

UnB

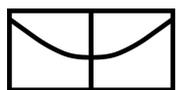
Instituto de Artes
Departamento de Design

João Victor Santos Rocha
14/0023496

O Manifesto Desáiner

Um manifesto político para
quem tem pouca grana e
estuda design no Brasil

Brasília, novembro de 2019



Universidade de Brasília

Instituto de Artes

Departamento de Desenho Industrial

O Manifesto Desáiner

Um manifesto político para quem tem pouca grana e estuda
design no Brasil

Relatório referente ao projeto de diplomação apresentado ao Departamento de Design da Universidade de Brasília como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design na habilitação em Programação Visual, orientado por Daniela Fávaro Garrossini.

Brasília, novembro de 2019

Índice

Lista de figuras	4
Dedicatória	8
Agradecimentos	9
1. Introdução	12
1.1. Contextualização	12
1.2. Objetivo geral e objetivos específicos	14
2. Pesquisa Bibliográfica	14
2.1. Percepções pós-textuais	35
3. O Vaporwave	35
3.1. O que é o Vaporwave	35
3.2. Importância para o projeto	39
4. Manifestos: o que são e sua importância	43
4.1 Conceitos	43
4.2. Pesquisa de manifestos	45
4.2.1. Manifesto Antropofágico (Oswald de Andrade, 1928)	45
4.2.2. First Things First (1964/2000)	49
4.2.3. Manifesto Dadaísta (Zurique, Suíça, 1916, Hugo Ball)	51
4.2.4. Hacker Manifesto (1988, EUA, por The Mentor/Lloyd Blankship)	53
4.2.5. Manifesto Comunista (Karl Marx e Friedrich Engels, Londres, 1848)	54
4.2.6. Mein Kampf (Adolf Hitler, Berlim, 1924)	57
4.3. Delimitações da pesquisa	61
5. Wikis, o que são e sua importância	63
5.2. Importância para o projeto	63
6. Análise e coleta de dados	64
6.1. O que é o projeto	64
6.2. Entrevistas e questionário	65
6.3. Criação	69
6.4. Construção do projeto	71
6.5. O manifesto	75
6.6. Divulgação online	81
6.7. Divulgação ao vivo	85
6.8. Roda de conversa	89
7. Conclusão	91
8. Bibliografia	95
8.1. Referências Bibliográficas	95
8.2. Elementos pós-textuais	99
8.2.1. Anexos	99

Lista de figuras

- Figura 01.** Cartaz do Maio de 68. // 13
- Figura 02.** Cartaz da Anistia Brasileira. // 13
- Figura 03 .** Primeira versão do The Lo-Fi Manifesto. // 15
- Figura 04 .** Poema de Richard Brautigan. // 21
- Figura 05.** Still da série de TV "Vigiados por Máquinas MAravilhosas". // 21
- Figura 06 .** Ayn Rand. // 22
- Figura 07 .** Quadro com stills de séries do Adam Curtis. // 23
- Figura 08.** Torradeira feita por Thomas Thwaites. // 24
- Figura 09 .** Peças de uma torradeira comum. // 25
- Figura 10 .** Torradeira de Thomas Thwaites numa prateleira. // 27
- Figura 11.** "Fonte", por Marcel Duchamp. // 29
- Figura 12.** Movimento Pop-art. // 32
- Figura 13.** Movimento punk. // 32
- Figura 14.** Milton Santos. // 33
- Figura 15.** Doodle do Google em homenagem a Milton Santos. // 33
- Figura 16.** Gráfico entre empresas e PIBs. // 35
- Figura 17.** O álbum "Floral Shoppe", por Vektroid. // 37
- Figura 18.** O computador IBM Model 9. // 38
- Figura 19.** Capa do jogo "Duke Nukem Forever". // 38
- Figura 20.** Quadro de stills do clipe "Private Caller", de Saint Pepsi. // 40
- Figura 21.** Fórum no Reddit dedicado a discutir vaporwave. // 41
- Figura 22.** Print do Orkut. // 42
- Figura 23.** Montagem vaporwave com os Bolsonaro. // 43

- Figura 24.** O tumblr Brazaesthetic. // 44
- Figura 25.** O Grupo dos Cinco, em 1920. // 47
- Figura 26.** Ilustração de "O Abaporu", de Tarsila do Amaral. // 48
- Figura 27.** "Operários", de Tarsila do Amaral, 1933. // 49
- Figura 28.** Catálogo e cartaz da Semana de Arte Moderna de 22. // 50
- Figura 29.** Quadro com os manifestos "First Things First". // 51
- Figura 30.** Cabaret Voltaire, Zurique, em 1920. // 52
- Figura 31.** "L.H.O.O.Q.", de Marcel Duchamp, 1919. // 53
- Figura 32.** Lloyd Blankenship (The Mentor) em 2018. // 54
- Figura 33.** "Hackers", de Ian Softley (MGM, 1995). // 55
- Figura 34.** Busto de Karl Marx em Chemnitz, Alemanha. // 56
- Figura 35.** Shangai em 1987 e em 2013. // 58
- Figura 36.** Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936. // 59
- Figura 37.** Print do G1, sobre proibição do Mein Kampf no Rio. // 61
- Figura 38.** Adolf Eichmann, em 1941 e em 1961. // 62
- Figura 39.** Plano cartesiano comparando manifestos. // 63
- Figura 40.** Página principal da Wikipedia. // 65
- Figura 41.** Portal do Miraheze. // 72
- Figura 42.** O jornal Lampião da Esquina. // 73
- Figura 43.** Banner do manifesto: "Vei-pe-o-que?!". // 74
- Figura 44.** A designer Susan Kare. // 75
- Figura 45.** Mão dos Dadaístas e mão do Manifesto Desáiner. // 75
- Figura 46.** Fonte e paleta de cores do projeto. // 76
- Figura 47.** Print da página do Manifesto. // 82

Figura 48. Busto de Le Corbusier em Roquebrune, França. // **83**

Figura 49. Edição feita por cima do busto de Le Corbusier. // **83**

Figura 50. Tweet divulgando o projeto. // **84**

Figura 51. Post no Facebook divulgando o projeto. // **84**

Figura 52. Cartaz 1, 1º dia. // **88**

Figura 53. Carta 1, 3º dia. // **88**

Figura 54. Cartaz 2, 1º dia. // **88**

Figura 46. Cartaz 2, 3º dia e resposta embaixo dele. // **88**

Resumo

Este relatório apresenta a pesquisa e o desenvolvimento do manifesto político chamado “O Manifesto Desáiner”, publicado em uma wiki, e que contém princípios e dicas de como alunos de design com pouca renda podem vivenciar melhor sua vida universitária. É um projeto acadêmico desenvolvido como Diplomação em Programação Visual, no curso de Design da Universidade de Brasília. O grande objetivo do projeto é mostrar como foi criado o documento, através de pesquisa bibliográfico, entrevistas e edições posteriores ao texto original. Toda a metodologia é separada em pesquisas de autores conhecidos, pesquisa de outros documentos no mesmo modelo, pesquisa com alunos que se encaixavam no público-alvo, criação do documento e divulgação do documento. No final, os resultados técnicos e políticos do projeto são apresentados como parciais, pois foi criado com o intuito de ser utilizado mesmo depois de sua apresentação.

Palavras-chave: design, manifesto, wiki, coletivo, vaporwave

Dedicatória

Esse trabalho é dedicado a todo mundo que já passou três horas num ônibus, voltando pra casa exausto, sem ter comido direito e pensando quantas vezes aguentaria passar de novo por isso até um dia, quem sabe, conseguir se formar.

Relaxa. Juro que um dia as coisas melhoram.

Agradecimentos

Esse projeto vai ter vários trechos em que falo sobre problemas, insatisfações e coisas que devem melhorar. Mas nenhum desses problemas teria sido resolvido sem as pessoas a quem devo maior gratidão.

Primeiramente, antes de qualquer um, obrigado pai, mãe e vovó. Como jovem negro, criado em periferia e nascido como quinta geração pós-abolicionismo, não era natural eu estar aqui. E vocês fizeram o possível e o impossível para que eu estivesse.

Obrigado Alfred, por ser um dos maiores apoios que tive, mesmo estando em outro país. Sinto sua falta todos os dias.

Obrigado, Victor Furtado, por ter me empurrado pro movimento estudantil e feito minha vida acadêmica muito melhor do que poderia imaginar. E nem só acadêmica, na verdade. Se não fosse você eu nunca teria ido a Goiânia, Curitiba, Porto Alegre, Florianópolis, São Paulo, Rio, e mais São Paulo. E se tudo der certo, em breve, mais São Paulo!

Valeu, Bife, por estar comigo no começo e ser a Safira da minha Rubi. Eu te devo muito mais rolês do que tivemos.

Valeu Caio, pelo maravilhoso um ano de “casamento” presidindo empresa júnior, e tudo que veio depois dele. Fico orgulhoso do quanto você melhora todo dia como pessoa.

E inclusive, valeu a linhagem de quem veio antes e depois de mim na Lamparina: Estér, Bianca, Gabriel, Aline e agora, Eduardo. É uma missão grande, mas que conseguimos fazer bem.

Obrigado especialmente Bianca e Gabriel, na verdade. Pra primeira, por todas as vezes que soube me aconselhar, abraçar e indicar bons animes. Pro segundo, por me aguentar mesmo nas piores turbulências. Como diria um sábio: calma; está tudo bem agora.

Obrigado CORDe Brasília, por termos feito o evento de design mais tranquilo da história. Vou sempre sentir saudades ao ver meu colete laranja. E na verdade, obrigado todo mundo que usou algum colete de CONDe/CORDe nos últimos cinco anos, passando perrengue pra que gente como eu pudesse acreditar que o design no Brasil vai bem além de aulas e seminários.

Obrigado, Tonhão e Gabriela, por serem os outros dois-terços da nossa personalidade. Que nossa amizade pareça que foi unida com toda a cola-quente artesanal do mundo.

Obrigado Isabelly, por me acalmar e me entender sempre que possível.

E um agradecimento especial a alguém que nunca conheci, mas que fez esse projeto andar: a deputada americana Shirley Chrisholm. Ela foi a primeira mulher negra eleita para a câmara dos deputados, em 1961, e falou a frase que me fez refletir sobre o que eu queria com esse projeto: "Organize sua raiva".

Saber o quanto foi difícil chegar aqui realmente dá um pouco raiva. Mas eu me organizei o suficiente. E cheguei.

E isso é tudo que importa.

"É por demais sabido que a principal forma de relação entre o homem e a natureza, ou melhor, entre o homem e o meio, é dada pela técnica."

- SANTOS, Milton, geógrafo

"Palavras não se perdem em traduções, elas são remixadas. Apenas observe o que vai acontecer com essa frase no futuro."

- STAFFORD, Stewart, escritor

1. Introdução

"Não o novo, não o velho.

Mas o necessário."

– TZARA, Triztan, escritor dadaísta

1.1. Contextualização

Quando a gente fala sobre design com alguém de fora da área, é comum que a visão da pessoa seja de algo muito elitista e talvez inacessível para pessoas comuns. E realmente, desde os primeiros semestres no curso de design, é possível perceber como as criações bem-vistas no mercado e na academia tendem a ser desenvolvidas em ambientes mais estruturados, com bons laboratórios, computadores de ponta, e outras ferramentas que estudantes de origem menos privilegiadas dificilmente teriam acesso. Em geral, o design mais límpido e que imita padrões europeus é mais valorizado, voltado para a produção capitalista e exigindo ferramentas tecnológicas mais desenvolvidas, acessíveis apenas a camadas mais ricas da população.

Entretanto, quando se analisa a produção de design fora da academia e dos estúdios conhecidos, vemos exemplos que passam bem sua mensagem mesmo de forma mais rústica, ou que ficaram conhecidos justamente por isso, tendo uma relação mais próxima com seu público-alvo pelo uso de uma estética considerada *lo-fi* (do inglês "*low fidelity*", expressão que denota produções culturais feitas no improviso com materiais de baixo custo). Historicamente, alguns movimentos sociais utilizaram ferramentas com princípios *lo-fi* para desenvolver suas ideias, tais como os estênceis políticos durante Maio de 68 na França (*FIGURA 01 E FIGURA 02*), os pôsteres de tipos de madeira feitos na década de 80 convocando para movimentações políticas contra ditaduras, ou produções independentes de zines diagramadas à mão. E além desse lado, existem também movimentos que se apropriam dessa estética de feito com baixo custo sem necessariamente ter essas ferramentas, como o *vaporwave*, movimento da internet que, apesar de ser contemporâneo, é baseado em páginas digitais antigas, propondo uma crítica irônica ao capitalismo tardio.

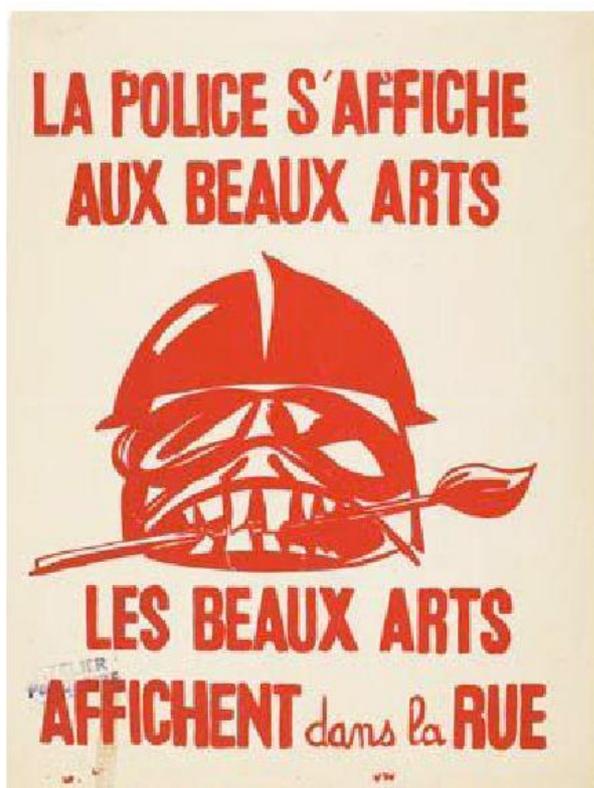


FIGURA 01. Pôster utilizado em Maio de 1968 nos protestos estudantis da França. (Foto: Wikipedia)



FIGURA 02. Cartaz de 1975 sobre a relação do movimento feminista com a Anistia no Brasil. (Foto: Wikipedia)

Isso pode levantar alguns questionamentos, como: o profissional que lida com computadores de ponta deve realmente ser mais valorizado do que o profissional periférico que resolve um problema contextualizado em sua própria comunidade? E quando falamos de design, o quanto conceitos mais banais e afastados da vida acadêmica podem ser aplicados a um projeto? Como o design se desenvolveu historicamente com poucos recursos, e porque isso foi importante para grupos socialmente invisíveis terem voz? E se a produção de design depende de outras áreas tipo computação, engenharia e publicidade, onde elas entram nesse cenário?

Baseado nisso, minha proposta de diplomação consiste em usar metodologias de design para a criação de um manifesto coletivo e um guia de práticas de design que possam ajudar alunos e profissionais com pouco dinheiro, tornando o estudo e execução do design mais acessíveis através de improvisos, substituição de materiais e outras técnicas que possam ser aplicadas dentro

do universo do design a partir de uma situação socioeconômica que seja condizente com a realidade do país em que vivemos.

. Ao longo do projeto tive grande preocupação em ter uma linguagem mais descontraída e com fazer tudo o mais acessível o possível para quem não tenha tanto contato com estrangeirismo, o que se refletiu também na nomenclatura "desáiner", adotada no título.

1.2. Objetivo geral e objetivos específicos

Criar um manifesto coletivo através de técnicas de design, divulgá-lo através de plataformas digitais e analógicas, e verificar quais resultados podem ser gerados a partir dos métodos e do engajamento da comunidade discente de design.

- Verificar quais resultados coletivos podem ser gerados a partir dos métodos e do engajamento da comunidade discente do design;
- Utilizar ferramentas e técnicas de baixo custo durante o processo;

2. Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica se aprofundou em livros, artigos, vídeos e sites, tendo vários tipos diferentes de mídias em sua composição. Quando o projeto começou eu não sabia qual seria sua entrega final, o público-alvo ou a plataforma em que seria entregue. Eu só sabia que queria estudar a estética lo-fi aplicada a política como parte do design, e isso provavelmente iria esbarrar em estudos sobre cultura e acessibilidade econômica.

Portanto, a primeira parte da pesquisa bibliográfica focou em dois tipos de conteúdo: pesquisas acadêmicas de autores conhecidos que tratassem de sociologia e geopolítica, e artigos sobre *lo-fi*. Meu ponto era tentar entender e juntar quais pontos conversavam entre si e o que eu poderia fazer sobre isso. O primeiro texto que estudei foi o "Manifesto Lo-Fi (*The Lo-Fi Manifesto*)", do pesquisador Karl Stolley. Ele foi a grande inspiração para que eu visse que o *lo-fi* tem uma raiz política, além dos usos puramente estéticos. O texto original foi publicado online no ano de 2007, no site de tecnologia Kairos

(<http://kairos.technorhetic.net/>), feito inteiramente em HTML e CSS simplificados, que poderiam ter sido feitos por qualquer aluno de computação de primeira viagem (*FIGURA 03*). Nele, Karl fala sobre como o aprendizado de código e itens digitais num geral deveria abdicar de itens caros e que limitassem seu uso e adaptação, abraçando plataformas e princípios que valorizem software livre, barato e de fácil modificação.

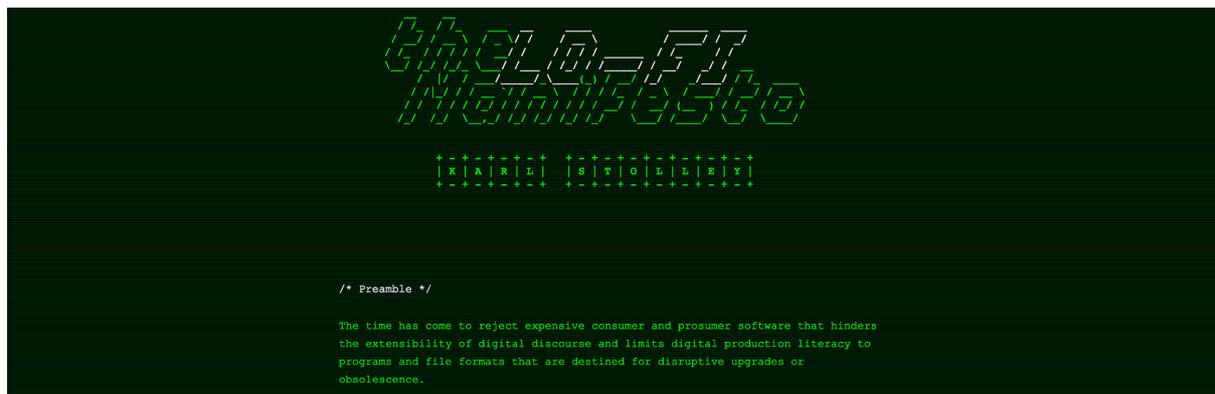


FIGURA 03. Print da primeira versão do The Lo-Fi Manifesto.

Ele começa explicando como a ideia de *lo-fi* pode se aplicar a qualquer tipo de mídia digital, tanto para códigos de páginas simples em HTML, XML e CSS, quanto mídias mais complexas, como imagens, áudios e vídeos. Em seguida, Karl explica que produtos *lo-fi* devem obedecer a lógica da sigla L.O.F.I., sendo ao mesmo tempo “*Lossless*” (“sem perdas”, para que possam ser exportados para outros formatos e ainda manter a mesma qualidade original), “*Open*” (“abertos”, em que o código está disponível para revisão, inspeção e possíveis alterações), “*Flexible*” (“flexíveis”, para que possam ser facilmente utilizados em diferentes plataformas sem a necessidade de plugins ou programas externos) e “*Interdependent*” (“interdependentes”, podendo ser utilizados de forma modular com outros programas sem grandes problemas).

E o resto do texto apresenta cinco princípios fundamentais que devem ser seguidos para se atingir um produto digital *lo-fi* coerente e utilizável. São eles:

1. Software é um princípio de organização muito ruim para produção digital; Com isso, Karl explica como o foco deve ser sempre na pergunta “QUE PRINCÍPIOS E TEORIAS foram

utilizados na criação dessa plataforma”, ao invés de “que SOFTWARE E FERRAMENTAS foram utilizados”. Sua lógica de pensar mais em princípios se aproxima bastante da lógica de um designer (STOLLEY, 2007).

2. Alfabetização digital deve ir além das limitações do software; Ou seja, o usuário deve ter plena liberdade e conhecimento tanto de como se usa a plataforma como de que formas ele pode criar conteúdos e artefatos para ela. A expressão “alfabetização digital”: (no original, “digital literacy”) é utilizada para expressar o quanto o usuário e plataforma conseguem interagir bem um com o outro (STOLLEY, 2007);

3. Discursos digitais não devem se prender a produção tecnológica; Apesar da frase parecer meio abstrata, o ponto é explicar como o que você vê deve ser similar ao que você usa quando interage com uma interface. O “discurso” aqui é a narrativa do site, como ele se comunica com o usuário (STOLLEY, 2007).

Nada de criar plataformas em que o código não seja aberto (ou pelo menos visível), que exija do usuário um conhecimento técnico que não esteja implícito na plataforma ou que obrigue-o a baixar e combinar outros programas por fora para que possa usá-lo. Quanto mais acessível e simples o código e as mídias, mais fácil será seguir essa regra (STOLLEY, 2007).

4. Acomode e perdoe o usuário final, não o produtor; a inspiração de Karl Stolley com metodologias de design fica

mais evidente nesse trecho, que começa com a frase “Não me faça pular entre buracos só porque você teve preguiça de escrever duas linhas de código”, do livro “Não Me Faça Pensar” (*“Don’t Make Me Think”*), escrito pelo especialista em interfaces Steve Kruger. Aqui, Karl fala sobre como o usuário final nem sempre vai ter o mesmo conhecimento e background que o projetista, e portanto quem projeta deve analisar em que partes da plataforma seu usuário pode tropeçar por ser leigo. Ele reforça o quanto isso é importante de ser lembrado em ambientes de ensino, tanto pelos alunos que são novos no ramo quanto pela preocupação de que eles entendam isso o mais cedo possível. Mesmo usuários de sistemas aparentemente simples vão gostar de saber o que fazer sem precisar de uma explicação ou de um manual (STOLLEY, 2007).

5. Se um elemento hi-fi for necessário, mantenha-o dinâmico e discreto; A frase que abre esse trecho é do especialista em interfaces sueco Tommy Olson: “Isso é um aprimoramento progressivo: funciona para todos, mas vai funcionar melhor para usuários que tiverem um browser mais moderno. De certa forma, estamos recompensando-os por terem acesso a um browser melhor”. Karl lembra que, mesmo tentando bastante e com a melhor das intenções, nem sempre tecnologias abertas vão conseguir computar direito certas mídias e funções, já que a tecnologia se desenvolve com uma velocidade absurda. Então, caso não haja opção de usar algo gratuito e acessível nos princípios ditados pelo manifesto, que pelo menos seja o mais discreto possível a ponto de nem ser percebido - ou pelo menos, que tenha uma boa substituição (STOLLEY, 2007);

6. Insista em padrões e formatos abertos, assim como em software que os suporte; Novamente, Karl fala sobre como princípios são mais importantes do que ferramentas, dizendo que bons produtos digitais acabam durando mais do que os softwares que os criou. As plataformas em XML (linguagem da internet) são o exemplo, por serem intercambiáveis, alteráveis e abertas entre si (STOLLEY, 2007).

Alguns dos princípios desse texto acabaram sendo utilizados por mim no manifesto final, pois as respostas de alguns entrevistados batiam com as necessidades pregadas por Stolley, se eu alterasse o foco para o ensino e produção de design. Em 2015, Karl revisitou o manifesto e criou a versão 2.0, oito anos depois do original. No texto índice disponível no link <http://kairos.technorhetoric.net/20.2/inventio/stolley/readme/>, Karl se orgulha de que a maioria dos princípios e links dados no primeiro texto ainda funcionam, mas sentiu que precisava fazer algumas mudanças. As duas principais são o layout do site - o original foi feito para parecer uma tela de computador antigo, da forma mais literal possível, o que pode levar alguns a acharem que lo-fi necessariamente significa rústico - e a mudança de alguns pontos, que levam em conta princípios e tecnologias dos anos 2010. Os principais exemplos foram os pontos cinco e seis, que mudaram para *“Se um produto hi-fi é necessário, procure até não ser mais”* (STOLLEY, 2015), e *“Controle de versão. Sempre. Em todos os lugares. Para tudo”* (STOLLEY, 2015). Controle de versão é o nome dado a tecnologias que possuem um banco de dados com histórico de todas as alterações feitas numa plataforma, e que, por coincidência, é um dos princípios básicos de funcionamento de uma wiki, que foi a plataforma escolhida para esse tipo de projeto.

No final do ano passado, em 30 de novembro, mandei um e-mail para Karl perguntando quatro coisas importantes para entender meu próprio projeto: da onde surgiu a ideia do Manifesto Lo-Fi, se ele havia se inspirado em outros manifestos, se ele havia escrito tudo sozinho, e quais dicas gerais ele poderia dar

sobre escrever um. Onze dias depois ele me respondeu, dizendo que o projeto havia nascido de várias conversas com colegas e professores ao final de seu curso, que ele não havia lido outro manifesto, que sim, ele havia escrito tudo sozinho, e enviou junto um link do áudio e da transcrição em PDF de uma entrevista para o KairosCast (podcast do site Kairos) em que explica mais sobre o projeto. Nessa entrevista, Stolley explica que queria fazer algo mais sugestivo do que impositivo, para que os leitores se sentissem mais livres com o documento. Ele afirma também que se arrepende um pouco do tom que usou no primeiro, talvez muito mais direto do que precisava, para algo cujo objetivo era justamente ensinar as pessoas a não se sentirem obrigadas a se submeter a ferramentas que elas não queiram.

E uma outra parte da inspiração inicial do meu trabalho não veio de um livro, mas de uma série documental de TV: em 2011, o pesquisador britânico Adam Curtis criou o programa "Vigiados por Máquinas Maravilhosas" ("*All Watched Over By Machines Of Loving Grace*") para o canal BBC Three, do Reino Unido. Dividida em três episódios, Adam fala sobre alguns pontos na história em que a humanidade achou que alta tecnologia e acesso a internet livrariam as pessoas de hierarquias e da necessidade de instituições mediadoras, gerando equilíbrio social e econômico de forma espontânea apenas pela existência de uma tecnologia que permitisse isso. Mas infelizmente, em todos os casos, humanos não deixaram de agir como humanos para agir de forma previsível como as máquinas, e essas tecnologias foram deturpadas para manter o *status quo* ou para criar outra ordem hierárquica parecida com a que já existia. O nome do documentário veio do poema homônimo de Richard Brautigan, escritor hippie que acreditava em um futuro tecnologicamente avançado em que as pessoas conseguiriam conviver pacificamente entre a natureza e as novas ferramentas. O texto dele diz:

*I like to think (and
the sooner the better!)
of a cybernetic meadow
where mammals and computers*

*live together in mutually
programming harmony
like pure water
touching clear sky.*

*I like to think
(right now, please!)
of a cybernetic forest
filled with pines and electronics
where deer stroll peacefully
past computers
as if they were flowers
with spinning blossoms.*

*I like to think
(it has to be!)
of a cybernetic ecology
where we are free of our labors
and joined back to nature,
returned to our mammal
brothers and sisters,
and all watched over
by machines of loving grace.*

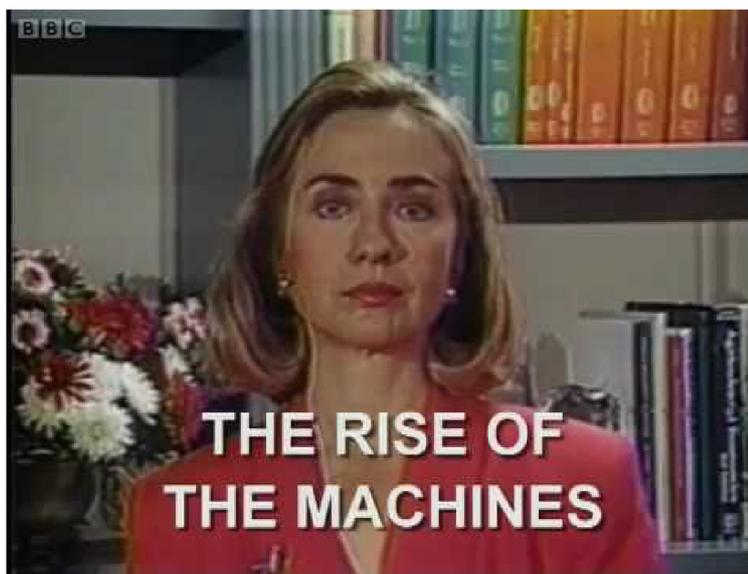


FIGURA 04. Folha com o poema de Brautigan exposta no Palais de Tokyo, em Paris (foto: Veronica Simpson).

FIGURA 05. Um dos trechos da série mostrando a Hillary Clinton jovem olhando para a câmera. (foto: BBC Three)

O poema é declamado no segundo episódio da série, "O Uso e Abuso de Conceitos Vegetacionais" (*"The Use and Abuse of Vegetational Concepts"*) (FIGURA 04), mas foi o primeiro episódio que mais deixou claro o que eu precisava fazer. Chamado "Amor e Poder" (*"Love and Power"*) (FIGURA 05), ele começa citando a história de vida e a carreira da escritora Ayn Rand (FIGURA 06), fundadora do Objetivismo, corrente que anos depois influenciaria várias vertentes do pensamento liberal e anarcocapitalista. Rand nasceu na Rússia, e sua família fugiu para os EUA depois da Revolução Bolchevique. Em suas principais obras, "A Revolta de Atlas" e "A Nascente", Rand critica o coletivismo e afirma que o sentido da vida é procurar a felicidade individual, independente de qualquer instituição superior como o governo.



FIGURA 06: A escritora russo-americana Ayn Rand, em seu escritório. (foto: Merion West)

Ao longo de vários paralelismos históricos, Curtis afirma que as crenças de Ayn Rand estavam erradas, e que todas as vezes que alguém se baseou nelas para criar um sistema livre de hierarquias, as amarras do poder não sumiram, apenas mudaram sua estrutura (CURTIS, 2011). Foi justamente esse tipo de pensamento que, aliado com a criação da internet, levou os países do leste asiático a terem uma crise financeira em 1997, ou que deu o pontapé inicial às ações do economista Alan Greenspan, amigo de Rand, que levou indiretamente a crise financeira dos EUA em 2008.

Apesar de não concordar totalmente com alguns pontos mostrados por Curtis - em mais de uma cena ele faz força para lembrar como o fracasso de Rand se dava também por sua vida amorosa, o que parece um uso cruel do estereótipo de mulher mal-amada - a série é importante não apenas pelo que ela conta, mas *pelo jeito* que conta. Adam Curtis se considera cineasta faz alguns anos, e ainda assim raramente grava ele mesmo algum trecho de vídeo ou de áudio. Ao invés de fazer novas filmagens sobre o assunto que deseja contar, ele explora os arquivos de vídeo da BBC atrás de cenas pictóricas e abstratas para compor um filme, fazendo uma espécie de multi-colagem com coisas que já existem (FIGURA 07). Até as trilhas sonoras, uma das partes mais aclamadas de

suas obras, são feitas com músicas já existentes de artistas antigos ou trilhas sonoras de outros filmes. A trilha sonora do filme "Moon", de 2009, aparece em diversas cenas de seus filmes enquanto ele explica consequências políticas de algum acontecimento. Curtis acredita que já existem footages e músicas o suficiente criadas no mundo, elas só precisam ser reordenadas de vez em quando para gerar outro significado, o que se encaixa perfeitamente no conceito que eu tinha de estética *lo-fi*, e mais tarde, no *ready-made*. Até porque muitos dos filmes utilizados por ele também são antigos.

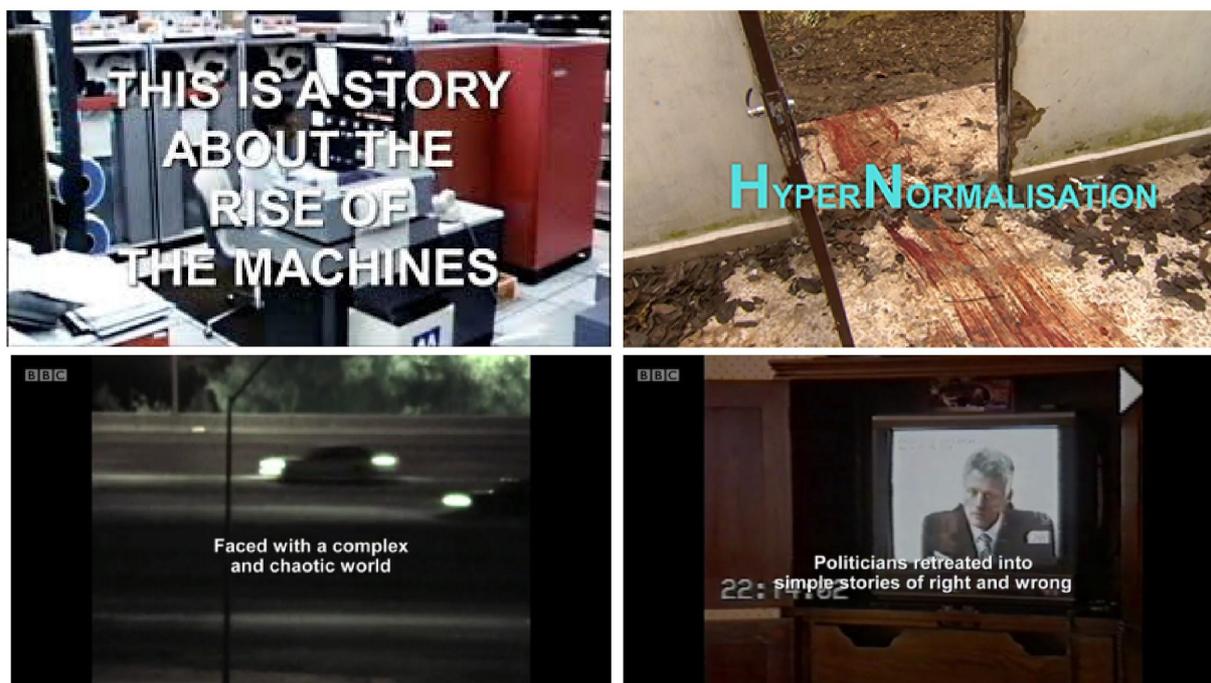


FIGURA 07. Quadro mostrando cenas de diferentes filmes de Curtis. Acima, à direita, um title card de "Vigiados por Máquinas Maravilhosas". Acima a esquerda, um title card de "Hypernormalisation", documentário de 2016. Os dois de baixo são do documentário "Bitter Lake", de 2015. Em todos, Curtis misturou a fonte Arial com músicas e gravações já existentes nos arquivos da BBC. (fotos: BBC Three)

Até agora tive um certo embasamento em metodologias, em narrativas e em ciências humanas. Mas e o embasamento técnico, caso fosse necessário? Para isso, li o livro "O Projeto Torradeira" (*"The Toaster Project"*), lançado pelo britânico Thomas Thwaites em 2011. Nele, Thomas explica o processo de seu projeto final da faculdade, em que resolveu criar uma torradeira do zero. E por

do zero, quero dizer que ele foi até minas de ferro no interior do Reino Unido para buscar material e fazê-la em casa. As partes com explicações técnicas chegaram a ser divertidas, com Thomas reclamando dos infortúnios de não saber nada de elétrica ou de sabe lá como ele iria conseguir aquecer e juntar certos minerais, mas não foram tão importantes para o meu projeto. As principais partes que ajudaram, na verdade, foram as que apresentavam questionamentos.



FIGURA 08. A torradeira final de Thomas, que aparece também na capa do livro. (foto: Daniel Alexander)

Thomas colocou para si mesmo como regra que deveria criar um objeto que emulasse uma torradeira, e que sua concepção deveria utilizar apenas materiais e meios de transporte que já existiam na Revolução Industrial. Isso limitava, por exemplo, o uso de avião (que ainda não existia), mas permitia que ele usasse um carro, já que tecnicamente é apenas um cavalo mais rápido (THWAITES, 2011). Foi graças a essa regra, inclusive, que ele descobriu como livros antigos do século XVIII eram mais didáticos sobre o manejo de ferro puro do que os atuais, por explicarem o funcionamento disso numa escala menor. Falar que as ferramentas utilizadas por ele eram “rústicas” não abarca o teor quase cômico de certas partes do projeto. Para derreter o aço, ele usa um micro-ondas comum, e o material do plástico externo é fibra de batatas, submetido a processos que

muitas vezes demoravam horas para gerarem um resultado utilizável. No final, ele consegue um objeto de aparência tosca, mas que cumpriu a missão de esquentar um pedaço de pão até virar uma torrada (FIGURA 08).

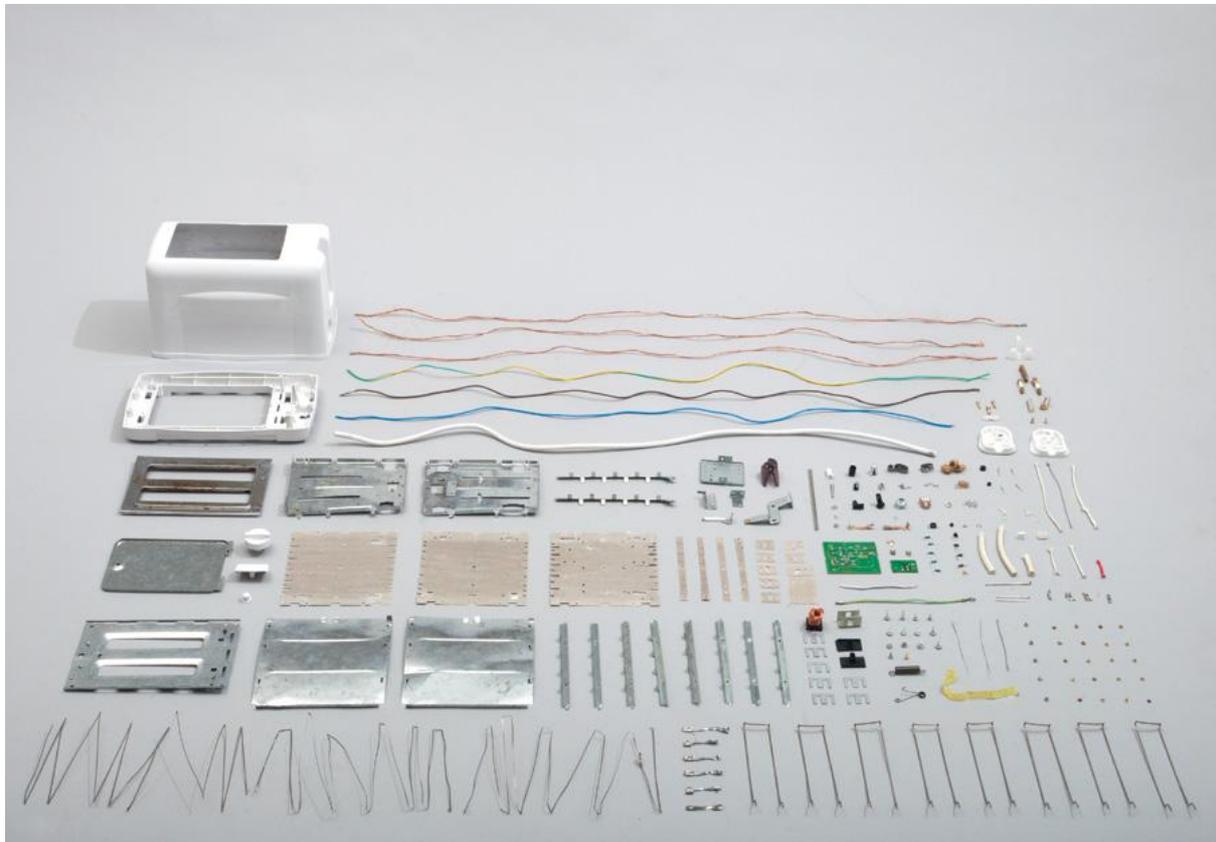


FIGURA 09. Todas as peças de uma torradeira comum quando ela está desmontada. Thomas se baseou nelas para ir buscando os itens que precisava. (foto: Nick Balton)

Torradas mal-feitas à parte, o importante do livro não é o resultado final, e sim o que Thomas e o leitor passam a refletir durante o processo de construção dele. A primeira coisa é pensar em como o real custo dos produtos que temos é bem maior do que parece: quando compramos uma torradeira, por exemplo, paramos para pensar na poluição que sua montagem gera? Ou na origem dos materiais (FIGURA 09)? Foi graças a esse processo que ele descobriu, depois de anos cursando design de produto, que boa parte das minas de ferro do Reino Unido foram desativadas em favor aos minérios chineses, o que afetou milhares de vidas pelo País de Gales.

Além disso, poucos livros de design nos fazem pensar em como todo objeto um dia morre. O descarte de um produto quase nunca é visto como preocupação do designer que o criou, tampouco como um problema do usuário, sendo no máximo lembrado como algo importante para a coleta de lixo local. O Reino Unido tem a legislação de Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrônicos (*Waste Electrical and Electronic Equipment - WEEE*), em que empresas britânicas seguindo as orientações governamentais de criação de produtos que facilitem seu descarte têm benefícios financeiros, como desconto de impostos. A iniciativa é boa a curto prazo, mas Thomas também lembra que toda reciclagem resulta em impureza por junção de materiais, o que torna a rotatividade de resíduos eletrônicos infinita, sempre gerando um pouco de lixo que não pode ser reutilizado (THWAITES, 2011).

No último capítulo, Thwaites fala sobre como tudo que ele fez dialoga com os princípios que Adam Smith já havia citado anos antes, indo de progresso social a mão invisível do mercado. Historicamente, não existe nenhum registro de civilização que tenha regredido tecnologicamente, por mais que cada cultura tenha sua própria noção do que seria progresso e riqueza. A frase de um colega dele explica bem o que seria isso, citando “aqui - na Suécia - menos é mais. Na China, mais é mais” (THWAITES, 2011). E Thomas deixa claro não escreveu o livro como forma de protesto ludista, para que as pessoas parem de utilizar eletrodomésticos. Ele apenas queria gerar uma reflexão sobre o real custo dos produtos que utilizamos. Da onde os materiais vem? Qual a dificuldade de construirmos algo mais simples do que comprar outro eletrônico que durará pouco? E mais importante: se as coisas custassem o que realmente precisassem, o quanto elas seriam mais caras ou pelo menos o quanto impactariam menos o meio-ambiente?

O designer concebe a origem das coisas, mas raramente pensa em como elas serão finalizadas. E Thomas reforça no final do livro como é estranho que companhias tentem vender emoções atreladas a seus produtos, quando uma torradeira meio feia lhe deu mais emoções e mais bagagem histórica do que qualquer coisa comprada numa loja de departamentos (FIGURA 10). Se a sociedade tivesse a cultura de refletir sobre a origem e o final das coisas desde

que somos pequenos, talvez os impactos ambientais seriam menores, por termos mais consciência do que é a obsolescência programada.



FIGURA 10. A torradeira de Thomas, em meio a outras numa loja de departamento em Londres. (foto: Thomas Thwaites)

Thomas me deu bons questionamentos, mas não conseguiu amenizar uma das grandes dores que tive enquanto aluno de design: a falta de bibliografia contemporânea em nossas matérias. Não falo apenas de livros que ensinem coisas além de desenhos técnicos em papel ou montar caixas de CDs, mas de mídias relacionada a estudos humanos que nos fizesse pensar *para que* o design existe, ao invés de apenas pensar *como* ele deveria existir. Boris Groys foi uma grata surpresa nesse sentido, com seu livro “On The New” recomendado pela professora orientadora Daniela Garrossini. Groys é um filósofo e pesquisador nascido na Alemanha Oriental, que chegou a viver na USSR, e hoje em dia é professor em Nova Iorque. Especializado em linguística e arte pós-moderna, escreveu “On The New” como forma de explicar como o conceito de novidade nasce, e quais suas raízes sociais, tecnológicas e, principalmente, econômicas.

Em resumo, o livro explica que o que vemos como “novo” - seja uma ideia política, uma ordem social, ou até mesmo um modelo de carro - na verdade é apenas algo que já existia e foi colocada em outro contexto, provavelmente

adaptado a outra tecnologia mais recente. Uma das coisas mais importantes citadas por Groys em seu livro é o conceito de “economia cultural”, que rege o que a sociedade considera bom ou ruim, velho ou inovador. Ele fala sobre como a inovação nada mais é do que uma operação econômica, em que algo é visto de outra perspectiva e ganha outro valor cultural, não necessariamente surgindo como algo que não existia antes (GROYS, 1992). Um dos exemplos mais fáceis de explicar isso é a obra “Fonte”, de Marcel Duchamp, uma das primeiras do movimento dadaísta em 1917 (FIGURA 11). A obra consiste apenas em um urinol posto de cabeça para baixo e com um nome remetendo a outro objeto com água que nada tem a ver com o apresentado, criando certo choque nos espectadores. O urinol utilizado não tem nada de diferente de qualquer outro objeto de porcelana, tendo a mesma forma e materiais que qualquer outro vendido em loja. O que mudou, no caso, foi apenas seu ângulo de vista conceitual por quem o presenciava.



FIGURA 11. Um visitante observa a obra na Galeria Nacional de Arte Moderna, em Edimburgo, na Escócia. (foto: Jeff Mitchel)

E para que algo seja inovador, temos que partir do princípio de que ele foi precedido por outra coisa que pode ser considerada banal ou velha. Ideologias que tentam esconder o passado que veio antes delas tendem a se tornar tão conservadoras quanto as que gostariam de quebrar. O “velho” precisa ter seu lugar histórico, em geral com artefatos físicos que lembrem sua existência ou

com tradições culturais passadas de geração em geração. Não há inovação num ambiente que não permita comparação entre objetos ou valores culturais, pois a falta disso cria uma mentalidade parada e reacionária que nunca se desenvolve de fato (GROYS, 1992).

Outra coisa importante dita por Groys para quem faz design é que o novo, por mais que surja numa troca econômica de valores, não tem origem no mercado, e sim na sociedade. É comum que movimentos de contracultura sejam sugados pelo mercado quando se estabilizam, se tornando *status quo*. Pensem por exemplo na moda punk, que há 40 anos era considerada super autêntica e hoje em dia é comum vermos calças rasgadas e cabelos coloridos em qualquer loja de departamento normal. Até a palavra “autenticidade” é desvirtuada pelo mercado, dando a entender que ela nasce graças ao dinheiro, e não a um posicionamento social diferente que muitas vezes é mais trivial do que um grande ato político (GROYS, 1992). A economia financeira se aproveita bastante da economia cultural, mas em geral elas não tem muito a ver uma com a outra.

Essa noção de que o novo nasce com perspectivas ajuda a explicar, por exemplo, por que o design é tão valorizado pelas elites, especialmente no Brasil: ele é visto como algo mais “profano” (Boris usa esse termo para se referir ao que não tem tanto valor cultural ou que já foi esquecido) e mais banal nos EUA e na Europa, e muitas vezes é vendido como grande diferencial aqui. No capítulo sobre onde a moda se encaixa nisso tudo, ele fala que “na modernidade a compulsão da tradição é trocada pela compulsão da moda” (GROYS, 1992), em que a troca de valores proposta pela moda pode levar ao elitismo, por lidar diretamente com identidades mais individuais do que culturais. Acho que ele não estava pensando em fazer uma crítica ao colonialismo quando disse isso, mas o trecho explica bem certos cenários que vemos na América Latina em pleno 2019. Uma curiosidade que poucos sabem, por exemplo, é que marcas como a *GAP* e a *Abercrombie & Fitch* vendem para o mercado latino roupas com preços aumentadas em até 50%, fora impostos, pois são consideradas *profanas* de onde vêm, e vistas como artigos de luxo quando vão para fora. Um dos capítulos do livro fala sobre “a troca de reinos profanos”, ou seja, o que é valioso para mim pode não ser para

você, e vice-versa - o que pode causar trocas culturais bem injustas ditadas pelo mercado em prol de chamar algo de "novidade" (GROYS, 1992).

E se formos pensar, poucas áreas sofrem tanto com essa troca injusta quanto o design latino-americano, especialmente no Brasil. Nosso país é considerado um dos maiores usuários de metodologias de design voltadas para o mercado, como *design thinking*, *UX* e outros anglicismos, graças a nossa compreensão cultural de certos processos (o famoso "jeitinho brasileiro") sendo aplicada a algo vendável. Mas em momento algum dos cursos de design estudamos sobre a importância do histórico indígena, escravocrata e opressor que nos levou a entender esses processos naturalmente.

Boa parte dos conhecimentos que temos de observação social e de fazer gambiarras nascem de valores culturais periféricos, que muitos alunos de design de baixa-renda estão familiarizados, diferente de processos de *design thinking* que se aproveitam disso. O "novo", segundo Groys, nasce da memória coletiva de um povo, que transforma uma nova percepção de vida em um hábito. E o design brasileiro poderia se aproveitar dessa linha de pensamento desde o início de seu ensino. É uma questão não apenas de uso cultural, mas de auto-estima: quantos alunos se sentiriam mais seguros no design se alguém dissesse que a vivência deles, por mais longe que seja do ideal de classe média brasileira, é muito importante para os projetos que fazem?

Com os *ready-made* de Marcel Duchamp (uso de produtos cotidianos para fazer arte, como o urinol), a linha que separava profano e valoroso foi bem deslocada, assim como a que separava memória cultural coletiva da memória cultural individual. Se eu compro uma escova, por exemplo, e ponho numa exposição, eu estou pondo a minha visão de por que aquilo seria arte. Mas ao mesmo tempo, como disse Groys, "a arte é uma manifestação de signos com intenções secretas sociais e culturais, não apenas individuais", o que significa que quem vir a escova vai precisar criar uma interpretação sobre aquilo. Foi assim que, alguns anos depois de "Fonte", os americanos deram origem ao *pop-art* (FIGURA 12), que é a mais pura representação do ready made, com artistas de cinema, objetos cotidianos e quadrinhos se tornando alta cultura graças à memória afetiva dos norte-americanos. Os ingleses também fizeram algo

parecido com o movimento punk (FIGURA 13) na década de 70. Isso foi importante para um questionamento que me levou ao primeiro capítulo do manifesto: o que falta para que isso aconteça no design brasileiro.



FIGURA 12. Movimentos do séc. XX dentro e fora da Europa se aproveitaram da lógica ready-made, como o pop art dos EUA.

FIGURA 13. Moda punk no Reino Unido, outro exemplo de ready-made cooptado pelo capitalismo

Até agora, minhas referências de design e de tecnologia estavam boas, mas ainda muito distantes do cenário latino-americano e centro-brasileiro em que me encontro. Na verdade, cheguei a ficar um pouco incomodado que o objeto que me fez pensar sobre construir algo do zero havia sido uma torradeira, que é mais comum em programas de TV internacionais do que em lares brasileiros. Nisso, as professoras Daniela e Fátima concordaram que seria bom eu ler o livro “A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção”, do geógrafo brasileiro Milton Santos (FIGURA 14 E FIGURA 15). De cara, esse livro representava duas coincidências interessantes: a primeira que, antes de fazer design, eu havia cogitado fortemente fazer geografia por admirar bastante a visão geopolítica do Milton Santos. E a segunda que o livro abre com a frase “É por demais sabido que a principal forma de relação entre o homem e a natureza, ou melhor, entre o homem e o meio, é dada pela técnica” (SANTOS, 1996), que parecia um prefácio que eu escreveria para o projeto mesmo sem saber seu produto final. E virou realmente a primeira frase desse projeto.



FIGURA 14. Milton Santos em seu escritório. (foto: G1)



FIGURA 15. Doodle do Google em homenagem a ele no dia 01 de outubro de 2018, comemorando os 24 anos de seu Vautrin Lud, Nobel da geografia. (foto: Google)

A lógica utilizada por Santos me ajudou bastante a descolonizar certos princípios e pensamentos, que muitas vezes usamos sem questionar. No segundo capítulo, ele pergunta como que é possível darmos a “idade” de um lugar, se em tese ele sempre existiu. Quando falamos que Salvador foi fundada em 1549, como lidar com as coisas que existiam lá antes? Como a fundação da cidade pelos portugueses mudou o cenário e as pessoas que já viviam lá? (SANTOS, 1996). Santos também fala alguns capítulos depois sobre a divisão do trabalho, e como ela pode ser considerada um dos motores da história, já que ele é dividido, antes de tudo, territorialmente. A história do homem é uma história da técnica, pois o objeto submetido a uma técnica é mais facilmente controlado pelo homem, e, portanto, melhor utilizado para moldar a natureza (SANTOS, 1996). Esse nó de contextos é o que faz com que, de tempos em tempos, seja conquistado algo considerado um progresso tecnológico ou social, além de me fazer pensar em como o design como o conhecemos raramente dialoga com as periferias urbanas ou rurais, existindo quase sempre em grandes centros urbanos.

Milton Santos também chega a citar termos como design, arquitetura, engenharia e até mesmo sociologia para se referir a como o homem se utiliza do espaço e o modifica em nome do “progresso”, que muitas vezes só é progresso para uma minoria muito abastada. Segundo ele, a geografia explora o espaço físico e político em que o homem interage, e portanto, a história da técnica é uma

história de como o ser humano veio parar onde esteve, e por que achamos o capitalismo normal a essa altura (SANTOS, 1996). Um dos capítulos do livro explica como a divisão do trabalho cria um tempo diferente, e parafraseia Karl Marx ao dizer que a grande diferença entre as eras econômicas não é *o que* foi feito, mas *como* foi feito. Desde que o capitalismo foi inventado e se maturou na América do Norte, a ideia de colonialismo passou a ser menos sobre ter territórios e mais sobre ter monopólio da produção científica e tecnológica (SANTOS, 1996). Se a história do homem é uma história da técnica, e a técnica é mantida pelas elites, é claro que o eixo Europa-EUA vai ter mais embasamento para contar o que eles acreditam ser a história do mundo. Temos aí a raiz do meu incômodo ao ler Boris Groys e ao escrever sobre torradeiras, objeto que vi apenas três vezes na vida. Novamente temos um pesquisador me dizendo que as divisões do que chamamos de espaço-tempo acontecem não por grandes ferramentas serem inventadas, mas sim por coisas já existentes ganharem outro contexto. E mesmo sendo o mesmo objeto e as mesmas pessoas, ele nunca tem o mesmo contexto mais de uma vez.

O sociólogo Victor Scadigli é citado quando Milton explica que, depois da Rev. Industrial, as outras grandes revoluções sociais se deram nos meios de comunicação, mais precisamente, em três fases diferentes: inovações ligadas a rádio e TV, inovações ligadas à rede telefônica, e inovações ligadas a computadores e micro-computadores (SANTOS, 1996). "A natureza do espaço" foi escrito pela primeira vez em 1996, mas desde lá ele fala sobre como vivemos na primeira era em que acontecimentos simultâneos chegam quase ao mesmo tempo em todo mundo, graças à internet. O capitalismo acentua esse processo, em geral vendendo a ideia de algo mais rápido e tecnológico como algo necessariamente bom, sem considerar para quem e como esses processos estão chegando. O ponto dele é parecido com o de Adam Curtis, sobre como a globalização do mercado financeiro não destrói monopólios, apenas os expande ou faz com que mudem de dono. Já fazem alguns anos que empresas como Apple, Disney e Coca-Cola faturam anualmente bem mais do que o PIB de alguns países europeus desenvolvidos, mesmo numa era em que a informação em tese é livre e feita por qualquer um (FIGURA 16).

EMPRESAS EQUIVALENTES A PAÍSES

PIB COMPARADO AO FATURAMENTO EM DÓLARES



FONTES: FMI e Revista Fortune (2018)

economistavisual.com



FIGURA 16. Gráfico comparando o lucro de empresas multinacionais com o PIB de alguns países, até mesmo como Finlândia e República Checa. (foto: *Economista Visual*)

A comunicóloga Lucrécia Ferrara também é citada, com a frase: "é função do desenho industrial produzir um estímulo para sagacidade do usuário, não necessariamente uma função dentro de uma forma" (FERREIRA, 1996). Tecnicamente, a vida do designer nesse contexto é facilitar a vida do usuário. Mas de *qual* usuário estamos falando? Um americano comum é necessariamente mais desenvolvido do que um brasileiro de cidade-grande por ter acesso a mais estímulos? Toda nossa concepção de design na universidade e no mercado é impregnada dessa ideologia capitalista, que muitas vezes é mostrada como "neutra" por ser o sistema vigente. O normal é que pessoas com estilo de vida mais próximo do americano ou europeu médio tenham mais acesso ao design - ou pelo menos, mais validação de que o que eles fazem é design. Lógica-matemática desprovida de uma visão social não é sinônimo de progresso, por mais que essa ideia seja vendida sob o capitalismo. Ignorar ciências humanas

em prol de ciências exatas nunca deu certo, pois perde-se o principal foco do avanço tecnológico: melhorar a vida das pessoas.

2.1. Percepções pós-textuais

Graças a essas mídias, consegui material o suficiente para focar no que queria fazer. São de fato textos e vídeos muito bons para entender o contexto, mas é preocupante que boa parte deles tenha sido produzido por pessoas com toda uma gama de privilégios, já que todos são homens, majoritariamente europeus ou americanos, e apenas um deles é negro e latino. Ao longo do projeto, tive mais tempo e mais embasamento para me preocupar com representatividade. Afinal, de que adianta fazer um projeto que foca em ser acessível em que não foram consultadas mulheres, pessoas não-brancas e que não sabem o que é ter um estilo de vida confortável de pais desenvolvido?

3. O Vaporwave

“Achar que o Dada vai morrer é absurdo. Dada sempre vai ressurgir de um jeito ou de outro, sempre quando estupidez demais se acumulou.”

– SCHWITTERS, Kurt, pintor e tipógrafo

3.1. O que é o Vaporwave

O vaporwave é um movimento artístico representado por um gênero musical e um estilo gráfico, que se utiliza de edições e remixes de artigos culturais das décadas de 80 e 90, muitas vezes sendo propositalmente editados para ter efeito *lo-fi*, como áudio estragado ou glitches de fita VHS, luzes neon, remixes de músicas dessas épocas e imagens/sons propositalmente envelhecidos remetendo a nostalgia tecnológica de um passado recente.



FIGURA 17. A capa do álbum "Floral Shoppe", de Vektroid, em vinil. (foto: YouTube)

Nascido em 2010, ele foi o primeiro movimento artístico da história a nascer inteiramente da internet, através de comunidades online em fóruns e redes sociais. É também o primeiro movimento do tipo cujas obras aparecem em formatos digitais pouco explorados, como GIFs e videoclipes, e um dos primeiros a falar sobre design usando a palavra "design".

Por ter sido criado em comunidades online, não se sabe ao certo quem foram os primeiros criadores do termo ou do estilo, mas é conhecido que o primeiro álbum do gênero a alcançar popularidade foi o フローラルの専門店 (*em japonês, "Loja de Flores"*), da DJ americana Ramona Xavier, que usa o codinome "Vektroid" (FIGURA 17). O nome vaporwave é um trocadilho com a expressão americana "*vaporware*", que eram produtos anunciados por grandes empresas para empolgar possíveis compradores, mas nunca chegavam a ser oficialmente produzidos, sobrando apenas o marketing e seus protótipos. Essa prática era comum em empresas de tecnologia como IBM e Microsoft na década de 80 (FIGURA 18 E FIGURA 19), pois elas podiam se dar ao luxo de criar protótipos caros de novos artefatos e que se nunca saíssem do papel não causariam grande

prejuízo a empresa. O vaporware também era usado para pesquisas de público e até mesmo para inflar artificialmente ações da companhia na bolsa de valores.



FIGURA 18: O computador IBM System 360/Model 91, que fez o Governo Americano acusar a IBM de concorrência desleal por ter anunciado ele três anos antes. (foto: Wikipedia)

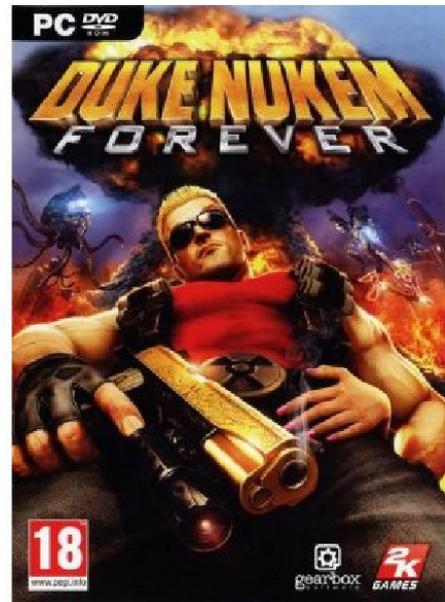


FIGURA 19. A capa da versão para PC do jogo Duke Nukem Forever, anunciado 14 anos antes de ser lançado. (foto: Wikipedia)

É importante explicar que esse trocadilho tem uma profundidade política também: boa parte da estética do vaporwave vem de anúncios e artigos culturais das décadas de 80 e 90 que ficaram bem datados, pois demonstravam uma realidade que existiu por pouco tempo, ou que nem sequer existiu. O principal objetivo do movimento é fazer uma crítica sarcástica ao capitalismo e a sociedade do consumo, que atingiu um de seus ápices durante essa época, quando governos liberais fervilhavam nos países desenvolvidos. Filmes, shows e comerciais de TV não vendiam produtos, vendiam toda uma ideia de felicidade que só poderia ser obtida caso as pessoas comprassem cada vez mais. Um refrigerante cujo comercial mostrava pessoas felizes e elementos estéticos coloridos mega saturados estava vendendo o futuro, o que é bem irônico se formos pensar que hoje em dia isso é visto como a propaganda mais datada o possível. No ensaio *"Babbling Corpse: Vaporwave And The Commodification Of*

Ghosts", do escritor Grafton Tanner, ele chama o vaporwave de "os fantasmas da cultura que jogamos fora" (TANNER, 2016).

Muitos dos vídeos e GIFs utilizados por artistas do gênero foram tirados de comerciais japoneses e coreanos, também por uma questão sociológica da época: o leste asiático teve um desenvolvimento econômico baseado no liberalismo dos EUA, que inflou os países de novos produtos supérfluos com comerciais coloridos e cheios de pessoas felizes (FIGURA 20). Marcas como Coca-Cola, Pepsi, Sharp e Semp Toshiba apresentavam japoneses felizes enquanto consumiam seus produtos, vendendo um ideal de sonho de consumo que alguns anos depois levou a região a uma enorme crise econômica. No Japão, essa crise chegou em 1991 com o estouro da bolha imobiliária, dando fim a uma década de prosperidade e início a quase vinte anos de turbulência econômica que ficaram conhecidas como "Lost 20 Years" (Vinte Anos Perdidos). E mais para o final da década, em 1997, seus vizinhos Coreia do Sul, Tailândia, Malásia, Filipinas e Indonésia tiveram uma crise financeira brutal, após desvalorizarem suas moedas em prol do dólar e terem uma grande fuga de capital, que foi utilizado para pagar investidores internacionais. O colorido mundo das propagandas era cada vez mais distante, já que esses países chegaram à beira da falência e alguns até mesmo de guerras civis.



FIGURA 20. Quadro de stills tirados dos 20 primeiros segundos do clipe "Private Caller", do DJ vaporwave Saint Pepsi. As montagens mostram comerciais japoneses com pessoas aproveitando a vida ao máximo. (fotos: YouTube)

3.2. Importância para o projeto

"Os fantasmas da cultura que jogamos fora". Uma crítica estética as consequências do capitalismo liberal. E o uso de elementos visuais para criticar um cenário que existiu artificialmente como estímulo econômico raso. A própria Vektroid e artistas do gênero como Saint Pepsi e Blank Banshee deixam claro que o movimento é uma enorme brincadeira com o sistema vigente, por vender uma ideia que, na prática, não vai dar certo para as pessoas que estão consumindo.

É fácil perceber um paralelo entre o vaporwave e outro movimento um pouco mais antigo e um pouco mais conhecido. O uso de elementos já existentes para criação de peças artísticas? O sarcasmo como arma política? A preocupação em transmitir uma mensagem sendo maior do que criar algo esteticamente bonito? Tudo isso havia rodado pela cabeça de Marcel Duchamp quase 100 anos antes da humanidade cogitar a existência de um computador

peçoal. A grande diferença, além das ferramentas, se dá pelo espaço de execução: enquanto os dadaístas tinham que se reunir em cafés subterrâneos na Suíça e Alemanha, o vaporwave tem como espaço de integração os fóruns online, que permitem qualquer um assumir qualquer identidade em qualquer parte do mundo (FIGURA 21). Os apelidos poéticos como “Tristan Tzara” (“Terra Triste” em romeno”) foram trocados por subnicks de plataformas online.

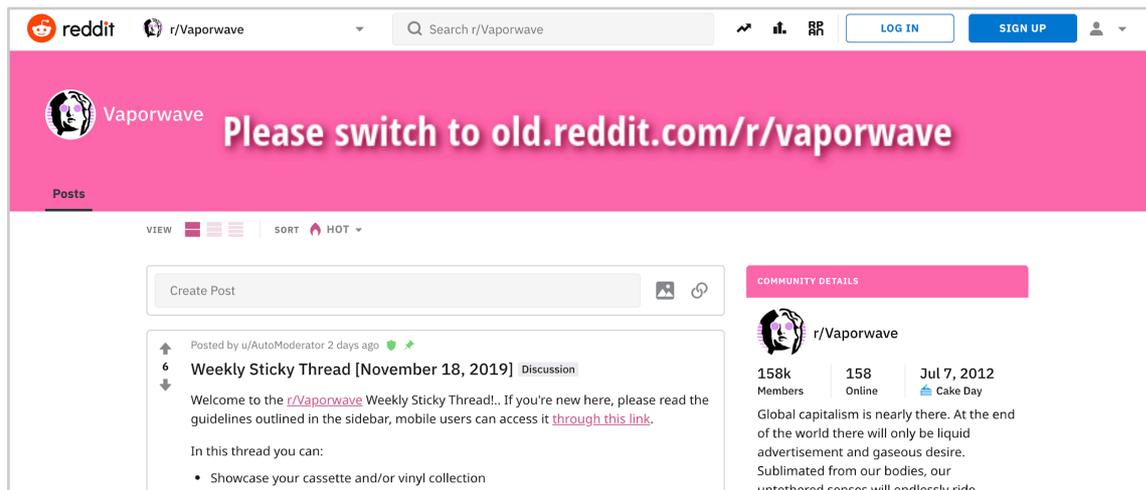


FIGURA 21. O fórum virtual Reddit tem uma página dedicada exclusivamente para o debate de assuntos relacionados ao vaporwave. (foto: Reddit)

Até mesmo a escolha de uma wiki tem certo paralelismo com o vaporwave. Boris Groys diz em “On The New” que: “Não estamos mais em um mundo que está mudando. Que não está mais produzindo história. Mas estamos, como disse Derrida, vivendo em um sonho assombrado pela história”. Em outras palavras: graças à internet e ao capitalismo, o próprio conceito de história mudou, já que percebemos o tempo em outro ritmo e o registramos em outros tipos de ferramentas, que permitem uma edição mais livre dos fatos (FIGURA 22).



FIGURA 22. A internet deixa rastros mais democráticos, como o Orkut, que foi popular no Brasil por anos e hoje em dia existe apenas em cache. (foto: Orkut)

Na época em que esse texto está sendo escrito, no final de 2019, estamos há quase dez anos do início do movimento vaporwave. Como todo movimento de contracultura, ele acabou sendo sugado pelo mainstream com o passar dos anos, e nesse ano saíram mais de dez matérias em jornais tradicionais - O Globo, UOL, Terra, etc - explicando de forma rasa o que é o vaporwave, “novo movimento utilizado pela direita bolsonarista” (FIGURA 23). O movimento se tornou tão amplo que a estética foi usurpada pelo lado oposto do espectro político que a criou, sem levar em conta suas origens e seu uso. E por ter nascido no cyberspaço, ele não tem um dono. Não tem ninguém que denomine como ou por quem ele possa ser utilizado. A mera existência de um espaço cibernético que permita anonimidade muda bastante o conceito de história e de registros que temos. Publicado pela primeira vez em 1993, o livro “Espectros de Marx”, do filósofo francês Jacques Derrida, faz um presságio interessante sobre o funcionamento da internet, que não foge muito do que afirmava Milton Santos: “Sob o capitalismo,

experimentamos o presente como um tempo esgotado, em que não temos acesso a uma presença viva física, mas ao invés disso experimentamos o mundo em relação a commodities. Essas commodities são coisas feitas pelo homem, mas não controladas por eles. Elas também se relacionam ao passado e a cultura, mas apenas para usurpar ambos. Nos perdemos em nós mesmos enquanto nos identificamos com essas estranhas commodities, o mundo não é mais contudo em nossa história” (SANTOS, 1996).



FIGURA 23. Exemplo de uso do vaporwave pela extrema-direita brasileira em 2019, com com montagens glorificando a família Bolsonaro. (foto: Vice Brasil)

Esse novo tempo é estranho, mas não necessariamente ruim ou preocupante: pela primeira vez, a história não precisa ser contada apenas pelos vencedores. É mais fácil do que nunca criarmos um registro histórico coletivo que não está restrito apenas às elites da sociedade. Eu, como jovem latino-americano com acesso a *wi-fi*, tenho o mesmo direito a qualquer conhecimento sobre vaporwave que um jovem britânico rico teria, sem levar em conta as limitações linguísticas que podem ser resolvidas com tradutores ou dicionários. O vaporwave estimula que qualquer um que goste da estética, com fins políticos ou não, crie seu próprio artigo e o mostre para outras pessoas (FIGURA 24). E o princípio de poder criar e editar livremente me fez pensar cada vez mais no uso de uma wiki, por simbolizar um registro histórico mais democrático, em que tanto

“histórico” quanto “democrático” tem significados bem diferentes do que tinham há vinte anos atrás. E que, se o futuro permitir, também serão mais eficientes.

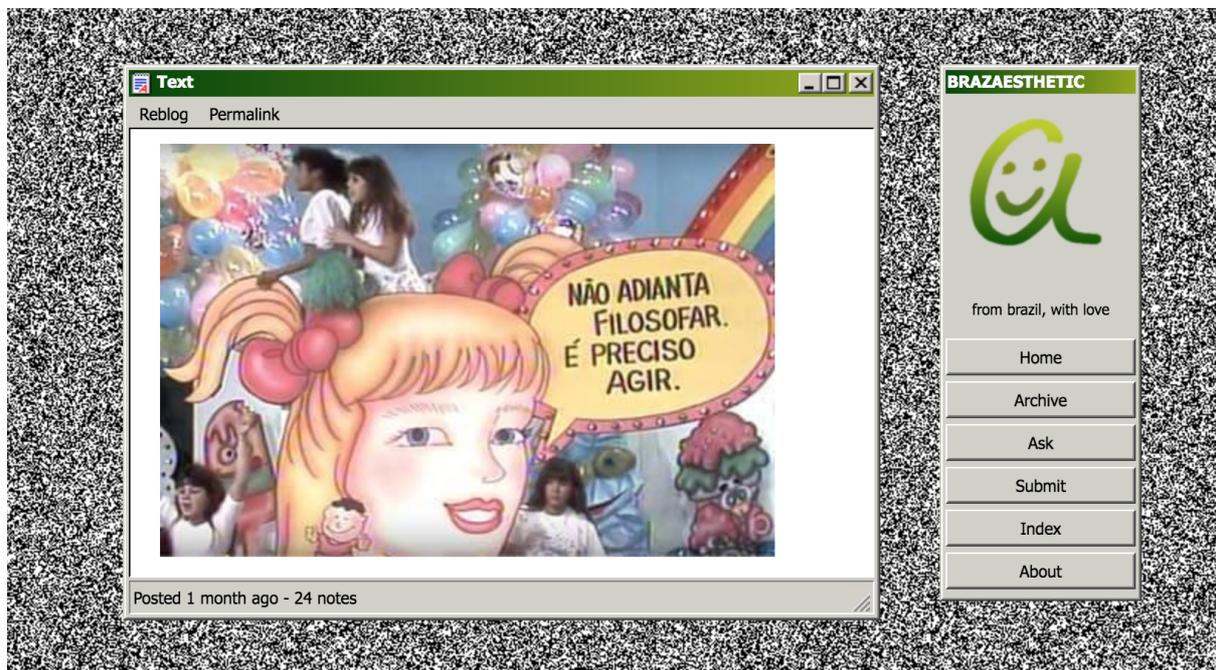


FIGURA 24. Print do Tumblr Brazaesthetic (tumblr.brazaesthetic.tumblr.com), que produz GIFs e imagens no estilo vaporwave, mas com comerciais e programas de TV nacionais antigos. (foto: Tumblr)

4. Manifestos: o que são e sua importância

“Toda palavra que é dita ou cantada aqui (no Cabaret Voltaire, berço do movimento dadaísta) representa pelo menos uma coisa: que essa época humilhante não foi bem-sucedida em ganhar nosso respeito.”

– BALL, Hugo, artista dadaísta

4.1 Conceitos

Um manifesto é um texto público que prega uma intenção ou conjunto de intenções artísticas, políticas ou sociais. Manifestos em geral não tem uma estrutura fechada, mas precisam de alguns elementos específicos para serem

considerados manifestos. No artigo da Wikipedia chamado "Manifestos", existe um trecho com título "Características", que lista exatamente esses oito itens:

- *Estrutura dissertativa;*
- *Tom de conclamação;*
- *Presença de vocativos;*
- *A linguagem pode variar, dependendo de alguns fatores: a quem o manifesto é dirigido? onde será divulgado? em jornal, rádio, televisão? Costuma-se preferir a linguagem formal, com verbos no **presente do indicativo** ou no **imperativo**;*
- *Corpo do texto: o problema é identificado e analisado, apresentando-se argumentos que validem o que se diz. Como o texto é de caráter argumentativo (pretende convencer o leitor de algo), deve-se recorrer a **argumentos sólidos**;*
- *Local, data e assinaturas: tanto assinaturas das pessoas que participam na elaboração do texto como das que apóiam o que está sendo afirmado;*
- *Título: indica o conteúdo do manifesto;*
- *É diferente do abaixo assinado, pois não é uma reivindicação, mas uma declaração de intenções.*

- (WIKIPEDIA, 2019)

Politicamente, um manifesto é uma das formas mais democráticas de propagar uma ideia e começar um movimento. Qualquer um, sendo uma pessoa ou uma organização, pode utilizar o formato de manifesto para propagar o que bem entender. Um dos manifestos mais antigos da história é o Manifesto Bagdad, na época em que esse termo nem era existia. Ele foi escrito em 1011 pelo Califa Al-Qadir contra o aumento do número de fiéis que acreditavam que a linhagem Al Hakim era a real descendente do deus Alá, o que poderia prejudicar seu poder sobre o mundo islâmico.

Não existe um tipo específico de tamanho, linguagem ou propagação de um manifesto, desde que ele cumpra seu papel conclamando um grupo, divulgando uma ideia e dando soluções para um problema. Alguns têm apenas uma página, como o "First Things First", e outros são coleções de livros, como o "Mein Kampf".

4.2. Pesquisa de manifestos

O primeiro passo para construir o manifesto foi pesquisar o que já existia anteriormente. Como o foco é criar um manifesto brasileiro online, foram escolhidos seis manifestos de diferentes fontes, divididos entre categorias “Manifestos Políticos” para os que falavam sobre alguma ordem política, e “Manifestos Artísticos” para os que falavam de movimentos artísticos. Ao estudá-los melhor percebi que essa divisão era mais um espectro onde cada um se encaixava em algum nível, já que alguns manifestos políticos falavam sobre a importância das artes e boa parte dos manifestos artísticos acabavam falando sobre seu viés político.

4.2.1. Manifesto Antropofágico (Oswald de Andrade, 1928)

Era muito importante para mim que pelo menos um dos manifestos analisados tivesse sido feito no Brasil, de preferência que lidasse com linguagens mais poéticas, e evitando ser muito técnico em suas proposições. O Manifesto Antropofágico (algumas vezes escrito como “Manifesto Antropófago”) parecia a opção perfeita.

O texto é basicamente um grande poema que foi enunciado pela primeira vez na casa de Mário de Andrade, na cidade de São Paulo, em 1928 (FIGURA 25). Alguns artistas brasileiros já faziam artes seguindo os princípios citados por ele há alguns anos, mas faltava um documento que unificasse todo o espectro de ideias que ele reunia. O Modernismo Brasileiro foi um movimento artístico em que o Brasil se inspirou nos cânones europeus sem segui-los à risca, dando mais espaço para o uso de elementos nacionais. Ele juntou tanto artistas visuais, como Tarsila do Amaral e Anitta Malfatti, quanto escritores, como Mário de Andrade e Oswald de Andrade, que incrivelmente não tinham relação familiar alguma. Alguns músicos chegaram a participar também, como Heitor Villa-Lobos, criador das Bachianas Brasileiras. O Dadaísmo, Surrealismo, Cubismo e outras vertentes modernas do Oeste Europeu se misturaram a paisagens tropicais, histórias com negros e indígenas, e a valorização da fauna e flora nacionais. Um outro Manifesto ligado a esse, inclusive, se chama “Manifesto da Poesia Pau-

Brasil”, feito também por Mário uns quatro anos antes do Antropofágico. E ambos foram influenciados pelo estilo de escrita do poeta francês Arthur Rimbaud.



FIGURA 25. O Grupo dos Cinco, artistas e escritores que tomaram a frente no movimento modernista brasileiro. Da esquerda para a direita: Anita Malfatti, Mário de Andrade, Menotti del Picchia, Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral. (foto: Wikipedia)

A primeira linha do manifesto afirma: “Só a antropofagia nos une. Socialmente. Economicamente. Philosophicamente” (ANDRADE, 1928). O termo “antropofagia” foi escolhido como uma espécie de referência ao canibalismo alegadamente praticado por algumas tribos indígenas da América do Sul, propondo que o conhecimento europeu fosse “deglutido” e depois “digerido” em forma de uma arte mais tupiniquim. Diversos trechos são trocadilhos fazendo referência ao colonialismo europeu e americano, como a frase “tupy, or not tupy, that is the question” (ANDRADE, 1928) e “contra toda as cathecheses” (ANDRADE, 1928). Milton Santos explicou em “A Natureza do Espaço” que nessa época os EUA já haviam mudado o conceito de colonialismo, sendo cada vez menos algo sobre ter territórios e cada vez mais sobre ter um controle científico-cultural sobre outras regiões. Esse manifesto foi criado poucos anos antes da Era Vargas, que se iniciou em 1930 e foi plenamente apoiado pelos EUA apesar de ter caráter fascista .

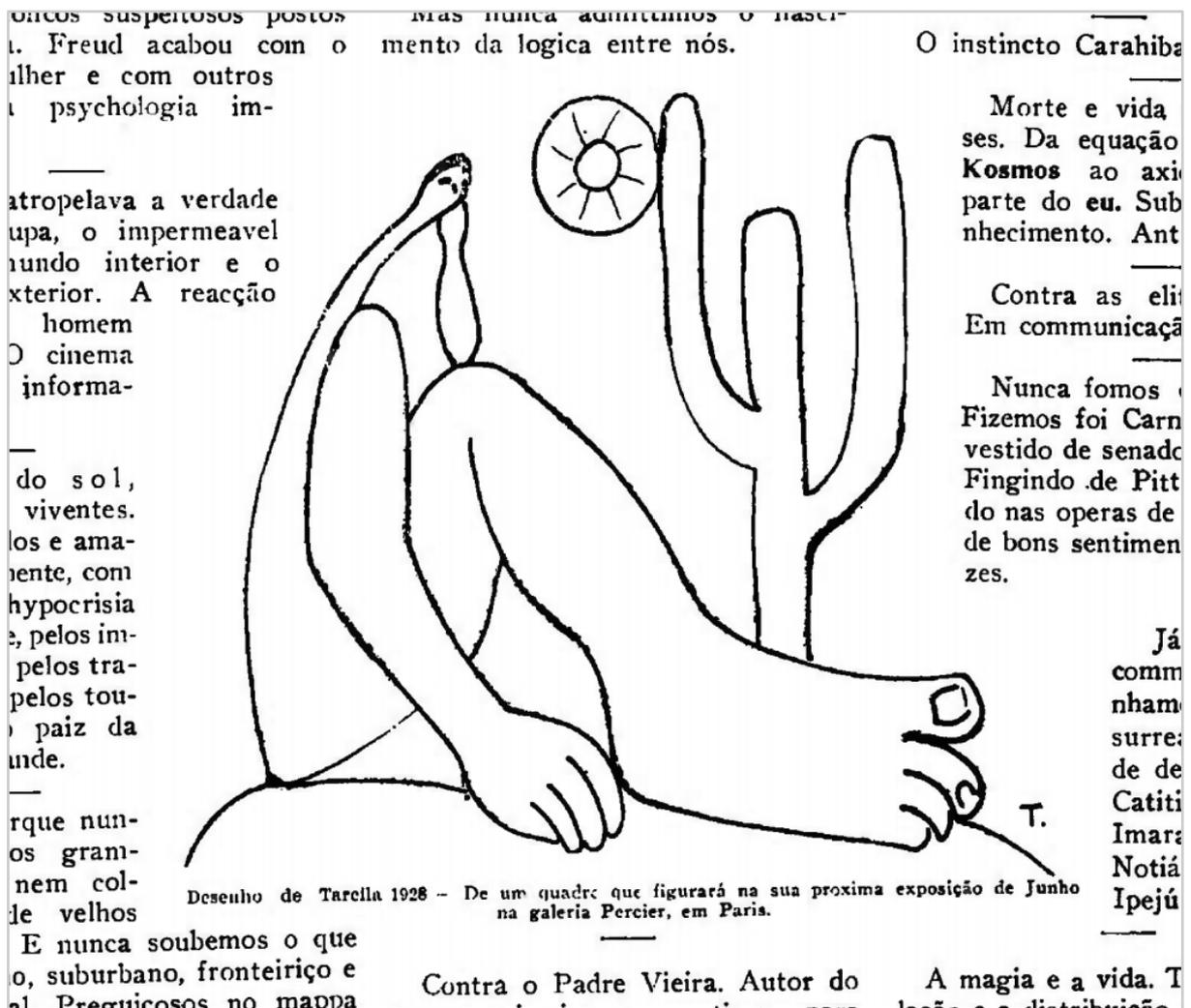


FIGURA 26: Ilustração do Abaporu desenhada no meio do Manifesto Antropofágico. (foto: UFMG)

O manifesto tem cerca de duas páginas, e uma ilustração do quadro “Abaporu”, de Tarsila do Amaral, logo na primeira (FIGURA 26). Ao invés de uma prosa concisa, ele reúne vários pequenos trechos que juntos formam um conjunto de intenções. O texto fala bastante sobre o que a arte brasileira deveria renegar e cria uma romantização do que seria o brasileiro real. Uma das frases é: “Antes dos portugueses descobrirem o Brasil, o Brasil tinha descoberto a felicidade.” (ANDRADE, 1928)

Essa romantização pode ser lida como positiva, mas ao mesmo tempo contraditória. Por mais que seja bom ver os artistas brasileiros valorizando traços exclusivamente nacionais, é necessário lembrar que todos - senão a maioria - eram pessoas de descendência europeia e de famílias paulistanas

burguesas, muitas relacionadas ao cultivo de café, que destruiu várias terras indígenas importantes. Eles faziam parte da pequena elite brasileira que sabia ler e tinha acesso a artes vindas da Europa, vivendo rodeados de privilégios que os negros e indígenas representados em obras como "Operários" (Tarsila do Amaral, 1933) jamais imaginariam na época (FIGURA 27). A mesma elite que apoiava ideias colonialistas e que via no hemisfério norte um ideal de sociedade, bem longe do representado nas obras modernistas.



FIGURA 27: "Operários", de Tarsila do Amaral, pintado em 1933. (foto: Wikipedia)

Isso, porém, não diminui a importância que o manifesto teve. Ele foi feito pela primeira geração de Modernistas Brasileiros, que ainda assim influenciaram gerações seguintes de artistas, independente de terem sido criticados na Semana de Arte Moderna de 1922 (FIGURA 28). A segunda geração de modernistas, por exemplo, foi a responsável pela Bossa Nova, que até hoje deve ser a manifestação musical brasileira mais conhecida fora do país. Problemáticas sociais à parte, Mário e os outros artistas e escritores fizeram um

bom trabalho compilando um manifesto artístico de caráter semi-político que só poderia ter nascido no Brasil.

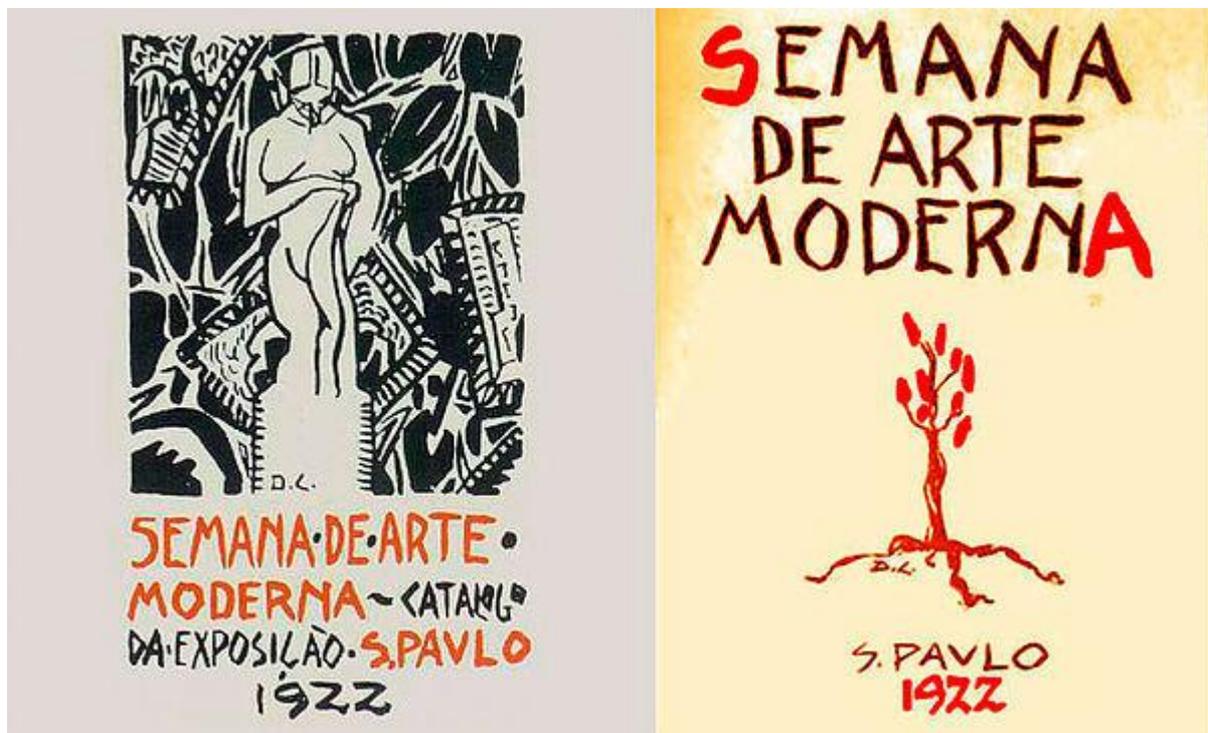


FIGURA 28. Quadro contendo a capa do catálogo da exibição e o cartaz de divulgação da Semana de Arte Moderna de 1922. Ambos foram desenhados pelo pintor Di Cavalcanti. (fotos: Wikipedia)

4.2.2. First Things First (1964/2000)

O manifesto “First Things First” foi originalmente escrito em 1964 e reescrito em 2000 para abarcar algumas tecnologias da época, pois foi lançado no início do design digital e quando telefones celulares e computadores começaram a se popularizar. A segunda versão também tem mais foco no meio ambiente e indústrias consideradas nocivas, como a de cigarro e armas. Ambas conclamam uma visão mais humanista do design, para que os projetistas se preocupem mais em criar produtos culturais e menos em criar artigos publicitários supérfluos. Eles começam citando as problemáticas para depois dizer as soluções, sendo um texto mais direto e curto, tendo apenas uma lauda cada versão;



FIGURA 29. Quadro contendo as duas versões. À esquerda, a versão de 1964 do manifesto, publicada em um jornal. À direita, a versão de 2000. (fotos: Design Is History)

O primeiro foi feito em Londres em 1964, assinado por 22 designers/artistas e apoiado por outros 400. A segunda versão foi assinada e publicada pela revista canadense AdBuster, que é contra propagandas e tinha várias edições simultâneas em vários países (FIGURA 29). Até hoje é citado como um marco na história do design europeu, por serem raros manifestos de cunho político em áreas de trabalho mais industriais.

Como a internet ainda tinha suas limitações, o manifesto foi publicado originalmente na revista canadense AdBusters e depois em outras revistas de conteúdos parecidos pelo mundo. A AdBusters é uma organização anti-capitalista que promove campanhas como a “Buy Nothing Day” (“Não Compre Nada Hoje”) e a “TV Turnoff Week” (“Semana da TV Desligada”), e seu nome é inclusive uma referência ao quanto eles são opostos a publicidade comum. É importante lembrar disso, pois a dimensão humanista desse manifesto é ainda mais reforçada por ter apoio de uma organização que se declara contra o atual ritmo de consumo humano.

4.2.3. Manifesto Dadaísta (Zurique, Suíça, 1916, Hugo Ball)

Escrito por Hugo Ball e lido no Waag Hall em Zurique em 14 de julho de 1916 (FIGURA 30), o Manifesto Dadaísta usa uma narrativa bastante poética para pregar os princípios que orientariam os dadaístas nos anos seguintes. O texto começa explicando: o que é “dada”? Por que “dada?” Enquanto dá múltiplos significados e evita ao máximo ser direto na explicação. O caráter surrealista reflete a própria estética dadaísta na escrita em sua composição, sendo mais para refletir do que para explicar. Foi assinado por cerca de 10 colegas mas nem todos concordaram, sendo inclusive a fonte do problema que teve com Tristan Tzara, outro dadaísta que discordava de alguns pontos do manifesto.



FIGURA 30. Interior do Cabaret Voltaire em 1920, na primeira Feira Internacional Dada. (foto: Frieze)

O termo ready-made já apareceu em alguns trechos desse documento, e é importante frisar o quanto isso foi importante para a história da arte. Graças a Duchamp, pela primeira vez na história as pessoas percebiam que novas artes não precisava inventar algo nunca visto antes ou resgatar valores arcaicos, como o Neoclassicismo havia feito. A arte só precisava de materiais certos, sendo eles banais ou não, para que cause impacto em alguém. Você não é obrigado a ter um grande ateliê ou materiais caros ou bons contatos, apenas

uma perspectiva nova sobre algo que as pessoas já conhecem. Alguns designers anos depois desse manifesto também questionariam os valores dos objetos que utilizamos no dia-a-dia, e essa ressignificação inspiraria projetistas como Karim Hashid, que criava produtos que poderiam usáveis mas que possuíam uma poética em si.

E os ready-mades não incluíam apenas produtos tridimensionais, na verdade. Uma outra obra conhecida de Duchamp é a “L.H.O.O.Q.”, em que a Mona Lisa de Da Vinci ganha um bigodinho e um cavanhaque junto ao seu misterioso sorriso (FIGURA 31).

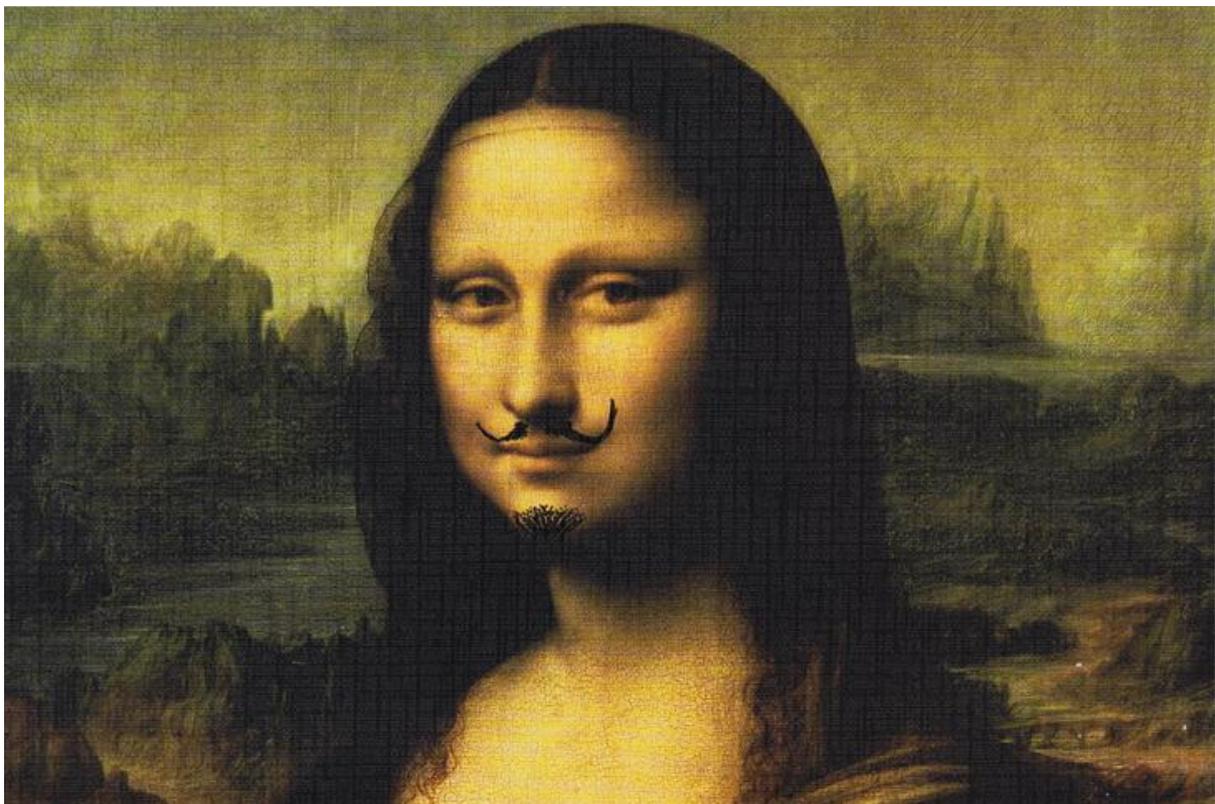


FIGURA 31. Close no bigodinho dado a Monalisa no ready-made “L.H.O.O.Q.”, de 1919, que em francês tem pronúncia parecida com “Elle a chaud au cul” (“Ela tem um rabo quente”). (foto: Wikipedia)

4.2.4. Hacker Manifesto (1988, EUA, por The Mentor/Lloyd Blankship)

Lloyd Blankenship (FIGURA 32) é um dos hackers de computador mais velhos do mundo, trabalhando na área desde o início da década de 80. Após ser preso em janeiro de 1986, ele escreveu e publicou o Manifesto Hacker, considerado a pedra-angular do Movimento Hacker, delimitando quais são as regras, éticas e princípios de trabalho fundamentais de alguém que se considere hacker, não modificando ou invadindo sistemas apenas por seu prazer ou para fazer mau-uso deles.



FIGURA 32. Lloyd Blankenship em janeiro de 2018, no encontro de sintetizadores do laboratório maker Ocean State Maker Mill. (foto: YouTube)

Segundo The Mentor, “a tecnologia deve expandir horizontes e manter o mundo livre”. Um dos principais pontos do texto é sua crítica ao modelo educacional fechado, que não exalta a curiosidade. Além disso, critica o que considera mais criminoso no capitalismo, que é a falta de ética de certas organizações. Em um dos trechos, chega a dizer “meu crime é apenas ser mais esperto do que vocês, algo que vocês jamais me perdoarão”. (THE MENTOR, 1986)

Apesar de ser um manifesto, ele tem um tom mais narrativo, contando uma parábola enquanto dita as regras em que acredita. A linguagem é bastante

informal e em primeira pessoa, aproximando o leitor do que está escrito. O texto joga provocações e perguntas ao longo dele sem dar muitas respostas, abrindo espaço para interpretações mais abertas. Foi ele que também deu a origem ao filme "Hackers", de 1995, um dos primeiros filmes da história a protagonizar pessoas que mexiam com computadores por diversão ao invés de algum trabalho formal (FIGURA 33).



FIGURA 33. O universo do filme "Hackers" (1995), estrelado Angelina Jolie e Johnny Lee Miller, aborda um grupo de hackers sendo presos por seguirem sua própria ética, tal qual pregado por The Mentor. (foto: Park Circus)

4.2.5. Manifesto Comunista (Karl Marx e Friedrich Engels, Londres, 1848)

Provavelmente o mais famoso da lista, o Manifesto Comunista foi publicado na Inglaterra por Karl Marx e Friedrich Engels no ano de 1848, durante a Primavera dos Povos. Nesse evento histórico, muitos países europeus fizeram mudanças drásticas em suas estruturas econômicas, sociais e políticas, e alguns começaram a se formar, como Alemanha e Itália. Marx escreveu boa parte dele e Engels o editou para que fosse mais facilmente compreensível, popularizando suas ideias pelo Leste e Centro Europeu (FIGURA 34).

O manifesto é um pequeno livro que explica como a história permitiu que os europeus se dividissem entre burgueses, detentores dos meios de produção, e proletários, que trabalhavam para os burgueses. Foi um dos primeiros livros da

história a explicar sucintamente as raízes sociológicas e econômicas da desigualdade, ao invés de apenas adotá-la como algo natural.



FIGURA 34. Busto feito em homenagem a Karl Marx na cidade de Chemnitz, Alemanha. Chemnitz fica na Saxônia, que era parte da Alemanha Oriental.

As ideias propagadas pelo comunismo já existiam a algum tempo, só nunca haviam sido reunidas em um documento sucinto e que explicasse as razões dessa visão política existir. A frase que o abre diz: "um espectro ronda a Europa - o espectro do comunismo. Todas as potências da velha Europa unem-se numa Santa Aliança para conjurá-lo: o papa e o czar, Metternich e Guizot, os radicais da França e os policiais da Alemanha" (MARX E ENGELS, 1848), perguntando em seguida "que partido não foi acusado de comunista por seus adversários" (MARX E ENGELS, 1848). Considero essa abertura uma das melhores de qualquer manifesto, por deixar claro que:

1. Eles são um movimento crescente na Europa;
2. Eles têm reivindicações bem traçadas;
3. É impactante e até de certa forma cômico, em um bom sentido, o uso do termo "espectro", indicando que eles são uma ameaça ao status quo;

O resto do texto é bem direto e bem pragmático ao explicar seus valores, sem deixar de usar uma certa poética em alguns trechos, característica dos manifestos da época. Essa poética aparece especialmente nos trechos em que fala sobre luta de classes, em que constantemente usa linguagem em primeira pessoa para falar com o leitor, chamando-o para se unir a essa luta. De fato, a famosa frase “proletários do mundo, uni-vos!” nasce nesse livro. No final, ele apresenta alguns valores do que seria a sociedade comunista ideal, 100% liderada pelo proletariado e que contaria com:

- *Abolição da propriedade da terra e seu rentismo.*
- *Uma tributação progressiva.*
- *Abolição dos direitos sobre a herança*
- *Confisco das propriedades de rebeldes e foragidos.*
- *Centralização do crédito pelo atacado nas mãos do Estado em apoio a cooperativas de microcrédito.*
- *Estatização total das empresas de transporte e comunicação.*
- *Estatização dos meios de produção, da agricultura e das fábricas de forma planejada.*
- *Apoie a igualdade entre todas as formas de trabalho além da criação de um corpo de funcionários públicos voltados para a agricultura.*
- *Integração completa entre campo e cidade.*
- *Educação infantil universal em escolas públicas, proibição do trabalho infantil e integração entre mundo fabril e mundo escolar.*

- (MARX E ENGELS, 1848)

Alguns desses valores foram alcançados por países do bloco soviético e seus parceiros, como China e Cuba, mas a dificuldade em manter esse tipo de visão econômica sem passar por um governo totalitário dificultou com que o Manifesto fosse totalmente bem-sucedido. Inclusive, Marx fala em um trecho do livro sobre como “qualquer tentativa para derrubar o governo era uma tolice ditada pelo desespero”, pois acreditava em uma transição gradual do socialismo burguês ao comunismo ideal, o que Lenin discordou publicamente anos antes da Revolução Bolchevique.

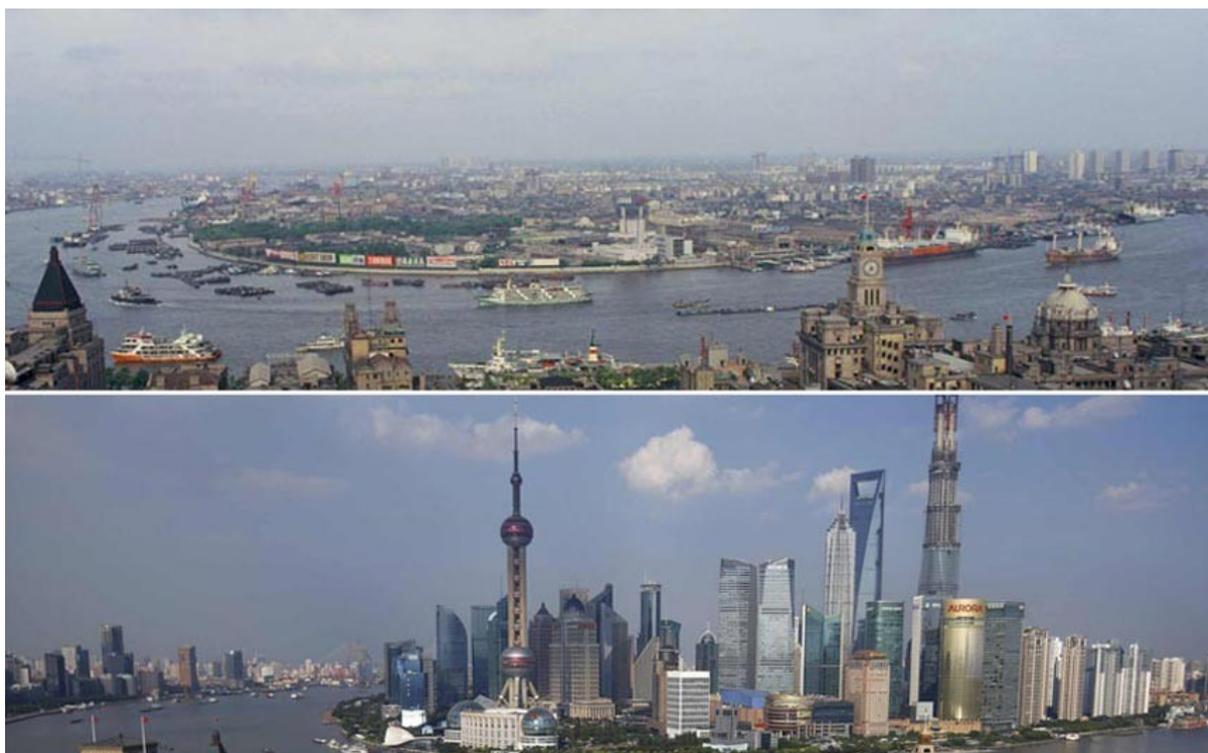


FIGURA 35. Shanghai, China, em 1987 e em 2013. Alguns países seguiram apenas parte do Manifesto Comunista e acabaram em algum ponto no espectro de meios-terminos do socialismo, como a China, que hoje em dia se auto-entitula socialista de mercado. (foto: The Atlantic)

Até hoje, mesmo com a dissolução da União Soviética, o Manifesto Comunista é estudado por cientistas políticos e influencia diretamente alguns governos, em geral nas partes que valorizam mais o socialismo burguês e social-democrata (FIGURA 35). O mundo ideal imaginado por Marx e Engels não chegou a existir ainda, provavelmente porque o texto foca bastante no por que e no quem, sem falar tanto sobre o *como* fazer. O que não impede que mais de 150 anos depois de sua publicação ele ainda continue relevante, pois os princípios do trabalho não mudaram quase nada de lá para cá, se compararmos com as profissões e ferramentas.

4.2.6. Mein Kampf (Adolf Hitler, Berlim, 1924)

Escrito por ninguém menos do que o ex-ditador Adolf Hitler, o Mein Kampf é um livro parte biografia, parte manifesto político. Escolhi ele para a bibliografia porque, apesar dos tabus óbvios que o rondam, é surpreendente como um livro publicado em 1924 conseguiu organizar tão bem alguns pensamentos que

menos de 8 anos depois seu escritor se tornaria chanceler da Alemanha e líder de um dos maiores partidos políticos que a Europa havia visto, dando início ao nazismo e em seguida à II Guerra Mundial (FIGURA 36). O Manifesto Comunista, por exemplo, levou cerca de 30 anos entre ter sido escrito e ter gerado uma revolução bolchevique. Como pode uma publicação dessas ter sido bem-sucedida nesse tempo recorde?



FIGURA 36. Berlim se preparava para receber os jogos Olímpicos de 1936 com o máximo possível de propaganda nazista espalhada pela cidade, a mando do governo. Isso tudo cerca de 10 anos depois do Mein Kampf começar a ser distribuído pela Alemanha. (foto: Hero Sports)

Meu foco foi em alguns trechos do Volume Dois (capítulos “1: Pessoas e partido”, “3: Sujeitos e cidadãos”, e “15: Direito de Defesa Emergencial”) e estudar a fundo o que fez com que ele se tornasse tão popular em pouquíssimo tempo. O livro é dividido em dois volumes: no primeiro, Hitler conta sua biografia, lugares que frequentou, como passou a acreditar em certas ideologias, e no segundo ele cita os principais pontos e diretrizes do partido nazista. Em resumo, Hitler acreditava que todas as etnias eram inferiores aos arianos germânicos, e que todos os problemas do mundo eram causados pelos comunistas e pelos judeus (HITLER, 1924). Hitler chega a citar outras etnias (como eslavos) para falar sobre sua inferioridade, mas utiliza ao máximo esses dois últimos grupos citados como bodes expiatórios. Isso causa um efeito curioso, em que o livro afirma diversas

vezes que a Europa não teria problemas se essas classes específicas de pessoas fossem expurgadas de alguma forma. Ele explica os problemas da Alemanha de forma bem sucinta - falta de empregos, inflação, doenças, guerras - propondo uma “solução” bem alcançável ao leitor: manter distância e eliminar o quanto puder os judeus e comunistas. Pronto, acabou. Problemas resolvidos.

O tom do texto é bem direto, por se tratar de um manifesto político, mas ao mesmo tempo faz referências sempre que possível a uma Alemanha fantasiosa, completamente dominada por pessoas etnicamente arianas e fisicamente perfeitas segundo ele. Em um dos capítulos, Hitler fala sobre o conceito de “*Lebensraum*” (“espaço de convivência”), que seria essa Alemanha do futuro, que colonizaria também outros territórios europeus (HITLER, 1924). O próprio Adolf afirmou em 1933, ao tomar posse como chanceler, que “se soubesse aonde chegaria, talvez nem haveria escrito o livro, por se tratar de pensamentos romantizados de alguém que estava na cadeia” (HITLER, 1933). Esse idealismo de que uma Europa perfeita seria possível se apenas um tipo de pessoa vivesse nela também apelou ao público, causando uma relação emocional muito forte em um povo que havia tido seu orgulho ferido, que de alguma forma até hoje é popular com algumas pessoas que nem europeias são (FIGURA 37).



FIGURA 37. Print do portal de notícias G1, mostrando que o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro proibiu a distribuição do Mein Kampf pelo estado. A versão que aparece está traduzida em português. (foto: G1)

O Mein Kampf foi escrito entre guerras e lançado durante a República de Weimar, em que a inflação era descontrolada, os alemães sofriam com as sanções econômicas impostas na Conferência de Paz de Paris de 1919, e a

maioria das pessoas não sabia o que fazer. O caos e o desespero foram o cenário perfeito para que as ideias do nazismo se propagassem como a única solução possível, já que seguir o modelo democrático normal do resto da Europa havia apenas causado represálias. Marx, por exemplo, fez um texto bem mais técnico e mais descritivo da realidade, apelando menos para o emocional do leitor. O que não é ruim, mas acredito que talvez por isso tenha demorado um pouco mais para ser absorvido.

Alguns anos depois da II Guerra, a escritora judia Hannah Arendt falava sobre o conceito de banalidade do mal, em que explica que nem todo apoiador do nazismo era necessariamente um ser humano inescrupuloso. Muitos passaram a apoiar Hitler por se verem como uma peça num grande sistema que funcionava, independente das consequências que estavam por trás dele (ARRENDT, 1961). Grande parte dos convencidos pelo "Mein Kampf" não necessariamente odiavam judeus, eslavos, comunistas ou LGBTs, mas odiavam o estado em que o país estava. Eles eram cidadãos que não sabiam como resolver os problemas da Alemanha e foram no que parecia mais plausível no momento (FIGURA 38). As ideias de Hitler não precisavam fazer sentido economicamente ou se maquiarem de algo benéfico para serem aceitas, elas só precisavam ter um bom apelo emocional, um objetivo claro - "melhorar" o país - e um grupo organizado divulgando-as como se fossem a única saída possível.

No curso de design, vemos bem pouco sobre os efeitos que apelos emocionais podem causar sobre nossos usuários, sejam utilizando um produto ou lendo um texto. E obviamente, não vou propor nada que vá ferir a Declaração dos Direitos Humanos nesse projeto, mas foi importante perceber como falar sobre problemas que ninguém sabe resolver e lidar com questões não-palpáveis (como cargas emocionais) ajudam mais do que uma boa estratégia bem-traçada.

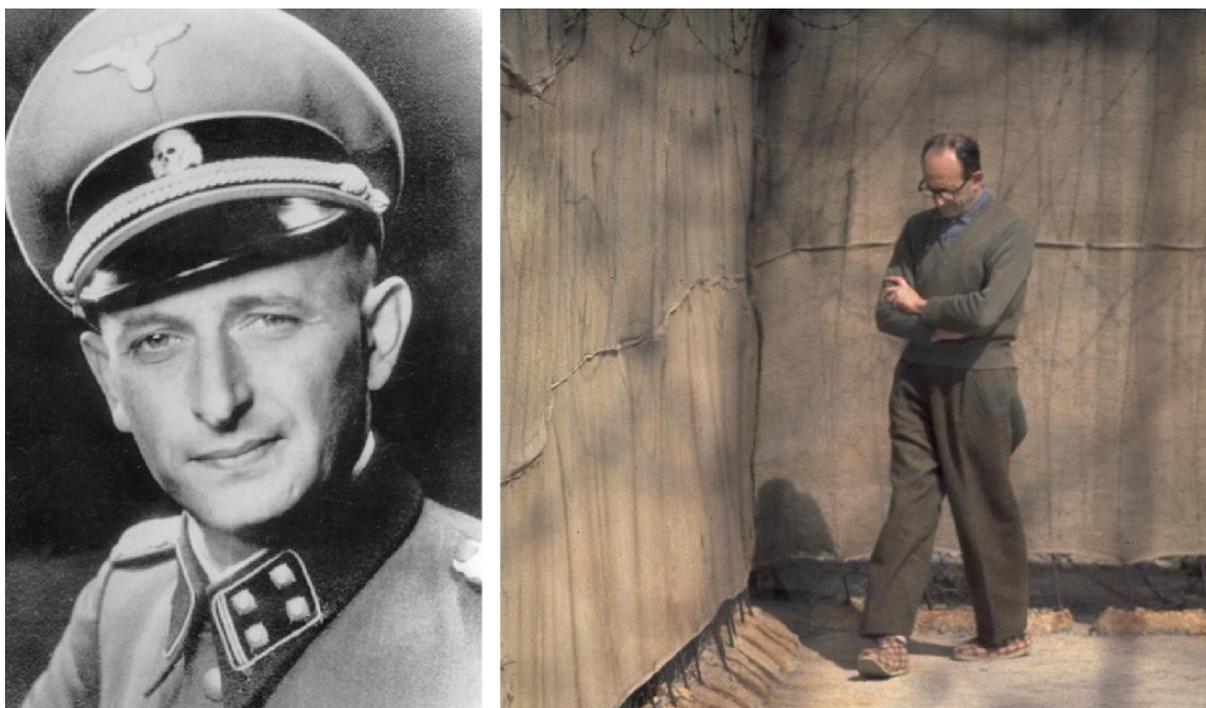


FIGURA 38. À direita, Adolf Eichmann, um dos oficiais nazistas responsáveis pela logística do Holocausto. À esquerda, Eichmann em 1961, em Jerusalém, pouco antes de ser executado. Foi baseado em seu julgamento que Hannah Arrendt criou a tese de que nazistas eram apenas pessoas comuns que banalizaram atitudes macabras em prol de um "bem maior". (foto: Government Press Office - GPO)

4.3. Delimitações da pesquisa

Sendo assim, fiz um plano cartesiano e vi que meu manifesto deveria ter quatro focos principais (FIGURA 39):

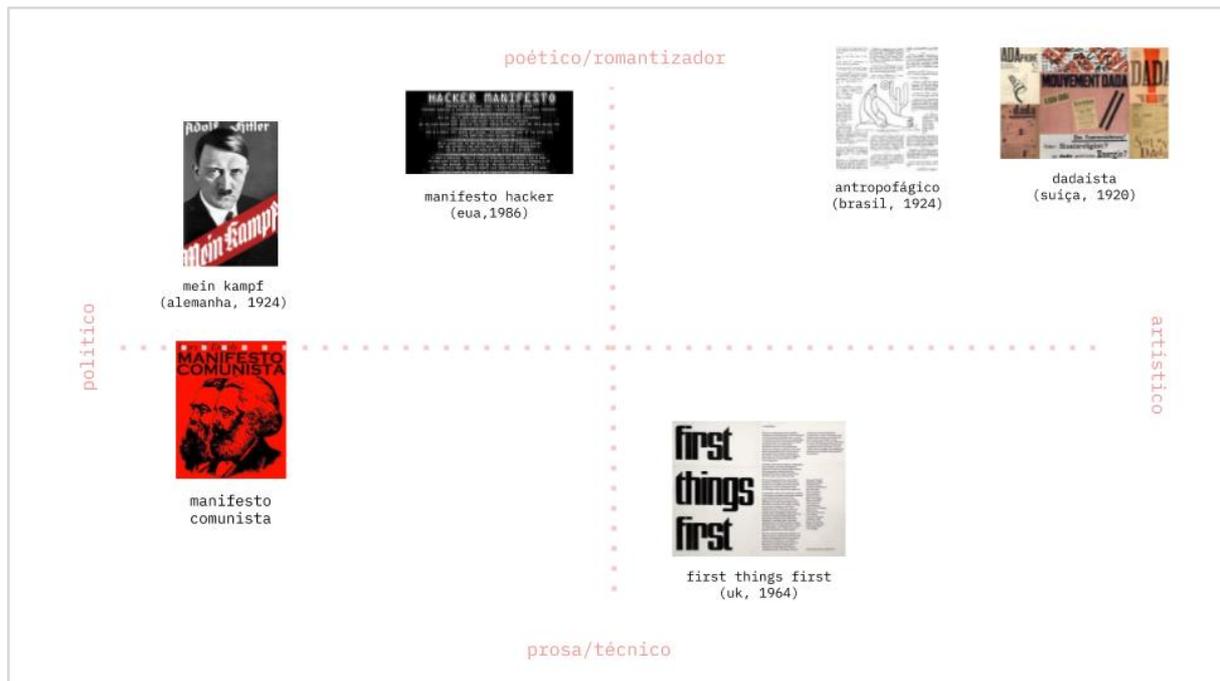


FIGURA 39: Plano cartesiano feito separando os manifestos entre "Prosa/técnico" X "Poético/romantizador" no eixo Y; e entre "Artístico" e "Político" no eixo X;

Desde o início do projeto, quis fazer algo que fosse acessível, politicamente estimulante e que conversasse bem com seu público-alvo, composto de discentes em design. Os pontos principais que o texto deveria ter, baseado nos manifestos estudados, eram:

- Ser uma declaração pública feita por alunos e para alunos, que também poderia ser acessada por universidades e corpos docentes;
- Conclamar um design mais acessível desde seu ensino na universidade;
- Citar os princípios que que expliquem a realidade de alunos baixa-renda e que possam deixar claros seus problemas e questões específicas;
- Criar uma rede de apoio entre pessoas que vivam a mesma realidade de serem alunos de design de baixa-renda;
- Usar um tom mais leve e mais cômico, que dialogue com o jeito que os alunos de design se comuniquem;

5. Wikis, o que são e sua importância

“O primeiro dever da pessoa culta é sempre estar preparada para reescrever a enciclopédia.”

- ECO, Umberto, escritor

5.1. O que é uma wiki

A estrutura de wiki foi indicada a partir das pesquisas feitas para que mais pessoas possam participar na construção do texto e ele possa abranger mais pessoas, independente de onde estejam. Uma wiki é uma estrutura de site informativo, cujos conteúdos são feitos coletivamente por vários membros. O primeiro site em formato wiki foi criado em 1995 pelo programador Ward Cunningham, chamado “WikiWikiWeb”. E o exemplo mais famoso do mundo é a Wikipédia (www.wikipedia.com), fundada em 25 de janeiro de 2001, que é uma enciclopédia multilíngue e formada por vários artigos diferentes. O nome “wiki” é derivado da expressão homônima que em havaiano significa “rápido”.

Ela se diferencia de sites de conteúdo profissional, como portais de notícias, pela capacidade de ser criada e editada por qualquer usuário, e se diferencia também de um fórum online por criar um documento único ao invés de uma discussão. Wikis em geral funcionam com código aberto e plenamente editável por qualquer usuário, hiperlinks internos para outras páginas no site e plataformas que permitam o upload de mídias auxiliares para seus artigos, como fotos, vídeos e áudios. Wikis também tendem a ter controle de versão, que é uma tecnologia que permite que seus usuários vejam quem alterou o documento, em que horário fizeram isso e como ele era antes da alteração.

5.2. Importância para o projeto

A plataforma wiki foi indicada, visto as condições feitas anteriormente. Ela é facilmente alterável, não tem um dono específico, não precisa operar com fins lucrativos, aceita quase todo tipo de mídia - por ser um texto sobre design, é provável que um dia precisa de imagens e vídeos - e permite que as pessoas se engajem e conversem sobre seu conteúdo. Os grandes riscos e lados ruins de adotar essa plataforma são: o perigo de um possível vandalismo em que alguém

altere seu conteúdo com más intenções, o risco de sair do ar a qualquer momento caso o servidor não seja estável, e a limitação de configuração visual que wikis permitem. Nem todas se deixam alterar muito, e muitas vezes justamente para deixarem claro que são wikis, com a estrutura visual de um site documental (FIGURA 40).



FIGURA 40: Tela inicial da Wikipedia, em novembro de 2019.

6. Análise e coleta de dados

6.1. O que é o projeto

Após toda a análise de dados bibliográficos, me decidi por fazer um manifesto político e artístico explicando problemas de alunos de design fora das classes sociais A e B, e dando soluções para que eles soubessem como lidar com certas situações. Esse manifesto seria publicado numa plataforma digital, sendo primariamente escrito por mim baseado no que havia estudado e depois poderia ser editado por quem quisesse.

Cheguei a cogitar plataformas como documento no Google Drive ou o Medium para publicá-la, ao invés da wiki, mas a possibilidade de ter controle de versão e ver quem editou era importante para que eu tivesse dimensão de quem

estava editando e de onde. Stolley disse, e será cumprido: *"controle de versão. Sempre. Para tudo."*

6.2. Entrevistas e questionário

Como meu objetivo era fazer bom uso das possibilidades da internet, as entrevistas foram coletadas majoritariamente por plataformas digitais, para que pudessem alcançar pessoas de outros estados. Alguns dos entrevistados enviaram áudios e conversaram comigo ao vivo via WhatsApp e Facebook Messenger, respondendo minhas dúvidas. Graças à rede de contatos adquirida ao longo de eventos estudantis interestaduais e ao grupo de Facebook do NDesign, cheguei a dez alunos para começar minha pesquisa.

Os alunos foram escolhidos por cumprirem os requisitos de: estudar alguma área do design (gráfico, moda, produto, interfaces digitais), terem utilizado algum tipo de auxílio financeiro para estudar (auxílio estudantil, ProUni, FIES) e terem vida estudantil ativa, não tendo feito parte apenas das aulas, mas de qualquer outro tipo de iniciativa universitária. Eles foram:

- **João Moraes**, mora em Goiânia-GO, aluno de moda da UFG, utiliza auxílio estudantil;
- **Danilo Schunk**, mora em São Paulo-SP, ex-aluno de design gráfico da Belas Artes, utilizou ProUni para estudar;
- **Gabriel Diogo**, mora em São Paulo - SP, ex-aluno de design gráfico da Universidade São Judas Tadeu e do Instituto Europeu de Design, utilizou FIES em ambos;
- **Oliver Tarzis**, mora em São Paulo - SP, ex-aluno de design gráfico da Universidade São Judas Tadeu, utilizou FIES;
- **Gabriel Lopes**, mora em São Paulo - SP, ex-aluno de design gráfico da Universidade Anhembi-Morumbi, utilizou ProUni;
- **Natália Lima**, mora em São Paulo-SP, ex-aluna de design gráfico do Mackenzie, utilizou ProUni;

- **Jaqueline Damazio**, mora em Porto Alegre - RS, ex-aluna de design visual da ESPM Sul, utilizou FIES;
- **Isabel Gutierrez**, mora em Florianópolis - SC, aluna e design de produto do IFSC Florianópolis, utilizou auxílio estudantil e teve um filho durante sua graduação;
- **Róbsom Aurélio**, morador de Águas Lindas de Goiás - GO, ex-aluno de design gráfico da UnB, utilizou auxílio estudantil;
- **Petrônio Fernandes**, mora em João Pessoa - PB, ex-aluno de design gráfico do IFPB - Campus Cabedelo, utilizou auxílio estudantil;

Minha amostragem inicial produziu bons pontos, mas senti que foi pouco diversa: dos dez, apenas duas são mulheres, apenas um é da região Nordeste e apenas um é de Brasília. Enquanto isso, quatro deles são de São Paulo capital, que é a região com maior número de atividades culturais e oportunidades de estudo/trabalho no Brasil. A cada um deles foi enviado uma mensagem com o seguinte texto:

"Olá! Esse projeto foca em criar um manifesto que delimite princípios que ajudem alunos de design com poucas condições financeiras a se desenvolver no curso e como professores e organizações de ensino possam ser mais receptivos a questões deles.

Para isso, preciso que você responda as seguintes perguntas [pode mandar áudio, texto ou a forma que se sentir mais confortável]:

- *Quando você entrou no design?*
- *Por que design? O que te motivou a fazer esse curso? E o que ainda te motiva a ficar nele?*
- *Quais as maiores dificuldades de aprendizado [técnicas, matérias, etc] que você teve?*

- *Como essas dificuldades poderiam ter sido superadas?*
- *Que pontos no ensino você acha que seus professores foram bons?*
- *E em que pontos você acha que eles poderiam ter melhorado?*
- *Você participou de movimento estudantil de alguma forma (CA, empresa júnior, etc)? Que tipo de legado quer deixar/deixou/gostaria de ter deixado?*
- *Para você, o que seria "acessibilidade" no ensino de design? O ensino de design brasileiro é "acessível"?*
- *Caso não, o que nos impede que o ensino de design no Brasil atualmente seja assim?*
- *Se você já trabalha: quais problemas você vê no mercado de trabalho de design atual, especialmente para alunos num contexto como o seu?*
- *Caso não trabalhe, quais medos tem em relação ao mercado de trabalho? Quais coisas você como aluno observa que podem mudar?"*

As respostas foram dadas através de mensagens de texto, áudios e um e-mail, enviado por Róbsom. Nessa primeira leva de perguntas, os principais pontos levantados foram:

- *Muitas pessoas fazem cursos técnicos de comunicação visual antes de entrarem no design porque precisam entrar no mercado de trabalho, e curso técnico é visto como uma boa estratégia entre as camadas mais pobres da população de fazer isso;*
- *Muitos cursos de design fazem os alunos terem dificuldade com pensamento processual, conceito e metodologia, por focarem demais na produção técnica do design;*

- *Alunos de baixa renda tendem a ter uma boa participação no movimento estudantil;*
- *"Acessibilidade" não envolve apenas o preço dos materiais, mas também saber que o curso existe, o que ele faz e aprender como ele funciona;*
- *Professores muitas vezes cobram materiais muito caros e alunos não tem como pagar;*
- *O curso e o mercado exigem que você se atualize bastante e de forma rápida;*
- *Professores ajudam dando dicas profissionais/acadêmicas;*
- *Alguns alunos têm dificuldade de pegar o ritmo das aulas por não ter a mesma bagagem cultural do resto da turma, em relação a história da arte e conhecimentos específicos. Mesmo os criados em São Paulo não sabiam muito sobre história da arte, por exemplo;*
- *O design ainda é visto como um artigo de luxo e classe alta, não um agente transformador diretamente ligado ao que pessoas precisam em seu dia-a-dia;*

Essas conclusões me levaram a algumas respostas e mais uma leva de perguntas. Senti que as respostas foram boas, mas não abordaram muito questões emocionais e pessoais dos alunos, o que é um dos pontos importantes de qualquer manifesto bem-sucedido. Nisso, depois de ler/ouvir todas as respostas e transcrevê-las, enviei a todos a seguinte mensagem:

Olá, amigo/participante! Então, agora que consegui bons insumos, tenho uma segunda leva de perguntas que gostaria que você respondesse! São bem menos perguntas agora - quatro, para ser mais exato - e creio que em 10min você consegue responder tudo!

Preparado? Lá vamos nós!

- *O que te motivou a entrar e fazer parte do movimento estudantil, seja criando ou participando de eventos, CA e empresa júnior? Como foi a experiência?*
- *Como você explica para as pessoas o que você faz como designer? Como você explicaria para um familiar mais leigo no assunto - sua avó, digamos?*
- *Já improvisou algum material ou pirateou algum programa porque era muito caro? Se sim, qual e como?*
- *Como você consegue se atualizar quanto ao mercado e as evoluções do design atualmente?*

A segunda leva me levou a conclusões ainda mais específicas, como:

- *O movimento estudantil representa para muitos alunos uma forma de contribuir para o curso e de aprender mais fora dele, também servindo como outra forma de aumentar o currículo e aprender algo fora do design. Foram experiências boas, num geral mas bastante cansativas;*
- *Todos já haviam improvisado material em algum ponto. Poucos haviam deixado de entregar trabalho, ou na pior das hipóteses, pirateado algum software específico;*
- *A maioria seguia perfis de Instagram, Twitter e Facebook para se atualizarem. Podcasts, desenhistas e profissionais freelancer conseguem gerar muito conteúdo útil;*

6.3. Criação

A primeira tentativa de criar a wiki foi através do download direto do software MediaWiki (mediawiki.org). O MediaWiki é o principal programa de criação e edição de wikis, sendo utilizado até mesmo pela Wikipedia. Ao baixá-lo, você tem algumas páginas de explicação de como se configura um site, feito pelos próprios auxiliares que também utilizam o mesmo programa.

Todos os tutoriais e explicações são feitos por voluntários que também acreditam no conhecimento livre e em plataformas de edição gratuitas, o que se relaciona bastante com os conceitos de Karl Stolley (The Lo-Fi Manifesto) e de The Mentor (Manifesto Hacker). Boa parte dos criadores de conteúdo dessas plataformas utilizam algum sistema operacional ou pelo menos programas baseados em Linux, que é o kernel (matriz do sistema operacional) mais utilizado por quem lida com software livre. Juntos, graças à internet, essas pessoas conseguiram criar material o suficiente para que ninguém precisasse de tutoriais pagos de como se utiliza a plataforma.

Em geral, quando se cria uma plataforma WikiMedia em um Macintosh, como o que usei para compor esse trabalho, o servidor mais utilizado é o MAMP - sigla de Macintosh (o sistema operacional), Apache (o servidor web que permite que o site tenha um lugar na internet), MySQL (banco de dados do site) e PHP/Perl/Python (linguagens de programação comuns no desenvolvimento web). A versão gratuita do MAMP oferece todos os recursos necessários para o site estar disponível na internet, mas tem um porém: por ser feito para uma plataforma paga muito específica da Apple, ele dura apenas 30 dias, e depois cobra para que você pague a versão Premium para que o site continue no ar. A versão completa custa R\$359 reais, o que não vi como algo que valeria a pena nem a longo, nem a curto prazo. Resolvi procurar alternativas gratuitas, não apenas pelo tema do projeto mas para que eu conseguisse finalizá-lo dentro das minhas condições financeiras.

Me perguntei se seria muito contraditório ao projeto pagar por um domínio, visto que o foco era fazê-lo da forma mais barata o possível, dando a entender que um projeto desse tipo seria acessível a quem quisesse fazer algo do tipo. Cheguei a conclusão de que não seria, após falar com a orientadora e perceber que o foco seria a divulgação do projeto numa plataforma wiki, independente de como fosse fechada.

Por sorte, após procurar boas plataformas de host para wikis, me deparei com o Mirahaze (www.mirahaze.org) (FIGURA 41), que atualmente abriga mais de 300.000 wikis gratuitamente, se forem para projetos sem fins lucrativos. Enviei a inscrição e no mesmo dia eles haviam criado uma plataforma 100%

online e na nuvem, também baseada no WikiMedia. Todo o projeto foi feito no Miraheze, se utilizando das ferramentas e capacidades deles. O Miraheze é de fato 100% gratuito, mas todas as alterações feitas na sua wiki devem ser acompanhadas de um pequeno texto explicativo do porquê aquilo estava sendo alterado. Até para mudar a foto do thumbnail do site me foi cobrado um pequeno texto.

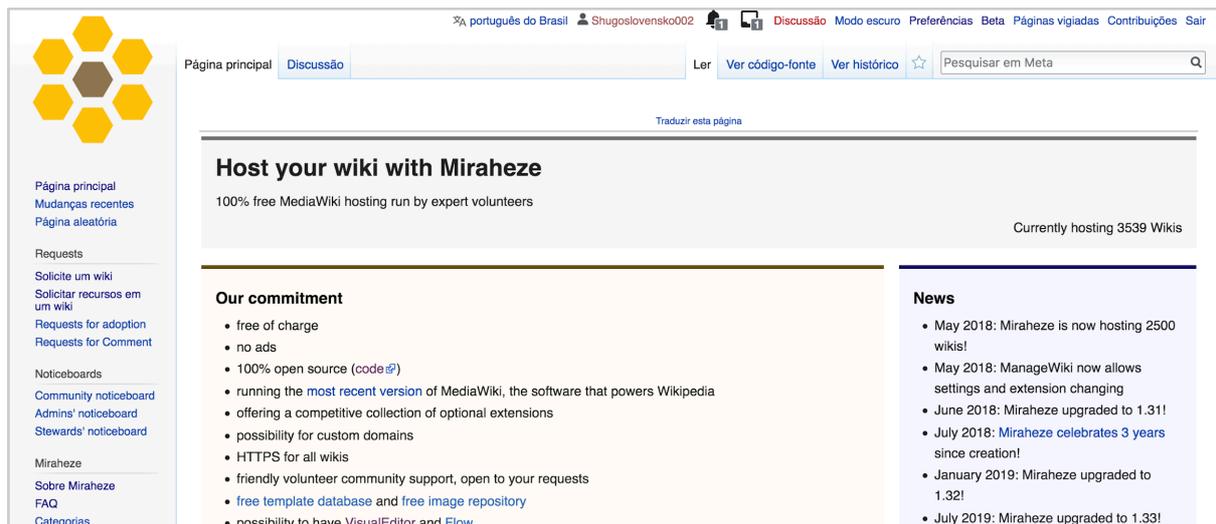


FIGURA 41: Print da home do Miraheze. O favo de mel é a logo do projeto, representando as wikis que se desenvolvem nele.

6.4. Construção do projeto

Para criar a URL da wiki no Miraheze, eu precisava de um nome para o projeto. Queria algo que soasse português-brasileiro, não muito formal, que não fosse difícil de pronunciar e não fosse muito longo, para que as pessoas não ficassem com preguiça de procurar ou digitar na barra de pesquisa.

Me ocorreu que eu havia aprendido na matéria de Pensamento LGBT Brasileiro, feita um semestre antes, que estudamos um tabloide antigo chamado Lampião da Esquina, publicado no Brasil de 1978 a 1981 (FIGURA 42). O Lampião foi o primeiro periódico nacional de grande alcance a falar abertamente sobre assuntos direcionados ao público LGBT, especialmente homens gays, baseado no americano Gay Sunshine publicado em São Francisco. Em um dos trechos do documentário homônimo feito em 2011 com seus editores e escritores, o poeta Glauco Mattoso explica que em quase todas as edições o termo “gay” foi escrito como “guei”, para que o público com menos noção de pronúncia em inglês

soubesse como pronunciar a palavra. Até o nome, “Lampião da Esquina”, faz referência aos postes de luz que iluminavam os becos em que homossexuais se encontram nessa época, mas o clima descontraído do jornal fez com que adotassem a forma do cangaceiro Virgulino Ferreira da Silva, coincidentemente chamado de “Lampião”.



FIGURA 42: Capas do jornal "Lampião da Esquina", voltado para o público LGBT - ou "guei", como eles chamavam - e publicado entre 1978 e 1981.

(foto: Revista Geni)

Uma descontração brincando com termos tupiniquins era ideal para batizar o projeto. E assim, o chamei de “O Manifesto Desáiner”, utilizando a pronúncia correta do termo designer na grafia mais portuguesa-brasileira o possível. A URL escolhida foi www.desainer.miraheze.org, que estava disponível, parecia memorável o suficiente e não tinha um tamanho muito grande.

Eu queria também que o projeto tivesse alguma espécie de símbolo, que não fosse uma logo comercial, pois poderia se afastar dos ideais do projeto. Precisava ser algo que remetesse a ação, participação popular, e que seguisse a estética do vaporwave (FIGURA 43). Não demorei muito para chegar ao ícone de mãozinha clicando, que abarcava bem tudo que era necessário.

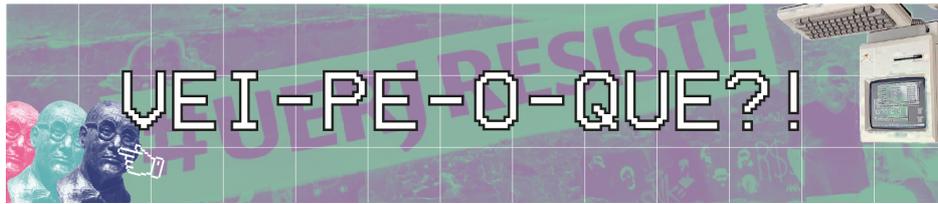


FIGURA 43: Banner da wiki que faz trocadilho com a pronúncia correta do projeto; "Vei-pe-o-que?!"

A mãozinha que aparece no cursor quando a colocamos sobre algum objeto clicável também tem um histórico importante com o design. A computação com *graphic user interface (GUI)*, que anos depois evoluiria pelo que conhecemos como User Experience and User Interface (UX/UI) existia desde meados da década de 70, e foi se popularizando em 1983 com o Apple Lisa, e depois em 1984, com o Apple Macintosh. O uso de mãos como ícones de computador é atribuído a designer Susan Kare (FIGURA 44), que fez todo o Pack de ícones e elementos gráficos dos dois sistemas operacionais em pixel art, pela limitação da época de 32 bytes. Kare foi uma das primeiras pessoa na história a se formar em design gráfico e ser bem-sucedida trabalhando com interfaces digitais, e provavelmente a primeira a ter esse reconhecimento. A mão apontando também era um símbolo tipográfico muito utilizado pelos dadaístas, como crítica ao fato de que máquinas estavam aos poucos "substituindo as funções humanas", e aparecendo no site do manifesto em pixel art, fazendo um bom meio-termo entre ambos os movimentos artísticos (FIGURA 45).

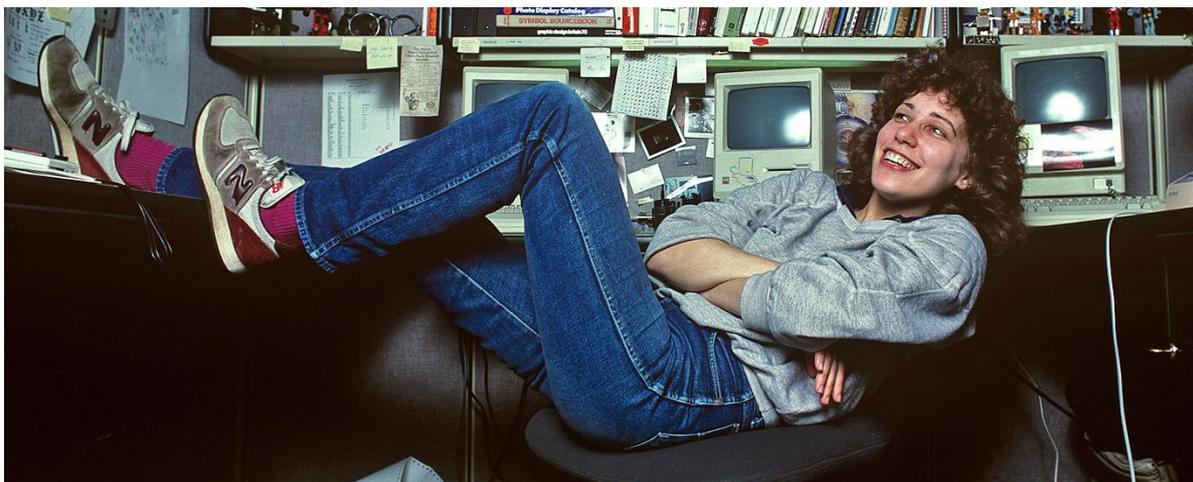
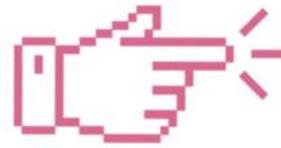


FIGURA 44: A designer Susan Kare, responsável pelos ícones do Macintosh. (foto: Lemelson Center)



1 9 1 4
zurique, suíça



2 0 1 9
brasília, brasil

FIGURA 45: À esquerda, a mãozinha do dadaísmo, utilizada em 1914. À direita, a mãozinha utilizada na wiki, em pixelart.

As cores escolhidas foram um tom de verde-água e um tom de rosa-choque que apareceram bastante quando juntei várias imagens de edições vaporwave do Pinterest, Tumblr e Twitter, e fiz um mapa mental de elementos que apareciam constantemente. A fonte é a ISOCPEUR, fonte monoespaçado fornecida pela Adobe, que remete ao estilo tipográfico de computadores antigos (FIGURA 46).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (!@#\$%?&[:
LegionFonts.com



FIGURA 46: Acima, os glifos da fonte ISOCPEUR. Abaixo, a paleta de cores baseada nos mapas de referência feitos com várias imagens vaporwave.

6.5. O manifesto

A primeira versão do manifesto foi feita por mim, complicando os dados pesquisados e utilizando a linguagem pré-definida. Ele foi publicado na página principal do link www.desainer.mirahenze.org no dia 24 de setembro de 2019. O texto era:

"Todo design nasce da raiva. Do incômodo. De algo que pode e deve melhorar.

E esse documento nasce do incômodo em como o ensino de design brasileiro passou por grandes mudanças de público, em que as instituições muitas vezes não souberam como lidar. Com o crescimento dos cursos e um maior público tendo acesso a universidades e institutos federais, era natural de se esperar que o número de alunos de baixa-renda ou em situação econômica mais delicada também crescesse.

Isso levou a alguns problemas de acessibilidade para esses alunos e de compreensão de como lidar com isso por parte dos institutos, professores, funcionários e colegas que tenham melhores condições de vida. E partindo disso, os pontos desse manifesto abordam o que você, aluno de design com poucas condições financeiras, deve saber sobre o curso que está fazendo.

E aí, bora lá?

01. ANTES DE SER DESIGNER, VOCÊ É VOCÊ.

Nada vai ser mais importante pra sua formação como designer do que sua formação como pessoa. Cada fila que você pegou, ônibus que lotou e situação em que teve que se virar foi importante para que você pudesse ter um diferencial.

Durante o curso, talvez sua auto-estima seja afetada por isso, mas não desanime! Isso tudo é parte de algo mais importante, que

vai fazer você ser um designer muito melhor algum dia, independente da sua área. Um dos princípios do design é resolver problemas. E você saber resolver problemas por si mesmo já ajuda muito.

02. E ANTES DE SER DESIGNER, VOCÊ PRECISA SABER O QUE É DESIGNER.

"Você desenha indústria?"

"É tipo arquitetura?"

"Ah, é fazer cartaz?"

O ensino de design no Brasil é pouco acessível não apenas pelo preço dos cursos e materiais, mas porque muitas pessoas nem sabem que o curso ou o termo sequer existem. Você já pensou que é um curso cujo nome nem em português é?

Talvez você tenha dificuldade em explicar o que faz para amigos, parentes e pessoas próximas em um geral, o que pode gerar certa frustração. E tudo bem. O design no Brasil ainda é visto como uma área gourmetizada, ao invés de algo importante e com princípios que nos cerca no nosso dia-a-dia.

A própria pergunta "com o que você trabalha?" tende a nos fazer responder algo tecnicista e que não foca em como o design envolve todo um processo de contextualização, mais do que a fabricação de um produto. E fazer as pessoas entenderem essa parte já ajuda a desmistificar o que faz o designer.

Já pensou que na hora de explicar o que faz, você pode dizer:

** Caso seja tecnólogo, dizer o produto final do seu trabalho?
"Ah, eu faço websites", "ah, eu trabalho com impressos e embalagens", etc;*

** Explicar um processo de pesquisa ao invés de um produto final, o que um ouvinte pode não esperar de seu trabalho;*

03. E ANTES DE SER DESIGNER, VOCÊ TEM QUE SABER O QUE É A UNIVERSIDADE.

O foco da universidade no Brasil, especialmente a universidade pública (estadual ou federal) é gerar conhecimento para a sociedade.

O conhecimento saído daqui deve exigir mais do mercado, e não ao contrário, como muitos fazem parecer. Dentro disso, a universidade tem várias iniciativas além de aulas, como:

Pesquisas Científicas (PIBIC): *Pesquisas orientadas por um professor, em geral focando na área de atuação/pesquisa que ele trabalha. Os projetos duram alguns meses e podem envolver pesquisa de campo, uso de metodologias alternativas e criação de relatórios constantes. Antes dos cortes da CAPES, também envolviam pagamento de bolsa para os pesquisadores;*

Centros Acadêmicos (CAs) e Diretórios Acadêmicos (DAs): *Entidades formadas por um grupo de alunos que representam os estudantes diante do colegiado, das outras entidades estudantis, das entidades da universidade, e do Conselho Nacional dos Estudantes de Design (CoNE), que se reúne duas vezes ao ano. Diretórios e Centros tendem a ter o mesmo funcionamento, mas Diretórios podem abarcar mais de um curso ao mesmo tempo;*

Empresas Júniores: *O Movimento Empresa Júnior (MEJ) nasceu no final dos anos 60 na França, com o intuito de preparar os estudantes para o mercado de trabalho com projetos reais para clientes reais. Os membros não ganham salário, mas podem ter cargos representativos dentro da empresa, como Diretor, Presidente, Líder de projeto, etc. Atualmente o Brasil é o país com maior número de EJs no mundo, algumas delas de moda, design gráfico, design de produto, ou similares;*

***Intercâmbios:** Alguns projetos de pesquisa e extensão podem envolver viagens internacionais pagas, e mesmo sem pesquisa, algumas universidades tem programas que facilitam intercâmbios curtos para países na América Latina, Europa e Ásia. Nem todos são pagos pela universidades, mas alguns são barateados dependendo da sua bolsa, seu portfólio e seu destino;*

***Atléticas:** As atléticas tem como principal função promover a integração dos alunos através de eventos esportivos, com membros gerindo as competições, as diretorias e as baterias de tambores. Atléticas também podem ser responsáveis por happy hours, festas e movimentos sociais, como arrecadação de alimentos e eventos culturais. São boas opções para quem gosta de se integrar através do esporte;*

Por mais que você não tenha tempo ou condições de fazer certas iniciativas, se informe em como elas funcionam com seus colegas, professores, coordenadores de curso e veteranos! É importante que todos estudantes demonstrem interesse em participar, para que mais pessoas percebam que algumas delas podem ser mais acessíveis.

04. O MOVIMENTO (ESTUDANTIL) É SEXY

Dentro das iniciativas universitárias, temos o movimento estudantil de design brasileiro, auto-organizado e auto-gerido pelos próprios alunos. Graças a ele, temos centros acadêmicos que representam alunos, eventos e semanas acadêmicas.

Oficialmente, o Encontro Nacional de Estudantes de Design (NDesign) ocorre anualmente desde 1991, sempre organizado pelos próprios estudantes da cidade-sede, e encontros menores regionais também ocorrem por todo o Brasil (RDesign). Durante o Design ocorre o CoNE Design, que é o órgão representante dos estudantes de design. Neles, estudantes de várias cidades se juntam para fazerem oficinas, palestras, trocar experiências e fazer amigos!

Os eventos se dividem em:

Encontro Nacional de Estudantes de Design: *Acontece todo ano, variando de cidade a cada edição, e juntando alunos de design e áreas correlatas de todo o país durante sete dias de evento, com palestras, rodas de conversas, festas e outras atividades. A 29ª edição, em 2019, foi sediada em São Luís (MA), e a 30ª, em 2020, será em Porto Alegre (RS).*

Encontro Regional de Estudantes de Design: *Ocorrem cerca de cinco por ano, em cada uma das regionais impostas pelo CoNE (cada uma tem aproximadamente o mesmo número de escolas de design): Norte-Nordeste, Centro-Oeste e Minas Gerais, São Paulo (o estado é uma região sozinha), Rio de Janeiro e Espírito Santo, e Sul. Esses eventos são menores e tem menos dias de duração, e tendem a juntar mais o pessoal da própria regional, apesar de alguns alunos de outras regiões também poderem participar deles.*

Semanas Acadêmicas: *Eventos bem menores em geral organizados apenas pelas pessoas de uma só faculdade ou de poucas faculdades em conjunto.*

Graças a esse movimento, temos muito conquistas importantes para alunos, entre auxílios financeiros e manutenção de espaços físicos. Se informe sobre os eventos de sua região, e saiba como participar, seja como organizador ou palestrante. Ter alunos diferentes criando esse tipo de evento faz com que eles sejam mais acessíveis e se preocupem em ter conteúdos que reflitam melhor a realidade de todos.

05. MATERIAL É O QUE VOCÊ FAZ DELE.

O curso de design muitas vezes cobrará materiais que você ou nunca viu, ou só não tem dinheiro para comprar: cola acrílica, papel caro, algum arame encontrado apenas em uma caverna específica no sul da França. Não é incomum também passarmos por professores que

exigem marcas e produtos específicos, sem a menor chance de ter sugestão de algo mais barato ou que possa substituí-los.

Nenhuma marca no mundo é tão específica que não possa ser trocada. Nenhum material tão precioso que seja insubstituível. E nenhum projeto nunca foi melhor por ser mais caro. Pesquise, fale com professores e profissionais da área sobre como você pode baratear projetos!

Já pensou que na hora de usar algum material, você pode:

**Utilizar uma versão mais barata;*

**Utilizar um software de código livre ou licença GNU[link pra softwares de software livre];*

06. NÃO FAÇA UM BOM DESIGN, PENSE UM BOM DESIGN!

O design é como o ar: maleável, adaptável, e sempre mudando. Quando voce se formava em design há uns, digamos, 20 anos, era importante ter conhecimentos técnicos pontuais sobre como FAZER um bom design. Hoje em dia, com o advento de conceitos como design de serviço e design digital, é mais importante que você saiba PENSAR um bom design.

*A boa noticia é que, hoje em dia, existem vários canais de interação que permitem que você se informa em tempo real: plataformas de design, videos de YouTube, podcasts e outras mídias atualizadas constantemente podem te ajudar a se atualizar. Caso não saiba como ou por onde - ou saiba e queira contribuir - temos uma página de **Criadores de Conteúdo** com links incluindo podcasts, vídeos, sites e outras mídias!"*



FIGURA 47: Print da tela da wiki, em novembro de 2019.

6.6. Divulgação online

A princípio, a divulgação online do projeto aconteceu por meio de posts nas minhas redes sociais pessoais, que foram o Twitter, Instagram e Facebook. Esse processo foi feito apenas depois do site já estar no ar e configurado corretamente (FIGURA 47). Cogitei criar uma página específica para divulgar o projeto, mas desisti porque daria muito trabalho gerenciar as redes e fiquei com medo de que parecesse um projeto comercial. Decidi por divulgar via Twitter, Instagram e Facebook pessoais, o que deu bons resultados.

Os posts foram criados seguindo a estética e as plataformas do vaporwave: GIFs cheios de glitches e movimentações de clip-art, com fundos de gradientes coloridos, e a fonte ISOCPEUR tendo o maior kerning o possível.

Um dos elementos gráficos mais utilizados pelo vaporwave são as estátuas gregas, em geral pintadas de branco em meio aos cenários multicoloridos. O exemplo mais famoso disso é a capa do “Floral Shoppe”, em que o busto do deus grego Hélio aparece diante de um cenário rosa-choque com uma malha xadrez preta em perspectiva. A teoria mais aceita do porquê a arte grega se tornar parte do movimento é que na década de 80 os yuppies - nome dado a classe de novos ricos que lucravam com a recuperação econômica dos EUA - eram fascinados com a cultura e a arte da Grécia e da Roma antiga, decorando seus jardins com estátuas e bustos que remetiam a isso para demonstrar que eram novos-ricos. E essa demonstração de riqueza era considerada brega até mesmo numa década cheia de exageros gráficos. Por isso, resolvi fazer uma brincadeira em referência a isso.

Não existe nenhum deus grego ligado diretamente ao design, no máximo Apolo, ligado às artes e ao conhecimento, e pensei em que tipo de estátua poderia ser reconhecível para o projeto. Depois de certa procura, achei um busto do arquiteto e designer Le Corbusier (1887-1965) exposto na frente de uma casinha em Roquebrune-Cap-Martin, na Riviera Francesa (FIGURA 48).



FIGURA 48: À direita, o busto de Le Corbusier em Roquebrune, Riviera Francesa;

FIGURA 49: à esquerda, edições feitas nos bustos com as cores do projeto. (foto: Pixabay)

Roquebrune foi onde ele passou seus últimos dias, em uma das cabanas que projetou perto da praia. Usar Le Corbusier de referência seria interessante não apenas por ser reconhecível graças aos óculos redondos e feição séria, mas por questões políticas: ele era conhecido por simpatizar com ideias fascistas e eugenistas, e muitos de seus projetos foram feitos com base em um usuário ideal, que seria um homem europeu de cerca de 1,75m. Tanto suas obras arquitetônicas quanto mobiliárias eram bastante limpas e geométricas, sendo o completo oposto do que o vaporwave propõe. Coloquei o busto dele em todas as publicações e cartazes do projeto, em geral com o cursor de mão enfiado em seu nariz, como ironia com o fato de que ele provavelmente jamais aprovaria a estética de nenhum deles (FIGURA 49).

A divulgação do projeto usa os próprios elementos que ele critica, como referência ao sarcasmo dos movimentos artísticos em que foi baseado (dadaísmo e vaporwave).



FIGURA 50: O tweet divulgando o projeto;

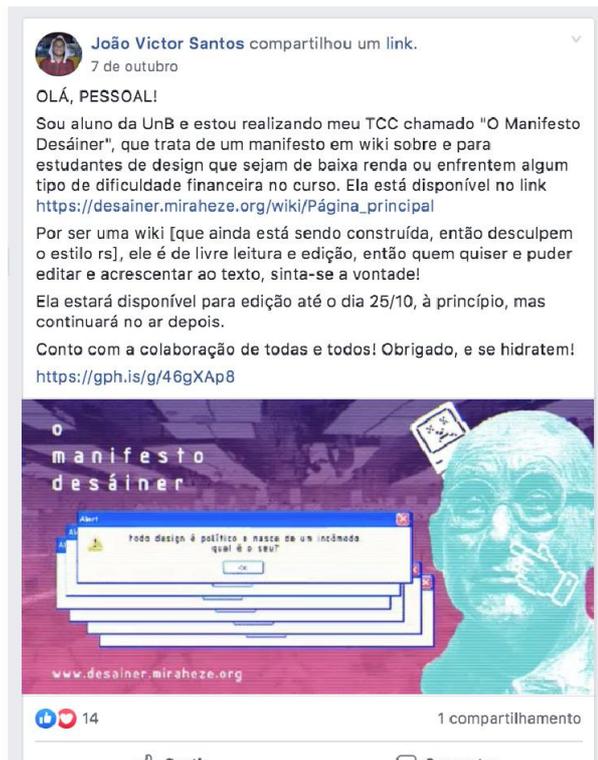


FIGURA 51: O post de Facebook divulgando o projeto feito no grupo Desenho Industrial Antifascista - UnB.

O tweet feito em minha conta pessoal no dia 07/10/2019 dizia no texto (FIGURA 50):

“FALA, CAMBADA!

Meu TCC é uma wiki sobre como sobreviver a faculdade de design sem grana ou com poucas condições - e FINALMENTE ESTÁ NO AR EM: <https://desainer.miraheze.org>

Leiam, divulguem, editem, metam o pau - É DE VOCÊS, e qq dúvida perguntem vlws”

Seguido de um GIF promovendo o projeto. Ele rendeu até a data de 18/11/2019 um total de 81 curtidas, 37 retweets e 6 respostas diretas.

Já no Facebook foram feitos dois posts diferentes em grupos diferentes, ambos também em 07/10/2019. O primeiro foi feito no grupo “Desenho

Industrial Antifascista - UnB" (FIGURA 51), que reúne alunos do curso de design da UnB, e dizia:

"OLÁ, PESSOAL!

Estou realizando meu TCC chamado "O Manifesto Desáiner", que trata de um manifesto em wiki sobre e para estudantes de design que sejam de baixa renda ou enfrentem algum tipo de dificuldade financeira no curso. Ela está disponível no link https://desainer.miraheze.org/wiki/Página_principal

Por ser uma wiki [que ainda está sendo construída, então desculpem o estilo rs], ele é de livre leitura e edição, então quem quiser e puder editar e acrescentar ao texto, sinta-se a vontade!

Ela estará disponível para edição até o dia 25/10, à princípio, mas continuará no ar depois. Conto com a colaboração de todas e todos! Obrigado!

<https://gph.is/g/ZxPXDw1>"

Esse post rendeu 30 reações - 24 likes, 5 "Amei" e um "Uau", e dois comentários. O outro foi feito no grupo "NDesign", que reúne participantes, organizadores e interessados no Encontro Nacional de Estudantes de Design - Design, com o seguinte texto:

"OLÁ, PESSOAL!

Sou aluno da UnB e estou realizando meu TCC chamado "O Manifesto Desáiner", que trata de um manifesto em wiki sobre e para estudantes de design que sejam de baixa renda ou enfrentem algum tipo de dificuldade financeira no curso. Ela está disponível no link

https://desainer.miraheze.org/wiki/Página_principal

Por ser uma wiki [que ainda está sendo construída, então desculpem o estilo rs], ele é de livre leitura e edição, então quem quiser e puder editar e acrescentar ao texto, sintam-se a vontade! Ela estará disponível para edição até o dia 25/10, à princípio, mas continuará no ar depois. Conto com a colaboração de todas e todos! Obrigado, e se hidratem!

<https://gph.is/g/46gXAp8>”

Esse post rendeu 14 reações - 11 likes e 3 “Amei” - e um compartilhamento.

6.7. Divulgação ao vivo

Como a amostragem de entrevistas pré-escrita do manifesto teve apenas uma pessoa de Brasília, senti falta de maior engajamento local. O departamento de design da UnB tem suas instituições de representatividade estudantil, como o CADin, a empresa júnior Lamparina Design, e mais recentemente uma atlética fundada pelo Instituto de Artes. Ainda assim, é comum a queixa de alguns alunos sobre o quanto o curso é pouco engajado em causas políticas, tanto dentro quanto fora da Universidade. Eu havia percebido isso nos meus anos como aluno, pois quem fazia parte dessas instituições sempre eram as mesmas pessoas, que acabavam se sobrecarregando. Então como gerar engajamento dos alunos em um ambiente pouco engajado?

A melhor solução que encontrei para gerar engajamento inicial foi espalhar cartazes interativos pelo departamento. É um método que exigia pouco de mim, as pessoas teriam mais liberdade de responder, seria uma forma de divulgação e, principalmente, geraria menos preguiça de responder do que se fosse um link virtual. Os espaços que mais tinham fluxo de estudantes eram os corredores do Módulo 18 e do Módulo 15, onde raramente eram colados pôsteres ou outras formas de divulgação.

Dois cartazes foram feitos para essa fase:

CARTAZ 1 - O primeiro cartaz consistia em duas afirmações: "Já deixei de participar de alguma iniciativa estudantil (C.A., empresa júnior, evento, PIBIC, etc) por falta de dinheiro" e "Já tive dificuldade em entregar um projeto pelo preço dos materiais". As frases estavam em cima de boxes de respostas de "Eu nunca" e "Eu já", para que as pessoas colocassem um adesivo pequeno onde quisessem votar. A parte de baixo continha a pergunta "Vamos conversar sobre isso?" e o link para o site do Manifesto Desáiner, chamando os alunos para conhecer o projeto.

CARTAZ 2 - O segundo cartaz possuía a pergunta "Quanto tempo você leva para chegar à universidade?", em cima de um mapa do Distrito Federal e de um box com as opções "10min-1h", "1h-2h", "2h-3h", "3h-4h". Cada opção correspondia a uma cor de adesivo diferente, para que a pessoa colocasse a cor correspondente sobre o lugar no mapa onde ela morava. A parte de baixo continha a pergunta "Vamos conversar sobre isso?" e o link para o site do Manifesto Desáiner, chamando os alunos para conhecer o projeto.

Todo o material de divulgação impressa foi feita com a mesma lógica da divulgação online, utilizando elementos do vaporwave. Os fundos das peças de divulgação mostravam edições coloridas de grandes universidades de design do Brasil e do mundo (Parsons, Royal College, FAU USP, ESDI e UFPE). A professora orientadora depois reforçou que seria mais interessante utilizar apenas as universidades brasileiras, pois se adequam melhor ao contexto da pesquisa do projeto.



FIGURA 52: Os votos dos alunos depois do primeiro dia.

FIGURA 53: Os votos depois do terceiro dia.



FIGURA 54: O Cartaz 2 depois do terceiro dia; à esquerda.

FIGURA 55: Um dos votos para Luziânia.
que fica no Goiás, foi colocado fora do mapa.

Os cartazes ficaram grudados durante uma semana nos espaços do Design UnB. O Cartaz 1 estava no corredor de entrada do Módulo 18 (FIGURA 52 E FIGURA 53), e o Cartaz 2 no corredor da primeira sala do Módulo 15 (FIGURA 54 E FIGURA 55). No Cartaz 1, a primeira pergunta dizia "Já deixei de participar de alguma iniciativa estudantil (CA, empresa júnior, evento, PIBIC) por falta de dinheiro". A opção "Eu nunca" recebeu 23 votos, enquanto a opção "Eu já" recebeu 41 votos. A segunda pergunta dizia "Já tive dificuldade em entregar algum projeto pelo custo dos materiais". A opção "Eu nunca" recebeu 21 votos, enquanto a opção "Eu já" recebeu 48 votos.

No Cartaz 2, que mostrava o mapa do Distrito federal, a pergunta "Quanto tempo você leva para chegar até a universidade?" aparecia ao lado das três opções possíveis. Elas se dividiam entre os adesivos de cor prateada (de 10min a 2h), azul (de 2h a 3h) e preto (de 3h a 4h). No total, foram colados 64 adesivos

prateados sobre o mapa, a maioria em cima da região central. Alguns chegaram a ser colados sobre áreas mais periféricas, como São Sebastião (21km do centro de Brasília), provavelmente por pessoas que usavam carro. Os adesivos azuis sobre o mapa do DF foram 19, com dois sendo colados ainda no papel, mas fora do mapa, e um embaixo do papel. Desses que ficaram de fora, dois representavam a cidade de Valparaíso - GO, e um a cidade de Luziânia - GO, que apesar de serem outro estado, abarcam a região metropolitana do DF, conhecidas também como Entorno. O Distrito Federal possui a única área metropolitana do país cuja periferia alcança mais de um estado, já que lugares como Unai - MG também tem moradores que trabalham no Distrito Federal. Os adesivos pretos, que demarcavam maior número de horas, foram apenas cinco: um no Gama, um em Ceilândia, um em Sobradinho II e um no Paranoá. Todos bem perto da borda do DF.

Alguns feedbacks foram dados depois que essa fase terminou: segundo a monitora de Fundamentos da Linguagem Visual para Design, Clarice Falcão, um grupo de alunos votou no Cartaz 2 e chegou a discutir em aula sobre os resultados. Uma das alunas não acreditou que alguém havia votado que levava 3h para ir da UnB para o Gama, pois ela morava lá e levava metade do tempo, o que foi rebatido por outro aluno que lembrou que ela andava de moto.

Três votos do Cartaz 2 chamaram a atenção, por terem sido colocados fora da área delimitada: um deles foi na beirada nordeste do mapa, escrito "Planaltina", um na beirada sudoeste do mapa escrito "Luziânia", e um deles foi colado na parede, fora até mesmo do cartaz, escrito "Cidade Ocidental", provando que alguns alunos moram no Entorno do DF e não se sentiram representados pelo cartaz.

Já no Cartaz 1, uma aluna falou comigo sobre como havia desistido de ir em eventos e da empresa júnior por outras questões além de puramente dinheiro, mas que esbarravam em problemas financeiros. Ela não tinha tempo por causa do estágio e por morar longe, o que prejudicava seu interesse em iniciativas estudantis fora das aulas.

6.8. Roda de conversa

Uma das melhores formas de validar o manifesto seria através de uma roda de conversa, em que pessoas ao vivo discutiriam o documento e poderiam fazer alterações. Apesar de parecer fácil, eu não tinha experiência em criar rodas de conversa e subestimei o que exigiria para criar uma.

Na primeira tentativa de criar uma, divulguei cartazes e um post no grupo de WhatsApp dos alunos de design, sem convidar ninguém particularmente. Ela estava marcada para o dia 17/10, mas ninguém apareceu (FIGURA 56). Me foi recomendado que convidasse as pessoas, uma a uma, para que tivesse um grupo focal. Convidei os alunos que afirmaram no Cartaz 1 que moravam longe, os membros do Coletivo AUA (um coletivo de publicações independentes do DF, composto pelos designers Rafael Botelho, Júlia Ribeiro Vieira e Laila Santana, que cria eventos e publicações de autores negros ou indígenas) e um aluno que utilizava auxílio financeiro da UnB. A maioria não pode comparecer pelo horário ou por questões pessoais, tendo apenas dois participantes: Pedro Gabriel Melônio Pereira e Calebe Silva Marinho. Pedro é aluno de design, faz parte da empresa júnior como diretor de projetos, mora na Ceilândia (a 35km do centro de Brasília) e é pai de duas meninas. Calebe também faz parte da empresa júnior, mora no setor central do Gama (a cerca de 40km do centro de Brasília) e está no segundo semestre do curso de design.

Na roda de conversa, falamos sobre o texto do manifesto e sobre outras dificuldades decorrentes das condições citadas nele. Ambos acharam o texto válido e não alterariam nada, a princípio, mas gostariam de lembrar de outras situações que já passaram pelas dificuldades financeiras. Pedro falou sobre todas as vezes que teve problemas em entregar projetos e como fazia para dividir o tempo entre a faculdade, o trabalho e as filhas. Em uma matéria do curso, entregou um quebra-cabeça feito em papel cartão comum, que ganhou nota máxima. Gostaria de mais matérias experimentais com materiais. Citou a vez em que comprou um bisturi para uma matéria e nunca chegou a usá-lo, mas tem planos futuros para ele em um projeto.

Calebe falou sobre a vez em que seu pai comprou os materiais da lista passada pela professora, antes de verificar o que poderia ser substituído por

algo mais barato, e isso causou prejuízo em casa. Disse que muitas vezes as pessoas recomendam a loja Casa das Artes (localizada na SQN 102 do Plano Piloto) para a compra de materiais do curso, mas além de ser longe de sua casa os materiais da loja tem preços bem salgados.

Perguntei a ambos o que gostariam de fazer, caso dinheiro não fosse um problema para estudar. Pedro respondeu que moraria mais perto da universidade, para perder menos tempo em ônibus. Disse que até tenta usar a hora no transporte público para coisas úteis, como ler, mas é difícil pelo ambiente não ser ideal. Também daria prioridade a ferramentas e softwares melhores, além de fazer mais experimentações artísticas. Calebe disse que moraria mais perto da faculdade e compraria comida, pois marmita é caro e o Restaurante Universitário nem sempre está disponível. Compraria mais materiais necessários.



FIGURA 56: Print do convite feito pelo Facebook. Apesar do número de interações, foi necessário chamar aluno por aluno.

7. Conclusão

Alguns dos meus objetivos principais foram cumpridos: consegui relacionar bem a estética lo-fi ao que aprendi no curso de design, dando mais atenção ao vaporwave e sua raiz política, e fiz uso dela num projeto sobre design acessível. Não imaginava o número de coincidências que rondariam esse projeto, como Milton Santos na bibliografia e aprender sobre como e porquê a moda é cíclica. A entrega principal, que foi o manifesto, conseguiu abarcar bem os pontos citados pelos alunos que me ajudaram, tendo ficado até um pouco mais longo do que eu imaginava. Os objetivos que foram surgindo ao longo do caminho me ajudaram a entender melhor como política funciona, que tipo de linguagem devemos falar com o público-alvo, e como criar um projeto de design que não necessariamente obedeça uma lógica de produção capitalista.

Mesmo assim, sinto que tive mais dificuldade em lidar com os objetivos que foram aparecendo ao longo do projeto, como criar engajamento dos alunos e divulgar o manifesto na vida real fora da internet. No início eu não esperava por exemplo que teria que organizar uma roda de conversa, apesar de prever que não queria fazer um projeto fechado sem ter contato com outras pessoas. Mas é complicado lidar com políticas coletivas dentro do curso de design, assim como no Brasil num geral. O termo "criar engajamento" é muito utilizado por empresas para medir redes sociais, mas quase nunca pensamos em como isso também serviria maravilhosamente para políticas públicas. Afinal, o que seria "engajamento político" na área criativa, além de likes e comentários de Instagram?

O objetivo principal era "Criar um manifesto coletivo através de técnicas de design, divulgá-lo através de plataformas digitais e analógicas, e verificar quais resultados podem ser gerados a partir dos métodos e do engajamento da comunidade discente de design", e ele foi bem-sucedido na criação do texto e em sua divulgação. O curso de design da UnB é de bacharelado, ou seja, temos que produzir conhecimento para a sociedade, que pode ser aproveitado por outras instâncias, como a indústria e o mercado de trabalho. E creio que esse manifesto contempla bem o que eu sentia falta como aluno de design, juntando os

conhecimentos necessários para que alguém tenha um mínimo de orientação ao pegar num esquadro ou abrir o Adobe Illustrator pela primeira vez.

Nesses cinco anos que passei na UnB, ouvi bastante de várias pessoas o quanto o design era “multidisciplinar” e uma “área meio”, mas sentia muita falta de explorarmos leituras e conteúdos de outras áreas, até mesmo de coisas que eu já conhecia. O melhor exemplo disso é que me lembro até hoje que da primeira vez que assisti “Vigiados por Máquinas Maravilhosas”: eu tinha 17 anos, sabia que queria algo na área criativa - design? Arquitetura? Talvez engenharia? - e que, de alguma forma, aquele era um dos filmes que tinha a ver com minha decisão. Hoje em dia discordo de alguns pontos do Adam Curtis, acho que a análise que ele faz da vida da Ayn Rand beira o machismo em alguns pontos (sério que você vai atacar as ideias dela se baseando no fato dela ter sido “mal-amada”?), mas finalmente consigo explicar porquê as narrativas dele me dão a mesma animação que os processos de design da faculdade me deram. Eu duvido que ele tenha pensando que um dia iria parar num TCC sobre políticas sociais de design, mas justamente por isso eu sei explicar a importância da gente olhar pra fora do Módulo 18 e por a mão na massa, de vez em quando.

Faltam mais trabalhos de design, dentro e fora da UnB, que envolvam outros pensadores de humanas. Adam Curtis, Milton Santos, Boris Groys e Karl Marx provavelmente nunca tiveram aulas de desenho técnico, e ainda assim foram mais úteis para o meu projeto do que muitos teóricos de design com visões que se dizem “apolíticas”, como se seus objetos estivessem fora da gama de intenções e consequências em que qualquer ato humano normal está. Fico satisfeito em pensar que apesar de ser um projeto de TCC com poucos produtos finais palpáveis, teve um embasamento teórico bem montado, que pode servir de exemplo para outras pessoas no futuro.

A validação foi um pouco complicada, visto que a maioria das pessoas não tem muito contato direto com políticas de mudanças sociais e não sabem muito bem como lidar com engajamento para isso. O cenário político atual deveria ser mais propenso a ajudar nisso, mas ainda não foi. Terminei esse projeto pensando no tanto de coisas que poderia ter feito mais cedo para validar os textos: imprimir e espalhá-los pelo departamento? Criar entrevistas com vídeo? Fazer até mais

de uma roda de conversa, com a presença de mais de 10 alunos em cada? Ou expandi-lo para outros cursos, um dia, quem sabe? Bom, fica para o plano de um futuro próximo, já que planejo pelo menos testar outras formas de validação em eventos estudantis interestaduais.

Acho que a maior relevância desse projeto, a nível de conhecimento, é saber da onde partir na hora de se construir um texto político de design. Tem diversas coisas que eu faria diferente, mas em tempos políticos tão caóticos quanto o que vivemos na América Latina, é importante saber onde nós, projetistas, nos encaixamos, e como podemos ajudar para entender e melhorar esse cenário.

Shirley Chrisholm, citada na introdução, estaria satisfeita. Consegui “organizar minha raiva”.

ELLE: "Grace, por que você tá me ajudando?"

GRACE: "Porque há muito tempo atrás eu gostava de política...e eu queria fazer algo bom."

ELLE: "E o que isso tem a ver comigo?"

GRACE: "Olha, lembra quando eu falei sobre aquelas garotas tolas...com bolhas nos pés? Eu era uma delas."

- "Legalmente Loira 2", MGM, 2003.

8. Bibliografia

8.1. Referências Bibliográficas

- STOLLEY, Karl. **The Lo-Fi Manifesto**. Disponível em: <<http://kairos.technorhetoric.net/12.3/topoi/stolley/>>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.
- **All Watched Over By Machines Of Loving Grace**. Direção de Adam Curtis. Londres: BBC Productions, 2011. 1 DVD (130 min.), son., color.
- GROYS, Boris. **On The New**. Londres, Editora Verso, 2014.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo, ed. Martins Fontes, 2005.
- CARVALHO, Ricardo. **As capas dessa história**. São Paulo, ed. Vladimir Herzog,
- THWAITER, Thomas. **The Toaster Project**. Primeira edição. Londres: Princeton Architectural Press, 2011.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. Quarta edição. São Paulo: EDUSP, 2014.
- MONTEIRO, Gabriel Holanda; AMARA, Liana Viana do; RIOS, José Riverson Araújo Cysne. **“Está Tudo Em Suas Mãos”: O Desenvolvimento do Movimento Vaporwave na Internet**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICACÃO, 2015, Rio de Janeiro. Porto Alegre: UFRGS, 2015.
- ARRUDA, Mário; MELLO, Jamer G. **A estética do Vaporwave: deterioração da superfície dos produtos midiáticos**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICACÃO, 2015, Rio de Janeiro. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

- **BENEDICTINE UNIVERSITY. How to Write a Purpose Statement, with Examples.** Publicado em 01 de maio de 2017. Disponível em <<https://cvdl.ben.edu/blog/how-to-write-a-manifesto/>>. Acesso em [por data]
- **WIKIHOW. Como escrever um manifesto.** Disponível em <<https://pt.wikihow.com/Escrever-um-Manifesto>>. Acesso em [por data]
- **MARQUES, Pamela; GARROSINI, Daniela. Design para a transformação da sociedade: um olhar crítico para o discurso dos movimentos Do It Yourself, Open Design e Makers no contexto contemporâneo.** Publicado em Revista Projética UEL, volume 9, número 2, novembro de 2018. Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/35156/24504>>.
- **ÚLTIMAS NOTÍCIAS. ¿Qué es el Código Ingenios?.** Publicado em 7 de junho de 2017. Disponível em <<https://www.ultimasnoticias.ec/en-las-aulas/codigo-ingenios-estudiantes-educacion-superior.html>>. Acesso em 06 de agosto de 2019.
- **RESISTIREPRECISO. Aguinaldo Silva - Lampião da Esquina.** 2015 (9m18s). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=2z9uyCRF7ic>>. Acesso em 12 de novembro de 2019.
- **LETRAS UFMG. O Manifesto Antropofágico.** Disponível em <http://www.letras.ufmg.br/padrao_cms/documentos/profs/sergioalvides/manifestoantropofago.pdf>. Acesso em 9 de agosto de 2019.
- **WIKIPEDIA. Modernismo no Brasil.** Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Modernismo_no_Brasil>. Acesso em 9 de agosto de 2019.
- **WIKIPEDIA. Manifesto Dadaísta.** Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Manifesto_Dada%C3%ADsta>. Acesso em 10 de agosto de 2019.

- **391 ISSUES. The Dadaist Manifesto (1918), by Tristan Tzara.** Disponível em <<https://391.org/manifestos/1918-dada-manifesto-tristan-tzara/>>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **INTERNET ARCHIVE. Full text of "The Conscience of a Hacker".** Disponível em <https://archive.org/stream/The_Conscience_of_a_Hacker/hackersmanifesto.txt>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **WIKIPEDIA. Hacker Manifesto.** Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/Hacker_Manifesto>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **DESIGN IS HISTORY. The First Things First Manifesto (1964).** Disponível em <<http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **EYE MAGAZINE. First Things First Manifesto 2000.** Disponível em <<http://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifesto-2000>>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **WIKIPEDIA. The Communist Manifesto.** Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/The_Communist_Manifesto>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **PRIMEIRA LINHA. O Manifesto do Partido Comunista.** Disponível em <<http://www.primeiralinha.org/MANIFESTO/manifestotext.htm>>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **WIKIPEDIA. Mein Kampf.** Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/Mein_Kampf>. Acesso em 10 de agosto de 2019.
- **INTERNET ARCHIVE. Adolf Hitler - Mein Kamp - Minha Luta (1925).** Disponível em

<https://archive.org/details/meinkampf_minha_luta/page/n1>.

Acesso em 10 de agosto de 2019.

- **MIRAHEZE. FAQ Miraheze.** Disponível em <<https://meta.miraheze.org/wiki/FAQ>>. Acesso em 9 de setembro de 2019.
- **TEACHER, Cool Cat. What is a Wiki.** 2016 (0m53s). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=4C3nnnSmXvk>>. Acesso em [por data]
- **WIKIPEDIA. Wiki.** Disponível em <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Wiki>>. Acesso em 9 de setembro de 2019.
- **REDDIT. Why the fascination with roman sculptures?** Publicado em 2015 pelo usuário abyss344. Disponível em <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/3hg8za/why_the_fascination_with_roman_sculptures/>. Acesso em 15 de outubro de 2019.
- **THE NEW YORKER. The Woman Who Gave Macintosh A Smile.** Publicado em 19 de abril de 2018 por Alexandra Lange. Disponível em <<https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/the-woman-who-gave-the-macintosh-a-smile>>. Acesso em 15 de outubro de 2019.
- **SMITHSONIAN.COM. A Brief History of Dada.** Publicado por Paul Tratchman em maio de 2006. Disponível em <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/dada-115169154/>>. Acesso em 10 de outubro de 2019.
- **REVISTA GENI. O Lampião da Esquina.** Disponível em <<http://revistageni.org/06/o-lampiao-da-esquina/>>. Acesso em 18 de novembro de 2019.

→ WIKIPEDIA. Susan Kare. Disponível em

<https://en.wikipedia.org/wiki/Susan_Kare>. Acesso em 18 de novembro de 2019.

8.2. Elementos pós-textuais

8.2.1. Anexos

I have some doubts about the Lo-Fi Manifesto! Caixa de entrada x TCC x ✕ 🖨 🔗

 **João Victor** <joaov.sro@gmail.com> sex., 30 de nov. de 2018 14:19 ☆ ↩ ⋮
para karl.stolley ▾

Hello, Mr. **Stolley**, how are you doing?

My name is João, I'm a graphic and digital design student in University of Brasília and right now I'm working on my final project, which is partially based on your *Lo-Fi Manifesto!* It says in your website that you prefer conversations through Twitter, but your Twitter account wasn't showing up to me, so I just e-mailed you instead.

Basically, my work will be gather information about the production of lo-fi design. I'm considering "*lo-fi*" any graphic and digital design made with any kind of low tech (or intentionally made to look low tech), DIYs and bricolage productions, and make another manifesto about lo-fi and DIY in graphic design. Based on this, I have some questions about your text and the production of it:

1. Where did the idea from the Lo-Fi Manifesto came from? Did you read or got inspired by other previous manifestos?
2. Did you write it all alone? Did you have some sort of help/research? If so, how was it and what where the difficulties?
3. Any general recommendations about writing, lo-fi or academic works?

Thank you very much and sorry for the broken english,

João Rocha
+55 61 99931 2520
Brasília, Federal District, Brazil

 **Karl Stolley** <karl.stolley@gmail.com> seg., 10 de dez. de 2018 17:34 ☆ ↩ ⋮
para eu ▾

🌐 inglês ▾ > português ▾ [Traduzir mensagem](#) Desativar para: inglês x

Hi João,

Thanks for your note. I'll try to answer your questions:

The manifesto came from some pretty deeply held convictions that I'd had, and I just decided to put them all together. If you've not seen the most recent version of Lo Fi, it's at <http://kairos.technorhetic.net/20.2/inventio/stolley/> -- and it includes some commentary that talks a little bit about origins and whatnot: <http://kairos.technorhetic.net/20.2/inventio/stolley/1.2/>

I wrote the thing myself, just as I was finishing graduate school. There's actually a podcast I was interviewed on, if you're interested: here's the transcript: <http://technorhetic.net/kairoscast/kairoscast-episode-9-transcript.pdf> and here's the audio, if you want to listen: <https://www.stitcher.com/podcast/kairoscast-episode-7?refid=stpr>

Hope that helps!

Karl

--
Dr. Karl Stolley
Associate Professor of Digital Writing & Rhetoric
Illinois Institute of Technology
<https://karlstolley.com>

Prints mostrando minha troca de e-mails com Karl Stolley, em que ele me mandou um link para o podcast e para a transcrição dele.