considera que o conteúdo produzido por você é político? Quando e por que começou a abordar esses temas?

— Sim. Eu comecei a me engajar e me interessar por esse lado político na época da campanha para presidente de 2018. Assim como eu, vários outros artistas se sentiram insatisfeitos com o rumo que o país estava tomando e acabaram encontrando na arte uma forma de expor essa insatisfação.

— Localizando o seu trabalho como ativista nas redes sociais, como você compreende o papel do design hoje e seus impactos estético-políticos?

— A imagem sempre foi e é de grande importância na propaganda. Principalmente nesses tempos de confinamento, onde as pessoas acabam consumindo mais material digital, essas artes acabam tendo uma importância muito grande.

— Como você compreende o impacto do seu trabalho nas redes, quando chega às ruas? Ou, como o ativismo digital chega ao espaço material da cidade?

— Eu acho que isso acontece de forma muito orgânica. Muitas vezes meu nome nem chega a ser associado a imagem que eu produzo, isso acontece com muitos artistas. Isso não me incomoda. Quando eu vejo alguma imagem minha estampada em cartazes, camisetas ou projeções, eu vejo que estou seguindo no caminho certo.

— Você acha que o que você produz e dissemina nas redes, tem impacto em movimentos, manifestações, que amplia o conhecimento de fatos políticos sobre o país?

— O feedback que eu recebo sempre é que, de alguma forma, a minha arte representa um pensamento de um grupo ou uma opinião pessoal. Muitas vezes me pedem uma identidade visual para algum movimento e eu acho que isso ajuda bastante.

— Você atuou no movimento #EleNão? Como considera a visualidade do movimento e a mediação entre o design e as ruas naquele momento?

— Eu acho que todo movimento que se apropria de imagens se torna mais forte na memória. Não só a minha, mas outras muitas artes que simbolizaram o movimento, tiveram um impacto muito forte nas ruas. Acho que se tornou um ícone para simbolizar de que lado você estava naquele momento.

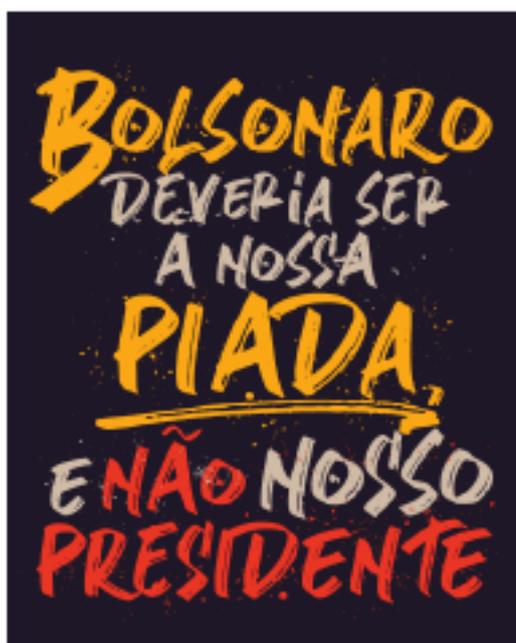
— Dê sua opinião sobre o papel do design na potencialização de movimentos e manifestações de rua, cada vez mais frequentes no país no marco temporal pré-pandemia COVID-19.

— Como falei acima, a imagem sempre foi, e é, uma peça muito importante em campanhas. Tivemos uma campanha com bastante repercussão digital e nesse caso a importância da imagem quadruplicou.

— Você avalia que o design tem capacidade de emancipar e/ou alienar? De que forma você compreende a influência que o design pode ter?

— O design tem um papel muito bonito e inclusivo. No meu entendimento, o design vem para quebrar a barreira da desinformação. Muitas peças acabam por dar cara a muitos movimentos. Mas também pode ser usado para alienar. Assim foi feito por muitos grupos, dou exemplo o MBL que distorceu o material que eu fiz.

Figura 8 – Arte de Militão Queiroz



Fonte: Elaborado pela autora a partir de arte de Militão Queiroz (2021).

## APÊNDICE D – ENTREVISTA COM O NARRADOR VISUAL E ARTIVISTA GLADSON TARGA

Gladson Targa, Narrador Visual e Artivista – Curitiba – PR.

— Você se considera um ativista digital? Se sim, como esse ativismo atua e afeta a sociedade?

— Sim. Creio que atua no sentido de pôr luz sobre temas sensíveis, muitas vezes ignorados pela sociedade por estar sobre o julgo de pontos de vista pré-concebidos por valores culturais, sociais, classistas, etc. Afeta quando aponta as distorções e divergências desses pontos de vistas com relação às realidades distintas.

— Você considera que o conteúdo produzido por você é político? Quando e por que começou a abordar esses temas?

— Sim. Dia desses descobri que produzo esse tipo de conteúdo já há algum tempo, pra lá de 10 anos, mas sem pretensão de construir um trabalho dedicado ao tema. Abordei a relação humana com o meio social e político em minhas músicas, em meus poemas, em meus contos e, agora, em minhas crônicas visuais.

— Localizando o seu trabalho como ativista nas redes sociais, como você compreende o papel do design hoje e seus impactos estético-políticos?

— Então, eu não compreendo meu trabalho mais como design, mas sim como ilustração. Logicamente, uso elementos, conceitos e ferramentas do design para produzir esse trabalho, pois é onde atuo profissionalmente. No entanto, creio que com o design aplicado nesse contexto é possível obter resultados mais rápidos e eficazes no sentido de informar, comunicar, eliminando muito do ruído comum às peças que viralizam nas redes sociais.

— Como você compreende o impacto do seu trabalho nas redes, quando chega às ruas? Ou, como o ativismo digital chega ao espaço material da cidade?

— O que impulsionou essa minha nova experiência como designer ativista – preciso te confessar que preferia que tivéssemos uma palavra nossas, não importada, para designar esse ofício – nas redes sociais foi justamente o momento em que uma de minhas artes foi transferida para o papel e aplicada em diversos muros da capital paulista no dia do Ele Não. A imagem de Bolsonaro com o post-it na testa foi colada 14 vezes em tamanho grande por ativistas feministas

do Largo da Batata à Avenida Paulista. Ver a imagem impressa e atuando na rua foi contagiante e me impulsionou a continuar. Talvez o que mais impressione nesse movimento coletivo é quando ele ocorre de forma espontânea, como foi esse caso e o de outras peças, como a clássica Ele Não, do Militão Queiroz. De lá pra cá, outras ocasiões tiveram peças minhas tiradas das telas e impressas, projetadas, remixadas, como a marca do Carrefour ensanguentada. Há limitações que impedem que muitos trabalhos que funcionam bem nas redes sociais não consigam obter o mesmo êxito quando impressos. Hoje, a maioria dos meus trabalhos não tem essa capacidade de transição do meio eletrônico para o físico. Uma das limitações mais relevantes, certamente, é o método de impressão, pois muita coisa não funciona em um formato A4, não só pela questão de redimensionamento, mas porque limita o tempo de observação da peça. Por isso, o que mais inibe a produção de peças transferidas do meio digital para o físico é o preço alto dos formatos grandes. Uma das formas que hoje considero mais promissoras para sanar essa dificuldade são as projeções em prédios, pois cria a ilusão do suporte sólido, do muro, da parede.

— Você acha que o que você produz e dissemina nas redes, tem impacto em movimentos, manifestações, que amplia o conhecimento de fatos políticos sobre o país?

— Sim, não tenho dúvida. Boa parte da minha produção hoje, exceto quando em questões muito específicas, como peças que alertam para eventos – votações polêmicas, ações de despejo, manifestações – e que chamem para ações de rede – tuitaços, etc. – tem a intenção de colocar luz sobre questões que precisam ser observadas com mais cuidado, como, por exemplo, a auto-responsabilização acerca de todos os eventos que nos trouxeram até os dias de hoje, como o golpe contra Dilma, a prisão de Lula, a eleição de Bolsonaro, etc. Procuo fazer com que a imagem illustre o texto que a acompanha e vice-versa. Minha intenção é, basicamente, manter a chama da indignação acesa nas pessoas, lembrando-as de sua responsabilidade com o todo. Nossa responsabilidade.

— Você atuou no movimento #EleNão? Como considera a visualidade do movimento e a mediação entre o design e as ruas naquele momento?

— Sim. Atuei produzindo algumas peças que foram reproduzidas Brasil afora. Mas minha intenção era atuar na produção de peças que pudessem ser impressas, como panfletos e cartazes, informativos. Então, hoje, tenho críticas ao movimento que não sei se cabem falar aqui, pois não têm a ver com o design, mas que foram decisivas para os desastrosos passos que nos trouxeram até aqui. Sobre a mediação entre design e rua, considero positiva no sentido de

indicar uma ferramenta bastante comum ao mundo dos protestos e movimentos sociais, mas muito má aproveitada no sentido de poder de síntese na comunicação e capacidade de informação.

— Dê sua opinião sobre o papel do design na potencialização de movimentos e manifestações de rua, cada vez mais frequentes no país no marco temporal pré-pandemia COVID-19.

— Não há novidade na relação entre o design e manifestações de rua, protestos, etc. Praticamente existe desde que se faz protestos e se sabe ler, não é? O que ocorre hoje, penso eu, é que algumas pessoas que fazem design se interessam por política, antes, durante e, espero, depois da pandemia.

— Você avalia que o design tem capacidade de emancipar e/ou alienar? De que forma você compreende a influência que o design pode ter?

— Ele aliena. Não há dúvida. Existe uma fantasia que envolve o design que o coloca num altar, como se fosse o amálgama entre a arte, a filosofia, a psicologia e a publicidade, um deus ao qual se deve recorrer quando apenas o conteúdo não é suficiente para convencer alguém a comprar algo. Mas também pode emancipar, sim, quando o que importa é informar, comunicar, não vender.

— Você poderia me enviar algumas das suas artes sobre esse movimento e fotos, caso tenha participado na sua cidade? Ou também destacar alguns trabalhos no momento do #EleNão?

— Eu te mando sim. Entre as peças que criei, a que mais teve destaque foi o meme do Bolsonaro dormindo com o *post-it* na testa escrito Ele Não. Fiz uma pequena série chamada "Picardias Studentis na Câmara dos Deputados" em que Bolsonaro seria zoado pelos colegas deputados como se fossem alunos de 5ª série. Além dessa que mencionei, mais duas peças completam a série. Eu vou tentar te enviar. Tive uma série de problemas que dificultam isso. Meu perfil no Instagram foi haqueado e perdi todo seu conteúdo. Em seguida, meu HD queimou com tudo dentro. Há esperança de encontrar essas peças no meu perfil do Facebook.

Figura 9 – Arte de Gladson Targa



Fonte: Elaborado pela autora a partir de arte de Gladson Targa (2021).