

**Abordagens Contemporâneas à
Responsabilidade Social dos Designers
um olhar a partir da evolução da dimensão social
no design**

Mariana Costa Beber Figueira

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Design Industrial
2º ciclo de estudos

Orientador: Prof^a. Doutora Sara Velez Estêvão

outubro de 2022

Declaração de Integridade

Eu, Mariana Costa Beber Figueira que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M9630 do Mestrado em Design Industrial da Faculdade de Artes de Letras, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referenciação de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 07/10/2022

Mariana Figueira

Epígrafe

“Um homem com uma ideia em sua cabeça corre o risco de ser considerado um louco; dois homens com a mesma ideia em comum podem ser tolos, mas dificilmente podem ser loucos; dez homens dividindo uma ideia começam uma ação; uma centena chama atenção como fanáticos; mil e a sociedade começa a tremer; cem mil e se inicia uma guerra, cujas vitórias são tangíveis e reais. E por que cem mil e não cem milhões para se atingir a paz na terra? Você e eu que concordamos com isso juntos, somos nós que temos que responder a esta questão.”

William Morris.

Dedicatória

Dedico este trabalho a todos que me apoiaram nestes anos de mestrado, em especial a meus pais, Raquel Costa Beber Figueira e João Leandro Pereira Figueira.

Agradecimentos

Agradeço a minha orientadora, por me conduzir e aconselhar, pois só assim encontrei as soluções para o desenvolvimento e conclusão deste trabalho.

Nota

Esta dissertação está escrita na variante de português do Brasil.

Resumo

Esta dissertação tem por objetivo o estudo da dimensão social dentro do design industrial. Tenciona-se compreender como o design social e os designers industriais contemporâneos podem ser agentes transformadores, atuando responsavelmente. A questão a ser respondida com esta investigação é a seguinte: “Como se pode caracterizar as dimensões da responsabilidade social dos designers à luz do pensamento contemporâneo sobre design?”

O trabalho está dividido em três capítulos. Previamente em um primeiro momento tem-se a introdução, com o contexto, justificativa e objetivos, assim como questão da investigação, metodologia e a estrutura do trabalho. O primeiro capítulo contempla a análise diacrônica sobre o design industrial, com o objetivo de averiguar quais foram os pioneiros no que tange ao design social e os movimentos ligados ao mesmo.

Em um segundo capítulo, são abordadas correntes do Design nas quais as preocupações sociais se tornam prevalentes, como Design Sustentável, Design Cidadão, Design para a Inovação Social, Design Ativista, Design Emergencial, Design Crítico e a Descolonização do Design. O terceiro capítulo é dedicado ao estudo e análise do design social e sua dimensão na prática profissional dos designers desde um passado recente até os dias atuais. O último momento consiste na conclusão, resultados e discussões e reflexões para investigações futuras.

Palavras-chave

Design Industrial; Design Social; Design Contemporâneo; Design Crítico

Abstract

This dissertation aims to study the social dimension within industrial design. It is intended to understand how social design and contemporary industrial designers can be transforming agents, acting responsibly. The question to be answered with this investigation is the following: “How can one characterize the dimensions of designers’ social responsibility in the light of contemporary design thinking?”

The work is divided into three chapters. Initially, there is the introduction, with the context, justification and objectives, as well as the research question, methodology and structure of the work. The first chapter includes a diachronic analysis of industrial design, with the aim of finding out who were the pioneers in terms of social design and the movements linked to it.

In a second chapter, currents of Design in which social concerns become prevalent are addressed, such as Sustainable Design, Citizen Design, Design for Social Innovation, Activist Design, Emergency Design, Critical Design and the Decolonization of Design. The third chapter is dedicated to the study and analysis of social design and its dimension in the professional practice of designers from the recent past to the present day. The last moment consists of the conclusion, results and discussions and reflections for future investigations.

Keywords

Industrial Design;Social Design;Contemporary Design;Critical Design

Índice

Introdução	1
Capítulo 1	
O Surgimento das Preocupações Sociais no Design	3
1.1 Os Pioneiros: Ruskin, Pugin e Morris	4
1.2 William Morris e o Arts and Crafts	8
1.3 Ascensão dos Processos Industriais na Europa e a Deutscher Werkbund	12
1.4 A Staatliches Bauhaus	17
1.5 A segunda metade do século XX	22
1.6 Síntese Conclusiva	34
Capítulo 2	
Movimentos Sociais no Design	36
2.1 Design voltado para a sustentabilidade ou Design Sustentável	36
2.2 Design Cidadão	40
2.3 Design para a Inovação Social	42
2.4 Design Ativista	44
2.5 Design Emergencial ou Design para a Emergência	48
2.6 Design Crítico	52
2.7 Descolonização do Design	55
2.8 Síntese Conclusiva	57
Capítulo 3	
Design Social e a Responsabilidade Social dos Designers	59
Conclusão	73
Bibliografia	76

Lista de Figuras

Figura 1: Iron and Coal por William Bell Scott.

Figura 2: Crystal Palace por Joseph Paxton.

Figura 3: Desenho do projeto "Estimativas" para a Casa dos Lordes por Pugin.

Figura 4: "Ca' d'Oro", lápis, aguarela e têmpera sobre papel cinzento por John Ruskin (1845).

Figura 5: Porção de tapeçaria de repolho e videira, a primeira tapeçaria de William Morris tecida na Kelmscott House no verão de 1879.

Figura 6: Letra L por William Morris.

Figura 7: Mapa Metro de Londres por Henry Beck (1933).

Figura 8: Cartaz da exposição de 1914 em Colonia.

Figura 9: Chaleira elétrica por Peter Behrens.

Figura 10: Ventoinha elétrica por Peter Behrens.

Figura 11: Poltrona Wassily e quatro peças de mesas de apoio por Marcel Breuer.

Figura 12: Estudantes da Bauhaus em aula.

Figura 13: Tapeçaria criada por Gunta Stölzl em 1927-1928.

Figura 14: Curso básico de HfG, Tomás Maldonado com alunos em 1955, fotografados por Ernst Hahn.

Figura 15: Identidade corporativa para a companhia aérea da Alemanha Ocidental Lufthansa.

Figura 16: Dieter Rams, Braun TP1, Rádio portátil, 1959.

Figura 17: Victor Papanek, Tetrakaidecahedral (estrutura de jogo móvel), 1973-1975.

Figura 18: Os brinquedos de madeira, a colher de leite em pó para bebés, o mobiliário, e o gira-discos portátil são alguns exemplos do trabalho desenvolvido por Bonsiepe no Chile, a convite da ONU para contribuir para a política de industrialização do país.

Figura 19: Tomás Maldonado em aula, 1958, foto: Wolfgang Siol.

Figura 20: Alguns dos trabalhos de identidade visual de Wollner.

Figura 21: Infográficos Design Sustentável.

Figura 22: Compilado de imagens dos brinquedos da Bauhaus.

Figura 23: Compilado de imagens do projeto REPLAY.

Figura 24: Compilado de imagens do projeto A.MORADA.

Figura 25: Imagens com informações do projeto. A.MORADA.

Figura 26: Compilado de cartazes e fotografias do manifesto francês.

Figura 27: Compilado de publicações de "Design Ativista".

Figura 28: Compilado de cartazes do projeto Covidesigners.

Figura 29: Compilado de imagens do projeto Design Emergency.

Figura 30: Compilado de imagens do projeto Design Emergency.

Figura 31: Compilado de imagens do projeto Design Emergency.

Figura 32: Manifesto A/B de Dunne e Raby.

Figura 33: Acima arma desenhada por Tom Gauld, abaixo arma desenhada por Alex Rich.

Figura 34: Infográfico Design Social.

Figura 35: Infográfico Fatores do Design Social.

Figura 36: Exemplo de loja de departamento que ilustra o pensamento de Papanek em relação aos produtos tendenciosos, redundantes e vulgares.

Figura 37: Exemplo de loja de departamento de mobiliário e decoração, que ilustra o pensamento de Papanek em relação aos produtos tendenciosos, redundantes e vulgares.

Figura 38: Exemplo de projeto de design social, um kit básico para vítimas de desastres naturais, realizado por Hiraku Imamura, intitulado Heat Rescue Disaster Recovery.

Introdução

Contexto, Justificativa e Objetivos

Contemporaneamente, o estilo de vida dos cidadãos é moldado pelo design através de determinadas tendências, produtos e marcas, sendo ingênuo o pensamento dos que se consideram imunes a esta condição. Amplamente diversificado, o design abrange um leque de atividades e áreas de produção. No presente trabalho focarei no estudo do design social, dos movimentos sociais e responsabilidade dos designers contemporâneos, pois, como pesquisadora e profissional da área, preocupo-me com certas questões acerca do desempenho dos designers e seu posicionamento quanto a sociedade. Dentre todas as questões que busco entender, a que mais inquieta-me é a seguinte: “Como se pode caracterizar as dimensões da responsabilidade social dos designers à luz do pensamento contemporâneo sobre design?”

Naturalmente, como em todos os campos de estudo, o design, ao longo dos anos, acabou por tornar-se um âmbito de conhecimento, sendo visado por inúmeros autores da área nas últimas décadas. Victor Margolin (2004) afirma que um motivo pelo qual não existe suporte aos serviços de design social é a escassez de pesquisas que demonstrem como um designer pode contribuir para o bem-estar humano.

A questão aqui é sobre o papel social do designer, no que toca a ajudar as pessoas a entenderem o fenômeno do design social, tendo por objetivos principais: 1- Objetiva-se o estudo da dimensão social dentro do design industrial; 2- Tenciona-se compreender como o design social e os designers industriais contemporâneos podem ser agentes transformadores, atuando responsavelmente; 3- Buscar responder a questão principal a ser respondida; 4- Averiguar os pioneiros no que tange ao design social e os movimentos ligados aos mesmos; 5 - Abordar conceitos como: Design Sustentável, Design Cidadão, Design para a Inovação Social, Design Ativista, Design Emergencial, Design Crítico e a Descolonização do Design; 6 - Analisar o design social e sua dimensão na prática profissional dos designers.

Neste sentido, como objetivos secundários, busco: 1- Explorar projetos e atividades de design social do ponto de vista histórico, para entender como aconteceram processos e seus contributos; 2- Explorar os conceitos e movimentos sociais, mostrando exemplos dos mesmos sempre que possível; 3- Elucidar e encorajar designers contemporâneos

para a atuação acadêmica e profissional em propostas de design socialmente engajadas com a inovação.

Questão da Investigação

Como questão da investigação a ser respondida tem-se:

“Como se pode caracterizar as dimensões da responsabilidade social dos designers à luz do pensamento contemporâneo sobre design?”

Metodologia

A fim de sistematizar o estudo, será aplicado neste trabalho um método hermenêutico, que se dá pela interpretação e a compreensão, no momento em que o estudo é puramente teórico e estar-se-á buscando a absorção de conhecimentos históricos, o estudo de práticas de profissionais da área e a investigação da práxis contemporânea dentro da dimensão social do design industrial.

Estrutura do Trabalho

A estrutura do trabalho está dividida em 5 capítulos. O primeiro é dedicado a introdução: contexto, justificativa e objetivos, assim como questão da investigação, metodologia e estrutura do trabalho. O segundo capítulo consiste em uma análise diacrônica sobre o design industrial, com o objetivo de averiguar quais foram os pioneiros no que tange ao design social e os movimentos ligados ao mesmo. O terceiro capítulo é dedicado aos principais, e atualmente mais relevantes, movimentos sociais encontrados no primeiro capítulo, como: Design voltado para Sustentabilidade ou Design Sustentável, Design Cidadão, Design para a Inovação Social, Design Ativista, Design Emergencial ou Design para Emergência, Design Crítico e a Descolonização do Design. O quarto capítulo é dedicado ao estudo e análise do design social e sua dimensão na prática profissional dos designers desde um passado recente até os dias atuais. O quinto e último capítulo consiste na conclusão, resultados e discussões e reflexões para investigações futuras.

Capítulo 1

O surgimento das preocupações sociais no design

Na Inglaterra do século XVIII, com a Revolução Industrial, houve o surgimento das máquinas e das fábricas de produção em série, instaurando um novo sistema de elaboração e desenvolvimento de objetos que não só alterou a dinâmica da produção de produtos, como causou um impacto social irreversível.

Em *Objetos de Desejo*, Adrian Forty (2007) relata o exemplo da máquina a vapor, responsável por tornar mais eficiente a indústria manufatureira e aumentar a velocidade dos veículos de transporte, tendo em contrapartida, a transformação de mestres artesãos em trabalhadores assalariados - fazendo com que as cidades superlotassem - aumentando em tamanho e insalubridade. O autor complementa afirmando que a ideia do progresso inclui todas as mudanças, tanto as desejáveis, quanto as indesejáveis.

Em “Introdução a História do Design”, Rafael Cardoso (2002) reporta que o sistema mercantilista, ora adotado em que cada nação, procurava defender os seus interesses comerciais pelo controle de mercados estrangeiros, o que levou os estados a investirem diretamente na produção de bens de consumo, em escala sem precedentes até o cenário da época. O autor ainda coloca que as primeiras manufaturas a serem monopolizadas foram as fábricas de armas e de construção naval, que eram indústrias estratégicas para a garantia da própria sobrevivência dos estado-nações. Percebe-se assim que até o momento, as fábricas de produção industrial eram estatais.

Cardoso continua explicando que posteriormente surgiram na Europa também importantes indústrias de iniciativa privada. Sendo assim é explanado que

“Primeiramente, a escala da produção começava a aumentar de modo significativo, atendendo a mercados maiores e cada vez mais distantes do centro fabril. Em segundo lugar, aumentava também o tamanho das oficinas e das fábricas, as quais reuniam um número maior de trabalhadores e passavam a concentrar um investimento maciço de capital em instalações e equipamentos. Terceiro, a produção se tornava mais seriada através do uso de recursos técnicos como moldes, tornos e até uma incipiente mecanização de alguns processos, todos contribuindo para reduzir a variação individual entre produtos. Por último, crescia a divisão de tarefas com uma especialização cada vez maior de funções, inclusive na separação entre as fases de planejamento e execução” (CARDOSO, 2022, pág. 26).

Desta forma, a industrialização passou aceleradamente para outros setores, sendo que no século XIX outros países além da Inglaterra passaram a adotar este novo sistema em maior ou menor grau. Tendo em vista este fenômeno, o economista escocês Adam Smith (1723 – 1790) criou um exemplo de sistema de produção clássico aonde ao invés de contratar muitos artesãos habilitados, bastava a fábrica ter um bom desenhista para gerar o projeto, um bom gerente para supervisionar a produção e um grande número de funcionários sem qualificação nenhuma para executar as etapas, sendo preferível estes atuarem como meros operadores de máquinas. (CARDOSO, 2022, págs. 27-28).



Figura 1: Iron and Coal por William Bell Scott. Fonte: wikimedia.org

Assim nascia uma nova e proeminente área de atuação profissional, a área do designer industrial. Segundo Tomás Maldonado “por design industrial entende-se, normalmente, a concepção de objetos para fabrico industrial, isto é, por meio de máquinas, e em série”. (MALDONADO, 2009, pág. 11). Como um reflexo a chegada das máquinas e fábricas de produção que acabaram por substituir o trabalho manufactureiro, incorporando um novo sistema de produção de larga escala por meio da indústria, alguns artistas da época assumiram uma postura crítica em relação ao novo sistema de produção empregado.

1.1 Os Pioneiros: Ruskin, Pugin e Morris

Embora a sociedade vitoriana mostrasse orgulho ao ver o desenvolvimento acontecer através da Revolução Industrial, alguns arquitetos, artistas e artesãos mostravam preocupação e críticas ao novo sistema. Um exemplar que sofreu duras críticas foi o

Palácio de Cristal. O edifício fora construído em 1851, em comemoração aos avanços da época e como celebração à Revolução Industrial e todo o progresso de materiais e tecnologias derivados desta. Maria Manuela Barros Maia (2001) relata que para além dos objetos, a industrialização refletiu na arquitetura. Desta forma, a construção do prédio em ferro e vidro almejava ser um primeiro exemplo do afastamento dos estilos históricos na arquitetura, tendo sido construído em *Sydenham* e projetado por Joseph Paxton (1803 – 1865), um não arquiteto. O Palácio de Cristal foi o primeiro prédio a ser inteiramente pré-fabricado, desenhado para ser produzido em partes por meio de escala industrial. (MAIA, 2001, pág. 47).

O projeto de Joseph Paxton produzido inteiramente através de moldes e partes pré-fabricadas foi criticado por Augustus Pugin (1812-1852), arquiteto e medievalista. Daniela Spinelli (2007) relata que Pugin definiu o Palácio de Cristal como “o monstro de vidro”, seguido de John Ruskin (1819-1900) que chamou o edifício de “construção melancia” devido ao aspecto de sua armação.

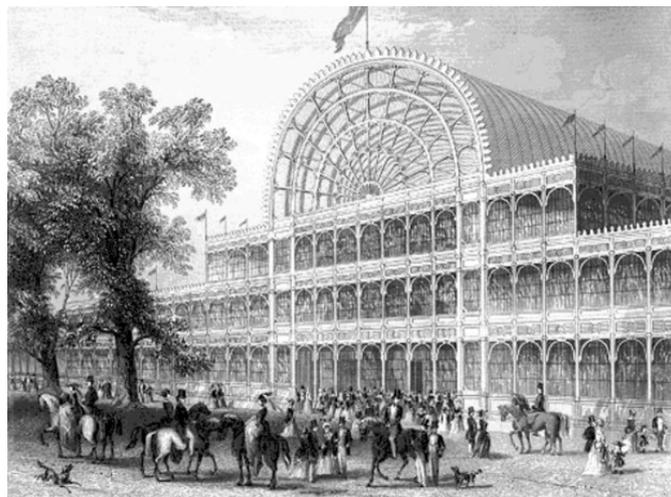


Figura 2: Crystal Palace por Joseph Paxton. Fonte: archdaily.com

Segundo Philip B. Meggs e Alston W. Purvis (2009), Pugin tinha uma predileção pelo gótico, sendo o primeiro designer do século XIX a articular uma filosofia. Tal filosofia definia o design como um ato moral que alcançava a condição de arte graças aos ideais e às atitudes do artista. Para Pugin a integridade e o caráter de uma civilização estavam vinculados ao seu design. (MEGGS, PURVIS, 2009, pág. 196).

Desta forma, iniciaram-se movimentos que questionavam a *benesse* da boa nova. Augustus Pugin, John Ruskin e William Morris (1834-1896) mostravam preocupação

com os impactos sociais que o design industrial poderia causar. Eliane Baader de Lima (2020) afirma que “a falta de qualidade artística dos objetos ornamentados produzidos pela indústria, assim como as inesperadas aplicações de padrões ornamentais dissociados de seus conjuntos originais, principalmente após a primeira Exposição Universal realizada em 1851, colocaram o ornamento no centro de um caloroso debate” (LIMA, 2020, pág. 122). A autora coloca que “dentre os primeiros, o inglês John Ruskin, um dos mais importantes pensadores dos oitocentos, reclamava pela presença do ornamento vivo dos antigos artesãos góticos no fazer arquitetônico. Em seus estudos sobre a natureza da arquitetura gótica, o autor dedicou-se a elencar os elementos que constituíam a “expressão mental” e a “expressão formal” de sua arquitetura” (LIMA, 2020, pág. 122).

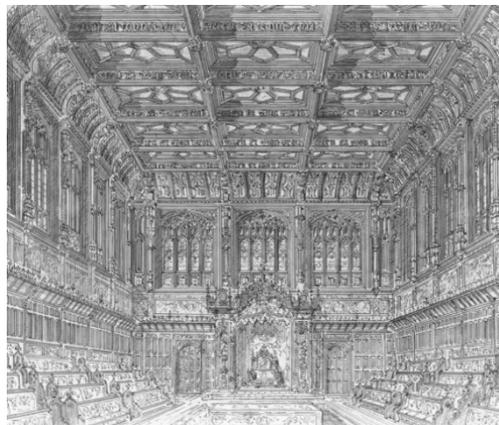


Figura 3: Desenho do projeto "Estimativas" para a Casa dos Lordes por Pugin. Fonte: www.archdaily.com.br

Ruskin via a arte como uma imitação da natureza, e acreditava que o design deveria proporcionar bem-estar. Para o designer, o que tornava um objeto em uma obra de arte era o propósito moral imbuído no mesmo. Segundo ele, as obras de arte são encontros com as grandes ideias e por causa disto defendia a importância de viver em ambientes altamente estéticos. John Ruskin foi um crítico de arte inglês, aquarelista e desenhista, que viveu na Inglaterra vitoriana, tendo como uma das frases mais conhecidas “a de que o trabalho deveria ser feito com prazer, expressando uma concepção de prazer muito diferente da cultura vitoriana de seu tempo, na qual o prazer é o divertimento após o trabalho e se relaciona com o consumo. Todavia para Ruskin, o prazer pertence ao mundo do trabalho, sendo que este deve ser exercido com prazer, o que significa com criatividade. Para além, o trabalho deve ser assim executado com a finalidade de produzir coisas úteis para a vida, ou seja, Ruskin era contra a produção de objetos de luxo e de destruição” (AMARAL, 2005, pág. 14). Claudio Silveira Amaral menciona em “John Ruskin e o Desenho no Brasil” que a famosa frase do artista:

“... influenciou William Morris a escrever *“News from Nowhere”*, novela que fala de uma sociedade utópica na qual a atividade do trabalho ocorre segundo o desejo e as particularidades de cada um. Assim, o resultado do trabalho é, para Morris, sempre uma obra de arte, pois é o resultado de uma atividade feita com prazer” (AMARAL, pág. 14, 2005, apud THOMPSON, 1955, pág. 802).

Philip B. Meggs e Alston W. Purvis apontam que

“Por trás das teorias de Ruskin estava sua crença fervorosa de que as coisas belas eram valiosas e úteis precisamente porque eram belas. Além disso, ele passou a preocupar-se com justiça social, defendendo a melhoria da habitação para os trabalhadores industriais, um sistema nacional de educação e benefícios de aposentadoria para os idosos” (MEGGS, PURVIS, 2009, pág.217).

Em *“The Genius of John Ruskin: Selections from His Writings”*, John D. Rosenberg (1998), coloca no capítulo intitulado *“Society”*, a seguinte afirmação (em tradução livre abaixo) do crítico de arte britânico, afirmação esta que mostrava uma visão de como seria a Inglaterra cinquenta anos pós industrialização:

“As mudanças no estado deste país são agora tão rápidas, que seria totalmente absurdo tentar estabelecer leis de educação artística para ele sob seu aspecto e circunstâncias atuais; e, portanto, devo necessariamente perguntar: quanto disso você pretende seriamente, nos próximos cinquenta anos, que seja uma mina de carvão, um campo de tijolos ou uma pedreira? Para fins de clareza de conclusão, suponho que seu sucesso seja absoluto: que de costa a costa toda a ilha deve ser coberta com chaminés, como os mastros estão nas docas de Liverpool: que não haverá prados nisto; sem árvores; sem jardins; só um pouco de milho plantado nos telhados, colhido e debulhado a vapor: que não saia nem por estradas, mas viaje nos telhados das tuas fábricas, em viadutos; ou sob seus pisos, em túneis: que, a fumaça tenha tornado a luz do sol inutilizável, você trabalha sempre à luz de seu próprio gás: que nenhum acre de solo inglês ficará sem seu eixo e seu motor; e, portanto, não sobrará nenhum ponto de solo inglês, sobre o qual será possível permanecer, sem uma mudança definida e calculável de se auto explodir, a qualquer momento, em pequenos pedaços” (RUSKIN apud ROSENBERG, 1998, pág 223).

Umberto Eco expõe no capítulo XII de sua obra *“A História da Feiura”*, a seguinte informação: “Ao mesmo tempo, no interior da própria burguesia, manifestam-se alguns sintomas de revolta, como a obra e a atividade social de John Ruskin, por exemplo. Apaixonado pelos primitivos italianos e pela arquitetura gótica, Ruskin, apóstolo de uma nostálgica ideia de beleza, luta contra a indigência de “uma plebe que faz dinheiro”, propugnando uma utopia socialista de inspiração cristã e remetendo-se a modos de produção inspirados na alegria criativa dos artesãos de outrora” (ECO, 2007, pág. 333).



Figura 4: “Ca’ d’Oro”, lápis, aguarela e têmpera sobre papel cinzento por John Ruskin (1845). Fonte: buildingonthebuilt.org

Por meio desta revolta e inquietação, incitada por Pugin e Ruskin, Morris acabou fundando juntamente com outros artistas e artesãos um aclamado movimento britânico que defendia as artes e os ofícios. Beat Schneider explana que “Esses movimentos reformistas não agiam independentemente uns dos outros! Pelo contrário, as interfaces e as redes que os interligavam eram múltiplas”. O autor segue exemplificando estas redes de manifestos: “Por exemplo, movimentos de artes e ofícios, como o *Arts and Crafts* britânico, consideravam-se a si próprios sempre como iniciativas sociais ou socio estéticas, e viam suas tarefas criativas como tarefas de cunho social e moral” (SCHNEIDER, 2010, pág.29).

1.2 William Morris e o *Arts and Crafts*

No site da enciclopédia *Britannica* é encontrado que “William Morris foi um designer, artesão, poeta e socialista inglês, cujos designs de móveis, tecidos, vitrais, papéis de parede e outras artes decorativas geraram o movimento *Arts and Crafts* na Inglaterra e revolucionaram o gosto vitoriano” (ENCICLOPÉDIA BRITANNICA, 2021). Como membro fundador do movimento, Morris buscou a valorização, a instrução e a renovação do artesanato, da arte tipográfica e do design.

Meggs e Purvis (2017) declaram que Morris criou mais de quinhentos projetos para papéis de parede, tecidos, carpetes e tapeçarias e que preocupado com os problemas da industrialização e do sistema fabril, tentando implementar as ideias de Ruskin, chegou a conclusão de que a insipidez dos bens produzidos em massa e a falta de trabalho digno,

podiam ser sanadas pela junção de arte e ofício. Os autores ainda afirmam que Morris mostrava uma preocupação moral com a exploração dos pobres. Schneider (2010) aponta que “a reforma na criação de móveis e de objetos de uso era, portanto, parte integrante de um movimento mais abrangente, que queria melhorar as condições de vida e de trabalho da população trabalhadora nas cidades” (SCHNEIDER, 2010, pág. 29).

Victor Margolin (2006) apresenta em “O Designer Cidadão” um pensamento de Morris que expõe a preocupação social e aptidão pelos manifestos cultivada pelo designer:

“Um homem com uma ideia em sua cabeça corre o risco de ser considerado um louco; dois homens com a mesma ideia em comum podem ser tolos, mas dificilmente podem ser loucos; dez homens dividindo uma ideia começam uma ação; uma centena chama atenção como fanáticos; mil e a sociedade começa a tremer; cem mil e se inicia uma guerra, cujas vitórias são tangíveis e reais. E por que cem mil e não cem milhões para se atingir a paz na terra? Você e eu que concordamos com isso juntos, somos nós que temos que responder a esta questão” (MORRIS, pág.58, 1883 apud MARGOLIN, 2006, pág.15).

Lima e Martins afirmam que

“Morris efetivamente protestava e propunha uma alternativa às condições de trabalho e vida dos operários que nelas trabalhavam sem folga, em jornadas degradantes, em tarefas repetitivas e humilhantes. Os objetos, móveis e impressos que criou eram marcados pelo protesto contra condições desumanas que o trabalho industrial imprimia, procurando a inteireza do trabalho artesão. O foco de Morris era o modo de produção que integrava o fazer com o produto e por essa razão não esperava produzir para todos, mas sobretudo, respeitar a integridade daqueles com quem trabalhava” (LIMA, MARTINS, 2011, pág. 8).

Para o pioneiro, a produção mecânica de mercadorias em série, de baixa qualidade e exatamente iguais, disseminava não apenas uma vulgaridade estética, mas, impunha uma miséria à existência moderna. Para ele, o processo industrial não apenas era incapaz de produzir objetos com valor artístico, como destruía a possibilidade de produzi-los (Spinelli, 2017, pág. 212).



Figura 5: Porção de tapeçaria de repolho e videira, a primeira tapeçaria de William Morris tecida na Kelmscott House no verão de 1879. Fonte: pt.wikipedia.org

Em seu artigo “William Morris e sua crítica moral do sistema produtivo capitalista”, Spinelli (2007) disserta que “no capitalismo, todos os esforços convergem para extrair da crescente massa de trabalhadores, organizados em uma nova classe proletária, o máximo de *mais-valia*.” No que concerne à relação capitalismo e industrialização, Spinelli destaca que “a revolução técnica permite aos proprietários dos meios de produção mobilizar a energia de um enorme “material humano” para a produção em massa de mercadorias de baixa qualidade e custo no menor tempo possível” (SPINELLI, 2007, pág.212).

À vista da massificação na produção dos bens de consumo por meio de um sistema que beneficiava os patrões e explorava a colossal classe operária, os movimentos sociais da época que, antes confrontavam apenas as técnicas do processo industrial, agora iniciavam protestos contra a forma com que os assalariados eram tratados dentro e fora das fábricas. Levando em consideração os pensamentos de Morris, seu entusiasmo ao imaginar um grupo de homens travando uma batalha ideológica e obtendo vitórias concretas e reais cujos resultados viriam beneficiar a sociedade, temos no *Arts & Crafts* do séc. XIX um dos primeiros movimentos de cunho social dentro do Design.

Todavia, aqui vale destacar que, de acordo com Lima e Martins (2011), o pensamento por trás do *Arts & Crafts* ao ir contra o meio de produção em série com foco na inteireza do trabalho do artesão e respeito a sua dignidade, acabaram por afastar ainda mais o acesso às pessoas dos seus produtos e objetos, na medida em que se revelavam mais custosos do que os produzidos em escala industrial. As autoras concluem que Morris “como um designer, por consequência de seus questionamentos, acabou se especializando em criar para uma parcela abastada da população, mas como protesto. Portanto, podemos perceber que o Design Social é uma rubrica que encobre ações variadas que podem ser até mesmo contraditórias entre si” (LIMA, MARTINS, 2001, pág. 9).



Figura 6: Letra L por William Morris. Fonte: pt.wikipedia.org

Schneider (2010) comenta a influencia destes artistas no pensamento e na responsabilidade do design contemporâneo, apontando que:

“Os movimentos reformistas na criação de formas do século XIX, tornam claro um dilema fundamental, que atinge os designers até os nossos dias: como se comporta o design perante a indústria ou, mais precisamente, perante o processo industrial de criação de valor, tal como ele existe na realidade? O design deve ignorá-lo ou insurgir contra ele? Ou deve partir do desenvolvimento real das forças produtivas?” (SCHNEIDER, 2010, pág. 35).

Pioneiros na busca por um design mais justo e social, Augustus Pugin, John Ruskin e William Morris acabaram por incitar, através de suas filosofias, manifestos e movimentos, questionamentos de cunho político-social que inspirariam arquitetos, designers e artistas das futuras gerações. Destaca-se também, prévias do que viria a ser futuramente o conceito de Design Ativista.

1.3 Ascensão dos Processos Industriais na Europa e a Deutscher Werkbund

Posteriormente, o século XX foi marcado por grandes transformações sociais e político-culturais globalmente, no entanto, devido a notável ascensão dos processos industriais, a Europa foi o centro destas reformas. Os movimentos artísticos da época, e o design assim como a arquitetura, fizeram parte dos manifestos sociais ligados a estas transformações. De acordo com Maia (2011) a entrada no século XX instituiu-se através do legado deixado pela crise do século anterior, ou seja, a crise entre o “belo tradicional”, dos estilos históricos e dos meios de produção artesanais, e o “belo funcional”, da produção mecanizada, da máquina e do funcionalismo estético.

A autora destaca que o resultado desta crise acarretou uma evolução estética que veio a afetar a sociedade num todo, dos costumes aos gostos, influenciando também o próprio rumo do progresso técnico, consolidando assim, uma economia de capitalismo industrial na qual alicerçou-se uma nova realidade social. Dessarte, em termos de design voltado para a satisfação e benefício social, na Inglaterra, um projeto relacionado a acessibilidade e inclusão por meio do design de identidade corporativa era planejado, a *London Transport*.

De acordo com Adrian Forty (2007), “durante o período entre as duas guerras mundiais, os londrinos assistiram a mudanças consideráveis na aparência de seu transporte público. As entradas do metrô, que eram mal iluminadas, escuras como antecâmaras do inferno, tornaram-se espaços abertos, claros e arejados. Escadas rolantes, iluminadas por luzes refletidas, substituíram os elevadores em muitas estações. Lá em baixo, os túneis cavernosos, revestidos de tijolos brancos vitrificados, como banheiros públicos ou alas de recepção de asilos, ganharam azulejos quadrados de cor creme que refletiam uma luz mais suave e não revelavam a sujeira com tanta facilidade. As placas de sinalização das estações foram uniformizadas e se distinguiam claramente dos cartazes das plataformas graças ao medalhão vermelho e azul, símbolo do metrô” (FORTY, 2007, pág. 305-306).

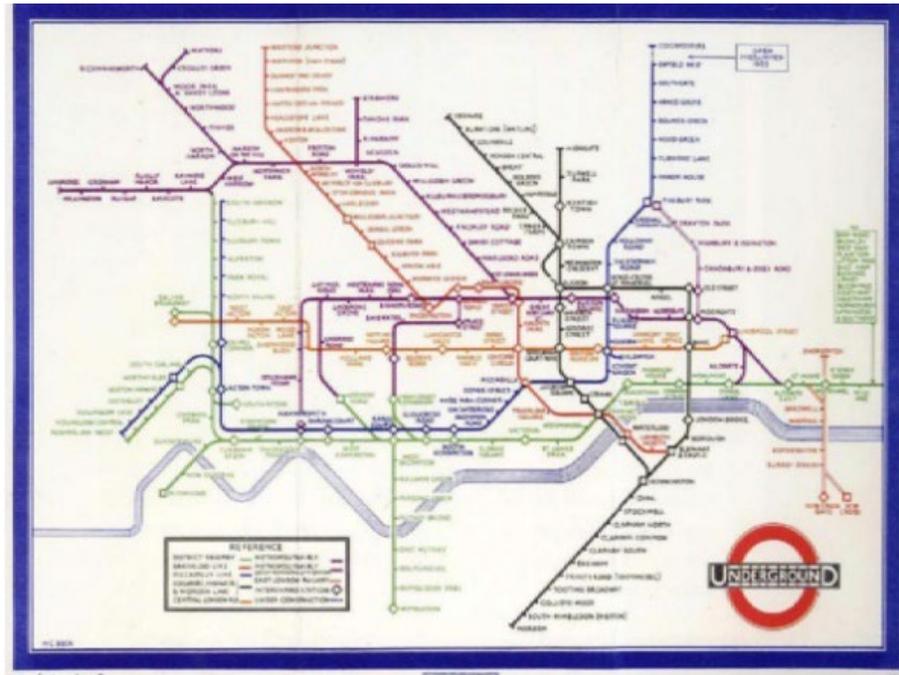


Figura 7: Mapa Metro de Londres por Henry Beck (1933). Fonte: (Meggs; Purvis, 2009)

Em relação ao projeto Forty descreve:

“Em todo o sistema, o mesmo símbolo foi usado para as placas, direções e informações das estações; a fonte tipográfica, criada por Edward Johnston em 1916, se tornou uma marca da companhia e foi depois utilizada em todo o sistema para identificar todas as suas propriedades e toda a sua publicidade. O mobiliário da estação era um modelo de design simples e puro, tão nítido e ordenado quanto a tipografia. Nas estações e fora delas, cartazes em estilos artísticos, raramente encontrados fora das galerias de arte de *Bond Street*, anunciavam os prazeres de viajar por esse sistema organizado e eficiente. Nas vias férreas, as locomotivas dos primeiros trens foram gradualmente eliminadas e os motores instalados sob o piso dos vagões, para dar mais espaço aos passageiros; portas pneumáticas operadas por guardas substituíram as portas e portões operados pelos passageiros, enquanto o interior dos vagões ganhava uma aparência cada vez mais sem emendas, com superfícies lisas, detalhes bem encaixados, parafusos e porcas invisíveis, estofamento de alta qualidade com desenhos especialmente encomendados e alças em forma de pera em lugar das antigas correias-de-couro. Na superfície, os ônibus mudaram durante a década de 1930, de máquinas grosseiras como caixotes de feira sobre rodas para objetos polidos com todos os detalhes de construção escondidos sob painéis ajustados” (FORTY, 2007, pág. 306).

Com tudo isto, a *London Transport* tornou-se marco transformador no desenvolvimento de linhas ferroviárias, mais tarde amplamente adotada por outras empresas pelo mundo afora. Como dito por Forty, o projeto simplificava a comunicação e informação com os passageiros, valendo-se de um conceito esquemático das linhas no lugar do mapa convencional. Assim, os designers e investidores envolvidos no projeto conseguiram auxiliar as pessoas a se locomoverem com mais autonomia pela cidade londrina, o que reflete até os dias atuais uma dimensão inclusiva e de acessibilidade proporcionado pelo design. Ademais, podemos relacionar este projeto com o exemplo de correlações do

design de sistemas citado por Vezzoli (2010) em “Design de sistemas para a sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável de "sistemas de satisfação". Neste projeto é possível ver o pioneirismo nos conceitos de acessibilidade e inclusão, Design Cidadão, Design de Sistemas, entre outros.

Concomitantemente, nos outros países europeus, Schneider (2010) explana que “no início do século XX, houve uma intensa concorrência econômica e política entre os estados nacionais europeus pela conquista de novos mercados e pela ampliação dos existentes”. Todavia, segundo o autor “os produtos alemães tinham má fama naqueles tempos, devido a sua baixa qualidade” (SCHNEIDER, 2010, pág. 46).

Logo, na república de Weimar, as mudanças ocorriam simultaneamente a Inglaterra. Em “História da Arquitetura Moderna” Leonardo Benévolo (2001) aponta que “a mais importante organização cultural alemã de antes da guerra é a *Deutscher Werkbund*, fundada em 1907 por um grupo de artistas e críticos associados a alguns produtores”. A *Deutscher Werkbund* (Associação Alemã de Artesãos) foi fundada em Munique, e de acordo com Schneider (2010), especificamente teve início com Peter Behrens (1868 – 1940), Hermann Muthesius (1861 – 1927), Henry Van de Velde (1863 – 1957), Joseph Olbrich (1867 – 1908) e outros, que almejavam a junção da arte com a tecnologia. A influência de sua fundação veio diretamente do movimento *Arts and Crafts*, porém havia diferenças. Benévolo afirma que

“Essa instituição recolhe a herança das associações inglesas inspiradas nos ensinamentos de Morris, com uma diferença importante: não dá uma relevância preconceituada ao artesão, nem pretende opor-se aos métodos de trabalho em série próprios da produção corrente” (BENEVOLO, 2001, pág. 374).



Figura 8: Cartaz da exposição de 1914 em Colonia. Fonte: (museumderdinge.de)

Ao passo que os integrantes das Artes e dos Ofícios adotavam o retorno ao artesanal e contestavam o uso das máquinas, o *Deutscher Werkbund* incitava “uma nova associação, cuja finalidade consiste, de acordo com o que está declarado nos seus estatutos, em "nobilitar o trabalho industrial (profissional ou artesanal), em colaboração com a arte, a indústria e o artesanato, através da instrução, da propaganda e de uma rígida tomada de posição face as questões relacionadas” (MALDONADO, 2009, pág. 39). Meggs e Purvis relatam que o movimento alemão “advogava o design como meio para conferir forma e significado a todas as coisas feitas pela máquina” (MEGGS, PURVIS, 2009, pág. 302).

Maldonado coloca que “efetivamente, não poucos dos seus membros consideravam errado pôr globalmente em causa o ornamento. O problema, diziam, não é tanto rejeitar o ornamento, quanto substituir o "imoral" dos estilos tradicionais pelo "moral" do estilo moderno” (Maldonado, 2009, pág.39). Identifica-se o início de um pensamento visando a humanidade como um todo, na ocasião em que o grupo via na tecnologia das máquinas a possibilidade de tornar o design social e universal, onde todos poderiam ter acesso a bons produtos com preços acessíveis, onde a forma deveria ser exclusivamente determinada pela função, eliminando assim os “imorais” ornamentos puramente estéticos e que encareciam os produtos. No *site* oficial da *Deutscher Werkbund* (2021), encontra-se que

“A *Werkbund* alemã foi fundada em 1907 no contexto de uma industrialização emergente com o objetivo de criar uma posição excelente para os produtos alemães no mercado mundial por meio de um bom design; Funcionalidade e justiça material foram os critérios de qualidade centrais que abrangem todas as disciplinas de design. Na interação entre arte, indústria e artesanato, foram dados impulsos progressistas para a construção de cultura e design, bem como processos sociais abrangentes...” (DEUTSCHER WERKBUND, 2021).

No *site* oficial da *Werkbundarchiv - Museum der Dinge* (Arquivo *Werkbund* - Museu das Coisas, 2021) é citado que o lema “*Vom Sofakissen zum Städtebau*” (de almofadas de sofá a construção de cidades) indicava a gama de interesses do movimento *Werkbund* alemão, que visava produzir desde utensílios domésticos a construções de prédios e urbanismo. Em “O Objeto Responsável”, Marjanne Van Helvert (2016) destaca que os bens materiais estavam escassos na Alemanha do pós-guerra (Primeira Guerra Mundial) bem como na Rússia pós-revolucionária, o que tornou a produção sistemática uma necessidade urgente. Assim, o Design, como predição da produção industrial, logo foi compreendido na Alemanha e na Rússia como um dos principais fatores para moldar a vida cotidiana dos cidadãos.

Schneider (2010) aponta os propósitos ambiciosos que a *Werkbund* alemã, de 1918, estabelecia: “A meta da *Werkbund* é o enobrecimento do trabalho profissional, através

da colaboração entre as artes, a indústria e o artesanato, através da educação, da propaganda e de posicionamentos coesos diante de questões relevantes” (SCHNEIDER, 2010, pág. 48 apud SCHWARZ, 1969, pág. 59). Schneider continua explicando que “a *Werkbund* era na realidade uma associação entre concepções contraditórias, tradicionais e com visão de futuro, a respeito das funções do design”.

Importante ressaltar que diferentemente do *Arts and Crafts*, a associação alemã aceitava as mudanças trazidas pelas máquinas e via nelas a chance de o povo alemão ter em suas casas produtos de boa qualidade, equivalentes aos encontrados nos demais países europeus. Além de que “a *Werkbund* entendia a si mesma como um instrumento que deveria melhorar a exportação artístico-industrial alemã” (SCHNEIDER, 2010, pág. 48).

Desta forma, sob as novas condições históricas, o papel social e a responsabilidade do designer foram vistos sob uma nova luz: o uso de materiais e recursos passaram a ter consequências para toda a economia, e o design foi fundamental para a criação de um novo estilo de vida, refletindo também em consequências políticas, à medida que acessibilidade e disponibilidade de bens garantiam a satisfação e otimismo da população. Van Helvert explica que “no rastro da guerra, quando, em meio ao caos político e à pobreza, os artistas progressistas reorganizaram a paisagem cultural da Alemanha, o compromisso ético e social do designer foi reconhecido novamente” (VAN HELVERT, 2016, pág. 51).



Figura 9: Chaleira elétrica por Peter Behrens. Fonte: (museumderdinge.org).

Vale destacar que a *Werkbund* alemã atingiu o auge de sua influência em 1915, ano que foi publicado o *Deutsches Warenbuch*, uma espécie de catálogo de objetos de consumo com projetos modelares. “Após a Primeira Guerra Mundial, sob a influencia das crescentes tensões sociais, a *Werkbund* dedicou-se a construção de moradias para trabalhadores e ao projeto de utilidades domésticas a preços acessíveis” (SCHNEIDER, 2010, pág. 49). O autor afirma que o alto desta “orientação social” foi atingido na famosa

exposição de 1927, intitulada *Die Wohnung* (A Moradia), sendo este um conjunto habitacional em Stuttgart. Tal exposição tornar-se-ia fórum internacional do modernismo e da “nova construção”.

A ideologia de um design de elevada qualidade, o aumento do valor do uso dos produtos e a satisfação dos interesses dos usuários, ligados a um ideal cultural que consistia na combinação entre pretensões artísticas e preocupações sociais, a educação das massas na direção do “bom-gosto” através de um “bom design para todos” (Schneider, 2010), alertou muitos designers, artistas e arquitetos de toda a Europa em relação as questões de cunho social na produção industrial de produtos com foco no usuário. Esses projetos podem ser vistos como precursores nos conceitos de design cidadão e design para a inovação social.

1.4 A *Staatliches Bauhaus*

Posteriormente à *Deutscher Werkbund*, Van Helvert contextualiza que na Alemanha, o arquiteto Walter Gropius iniciou os trabalhos da *Staatliches Bauhaus* (Casa de Construção Estadual) como um manifesto que descrevia sua visão utópica de criação coletiva - que respeitosamente - abandonou os preceitos da arte e do artesanato propondo a fabricação de objetos como a base de todo trabalho criativo. Nas palavras de Gropius (1929), “querer construir na era da industrialização com os recursos de um período artesanal é, cada vez mais, algo sem futuro” (GROPIUS, 2009, pág. 223).



Figura 10: Ventoinha elétrica por Peter Behrens. Fonte: (museumderdinge.de).

Van Helvert explana que a escola foi orçada pelo Parlamento de Thüringen, administrado pelo Partido Social-Democrata. Assim, a *Bauhaus* foi inaugurada em Weimar no ano de 1919, como uma fusão da antiga Escola Grande Ducal de Artes e Ofícios e da Academia

de Arte Grande Ducal Saxônica. Maldonado (2009) esclarece que a segunda escola fora fundada por Henry Van de Velde em 1906, como uma emanção direta do *Kunstgewerbliches Seminar* (Seminário de Arte Aplicada), criado em 1903 por iniciativa do mesmo Van de Velde. Por proposta deste então, foi confiado a Gropius o cargo de diretor da *Bauhaus*, cargo que exerceu até 1928. H. Meyer (1889-1954) assumiu de 1928 a 1930; L. Mies Van der Rohe (1886-1969) de 1930 até ao encerramento definitivo do instituto, em 1933.

O fundo limitado em meio à escassez da Alemanha fez com que fosse necessário aderir a soluções econômicas em todos os campos de atividades, não sendo diferente na nova escola. Em primeira ordem, devido à falta de recursos e escassez de materiais, Gropius teve de aderir e ensinar técnicas artesanais a seus pupilos. “Isto implicou, mesmo que não por consciência ambiental, reduzir ao mínimo a pegada de carbono do instituto. Por um lado, o carvão era escasso, mas as considerações éticas também eram importantes. A combinação de um orçamento baixo e responsabilidade social logo levou ao princípio norteador do que hoje chamamos de sustentabilidade” (VAN HELVERT, 2016, pág. 50).

Rainer Wick (1989) apresenta que Gropius valorizava o saber fazer em todo artista, mais do que causar uma revolução do pensamento dos arquitetos, escultores e pintores, o diretor pretendia conferir ao artista uma posição social que fora perdida no século XIX, propiciando a este grupo a atuação social e de maneira construtiva na configuração da realidade. Gropius almejava a evolução do padrão do gosto por meio de produtos de qualidade. Segundo o arquiteto alemão, seu objetivo era preservar da “anarquia mecânica o produto de massa e o lar, insuflando-lhes novamente sentido prático e vida”, tencionando “o desenvolvimento de objetos e construções projetados expressamente para a produção industrial” (GROPIUS, 1972, pág. 30).



Figura 11: Poltrona Wassily e quatro peças de mesas de apoio por Marcel Breuer. Fonte: (archilovers.com).

Maldonado enfatiza que para Gropius a criação dos moldes para os objetos de uso cotidiano era uma necessidade social, pois as exigências da maioria das pessoas eram fundamentalmente iguais. “Casa e objetos para a casa eram um problema de necessidade geral, e a sua criação dizia respeito mais à razão do que ao sentimento. Desta forma, a máquina que produzia objetos em série foi um meio eficaz de libertação do homem, por intervenção da utilização de forças mecânicas - como o vapor ou a eletricidade - do trabalho necessário à satisfação das necessidades vitais; um meio para lhe conseguir os variados objetos, mas mais belos e mais baratos do que os fabricados à mão. E não é de recear que a tipificação possa coartar o indivíduo; como não se pode recear que uma ordem ditada pela moda possa conduzir à uniformização completa da indumentária” (MALDONADO, 2009, pág. 58).

Com isso, os fundadores e professores que passaram pela Bauhaus, interdita em 1933, instituíram toda uma ideologia social para que os produtos industrializados fossem acessíveis à população, produzidos com materiais baratos e formas limpas a fim de facilitar sua produção em série, propondo funcionalidade aos produtos. É certo que, com o passar dos anos e com as mudanças de diretores e conseqüentemente de estilos, a escola tenha perdido seu foco inicial: o de produzir para a sociedade, oferecendo-lhes através dos produtos, dignidade. Vale destacar também que a escola buscou fazer o mesmo pelos designers, arquitetos e artistas, dando-lhes a oportunidade de criar dentro de um sistema em que estes, mesmo utilizando-se das máquinas, projetavam com a finalidade de suprir as carências da população. Em seu artigo “A Contribuição da Bauhaus para o Design Contemporâneo”, Faline Arantes Rodrigues, Scharles Giroto e Nayara Radaelli apontam que

“Em diversas ocasiões a escola buscou parcerias com a indústria e esteve preocupada em agregar pessoas e propostas das mais diversas tendências. Suas portas estavam abertas para qualquer novidade e essa receptividade tirou de toda a Europa figuras e ideias inovadoras relacionadas ao fazer artístico e arquitetônico. A capacidade de reunir um grande número de pessoas muito criativas e muito diferentes em uma única escola deu a Bauhaus vida e força, transformando-a em foco mundial para o fazer artístico” (RODRIGUES, GIROTTO, RADAELLI, 2013, pág. 21).

Ainda é explanado no artigo que “essa talvez tenha sido a contribuição pedagógica mais importante de Gropius e da Bauhaus, a ideia de que o design devesse ser pensado como uma atividade unificada e global, desdobrando-se em muitas facetas, mas atravessando, ao mesmo tempo, múltiplos aspectos da atividade humana” (RODRIGUES, GIROTTO, RADAELLI, 2013, pág. 21).



Figura 12: Estudantes da Bauhaus em aula. Fonte: (uxplanet.org).

Além do caráter revolucionário da Bauhaus quanto sua metodologia de criação e produção, a escassez de materiais que se tornou um princípio norteador ao design sustentável, suas preocupações sociais e tentativas de colaborar para a dignificação do povo alemão, a escola foi pioneira na descolonização da ideia de que apenas homens podiam participar de cargos de cunho criativo nas atividades fabris.

É sabido que mulheres e crianças trabalhavam operando máquinas na maioria das fábricas, porém, não passavam de funcionárias sem qualificação. No site *Bauhaus Bookshelf* em um artigo escrito pela designer alemã Gunta Stölzl, encontra-se um relato a respeito das mulheres que fizeram parte da histórica escola. A designer e mestre relata como as estudantes ganharam espaço, após o sucesso de uma feira de Natal em Weimar. Stölzl afirma que:

“...talvez tenha sido esse grande sucesso (que levou eu e duas outras meninas a pensar em uma aula para mulheres. Com essa ideia, fomos para Itten e Gropius, e nosso plano deu certo. Não recebemos apenas um quarto no prédio da oficina, mas recomendações de Gropius a várias velhinhas em Weimar, onde poderíamos pedir sobras de tecido, fios, rendas e véus, bolsas de pérolas, couro e peles. A Bauhaus quase não tinha fundos para material e dificilmente tínhamos o mínimo de subsistência. Com esses tesouros, fizemos tapeçarias, cobertores, bonecos e animais” (STÖLZL, *Bauhaus Bookshelf*, 2021).

A designer fala sobre a tecelagem na Bauhaus:

“As moças da cidade aprenderam ali a bordar - pássaros, borboletas em solo auto tecido - comandadas pela professora de artesanato Helene Börner. Nas férias de verão de 1920, peguei emprestado um tear alto e teci minha primeira pequena tapeçaria. Incentivadas e apoiadas pelas alunas da classe feminina, fomos a Gropius no outono de 1920 e pedimos a ele que nos desse a oportunidade de trabalhar nesses teares. Gropius concordou e conseguimos estabelecer-nos lá, primeiro, dependentes do favor de “*Fräulein Börner*” e absolutamente dependentes da sua boa vontade (e da nossa diplomacia) para nos arranjar material para o nosso trabalho. Com o tempo, todos os teares - incluindo os grandes teares de tapete que ainda eram da época de Van de Velde - foram incorporados à Bauhaus” (STÖLZL, *Bauhaus Bookshelf*, 2021).

Gunta Stölzl, que no futuro se tornaria mestre da oficina de Design Têxtil da escola em Dessau, ainda conta que na escola a vida era mais importante que o trabalho. Stölzl afirma que “Gropius, embora com distância, sempre foi o camarada compreensivo” e que “a ideia da Bauhaus não se ossificou; sempre permaneceu em formação. Ela deu significado e propósito a pessoas de exercerem um design livre, não importando em que campo específico estivesse.”



Figura 13: Tapeçaria criada por Gunta Stölzl em 1927-1928. Fonte: (archdaily.com.br).

Com o fechamento da escola alemã, decorrente da perseguição de mestres e alunos pelo partido fascista alemão e a fuga que a Segunda Guerra Mundial provocou, mestres e alunos saíram da Alemanha e demais países onde o novo sistema havia sido instaurado. Schneider (2010) explana que “alguns integrantes da Bauhaus foram presos – os judeus e esquerdistas acabaram em campos de concentração – outros foram voluntariamente para o exterior, outros foram forçados a emigrar posteriormente...” (SCHNEIDER, 2010, pág. 68).

Por consequência, indo em direção a outros países, como os Estados Unidos da América, carregando consigo o legado e a forma de produzir adotado na *Bauhaus*, designers, arquitetos e artistas da então extinta escola acabaram influenciando profissionais mundialmente. Porém, os ensinamentos, contributos e concepções da escola propagaram-se e ajudaram na evolução de conceitos como: o Design Sustentável, o

Design para a Inovação Social, o Design Cidadão, o Design Crítico, a Descolonização do Design, entre outros.

1.5 A segunda metade do século XX

Em seguida, a segunda metade do século XX foi marcada por grande agitação sociopolítica ao redor do mundo. Cardoso (2002) apresenta que a Segunda Guerra Mundial foi decisiva para o desenvolvimento do design globalmente, não apenas pelos ocorridos nos campos de batalha, quanto pela evolução tecnológica e produtiva que ajudou a definir o conflito armado. É importante ressaltar que os Estados Unidos da América não foram o único país a se beneficiar com a economia de guerra. Outros países exportadores de alimentos, como Argentina e Brasil, também se viram exigidos a contribuir para a manutenção do esforço de guerra visto que a Europa estava devastada.

Nas Américas, Cardoso relata que em adição a propiciar o crescimento industrial em países até então periféricos, as exigências de produção do período de guerra provocaram efeitos importantes para a configuração do mercado consumidor interno nos Estados Unidos. Para Schneider (2010) o design alemão do pós-guerra buscou identidade própria, evitando ao máximo aproximar-se do artesanato devido ao fato que esta ideia estava demasiadamente associada a propaganda nacional-socialista. Posterior ao fim da guerra, com o modernismo, importantes expoentes e integrantes da *Bauhaus* estavam agora contribuindo para a evolução do design nos Estados Unidos da América. Outros, retornaram a seu país de origem, visto que a ameaça havia passado.

Iniciou-se assim, o Neofuncionalismo, com os preceitos da “boa forma”, que segundo Schneider poderiam ser descritos de tal maneira: 1- o bom design não pode ser uma técnica de revestimento. Ele deve expressar a natureza do produto em questão por meio de uma forma correspondente; 2- o bom design deve tornar visível a função do produto, seu manuseio, e, portanto, torná-la facilmente legível para o usuário; 3- o bom design deve deixar transparecer o mais recente estágio do desenvolvimento técnico; 4- o bom design não pode se restringir apenas ao produto, mas deve levar também em consideração questões ambientais, de economia de energia, de reciclabilidade, durabilidade e ergonomia; 5- o bom design deve fazer da relação entre o homem e o objeto o ponto de partida do projeto, especialmente em respeito a aspectos da medicina

do trabalho e da percepção. (SCHNEIDER, 2010, pág. 112, apud BÜRDEK, 2010, pág. 17).

Na Alemanha, Bernhard D. Bürdek (2010) coloca como mais importante iniciativa pós Segunda Guerra Mundial, a *Hochschule für Gestaltung* em Ulm, que assim como a *Bauhaus* influenciou fortemente a arquitetura, a configuração e a arte nos anos 20, a HfG influenciou a teoria, a prática e o ensino do design no pós-guerra. Tendo como fundador um ex-aluno da escola alemã, o suíço Max Bill (1908 – 1994), a escola se orientava fortemente no modelo da *Bauhaus* de Dessau. Dentro dos departamentos de ensino do design na HfG, o Design de Produtos focava-se no desenvolvimento e configuração de produtos industriais em massa, que seriam utilizados no cotidiano, na administração e na produção. Era dado valor especial a métodos de projeto, onde todos os fatores que o determinam eram levados em conta: os funcionais, os culturais, tecnológicos e econômicos.



Figura 14: Curso básico de HfG, Tomás Maldonado com alunos, 1955. Foto: Ernst Hahn. Fonte: (hfg-archiv.museumulm.de).

Vale destacar que os projetos da escola se direcionavam mais a questões de sistemas de produtos do que a produtos isolados. Dentro disto, havia como principal linha de produção os aparelhos, máquinas e instrumentos, cada vez mais limitando a projeção de produtos com arte aplicada. Objetos de luxo ou prestígio também não eram incentivados no Departamento do Design de Produtos. (BÜRDEK, 2010, pág. 50).

Mesmo com o foco estando na produção em massa, não eram esquecidos aspetos sociais, e de preocupação ambiental, assim como o design devia atender as necessidades do usuário, sendo este uma das principais diretrizes da escola. Entende-se assim que os estudantes eram instruídos a fortalecerem sua responsabilidade social, no momento em que não podiam projetar produtos que não correspondessem a necessidades reais da

população, ou seja, estes deviam estar atentos para não acabarem desenvolvendo objetos fúteis, descartáveis e que não fossem contribuir com a sociedade, segundo os princípios da escola. Walter Gropius em um discurso na abertura da Escola de Ulm disse:

“Uma educação abrangente deve indicar o caminho certo para a forma correta de colaboração entre o artista, o cientista e o homem de negócios. Apenas juntos eles podem desenvolver um padrão de produção que tenha o homem como medida, isto é, que leve o imponderável da nossa existência tão a sério quanto as necessidades físicas. Eu acredito na importância crescente do trabalho em equipe para a espiritualização do padrão de vida na democracia” (Schneider, 2010, pág. 114).

Na mesma obra, o autor coloca que Gui Bonsiepe descreveu a escola como bastante atraente devido a sua tentativa de “apaixonadamente” transformar o design numa atividade justificável e libertar o mesmo da cega prática “*ad hoc*.” Deste modo, não é de estranhar que a escola alemã proveu ao mundo grandes nomes dentro do Design.

De acordo com Bürdek, a influência da HfG de Ulm, por meio de seus integrantes, viria a configurar inúmeros projetos. Como exemplo: no Brasil a criação da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial) no Rio de Janeiro e o LBDI (Laboratório Brasileiro de Design) em Florianópolis; na França o Instituto para Design Ambiental de Paris; no Chile o desenvolvimento de produtos para necessidades básicas da população; na Índia o NID (*Nacional Institute of Design*) e o IDC (Industrial Design Center); em Cuba a ONDI (*Oficina Nacional de Disegno Industrial*) e no México o curso de pós-graduação da UAM (Universidad Autónoma Metropolitana) na Cidade do México. Observando esta lista, evidenciasse o caráter social de tais projetos, visto que em sua maioria, foram implementados em países da América Latina, ou seja, países onde o acesso ao design era quase inexistente, pois apenas uma pequena parcela rica da população desfrutava de produtos projetados por designers.

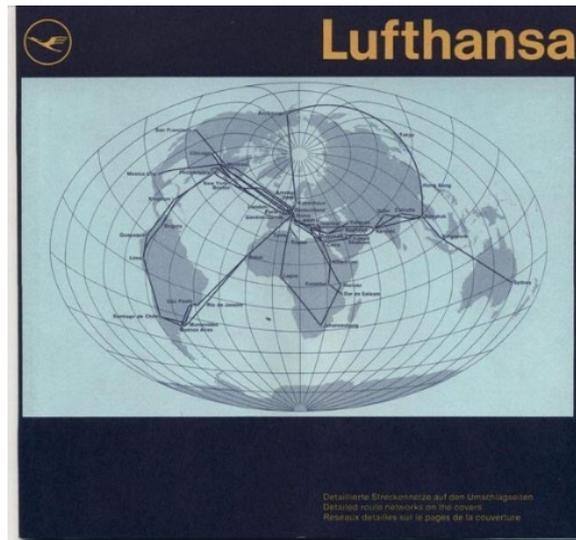


Figura 15: Identidade corporativa para a companhia aérea da Alemanha Ocidental Lufthansa. Fonte: (domusweb.it).

Ademais, a HfG influenciou o desenvolvimento de inúmeras empresas globalmente, tais quais a empresa dos irmãos Braun. Segundo Bürdek esta firma de design de produtos seguia os princípios funcionalistas da Escola de Ulm, mesmo tendo como designer principal Dieter Rams, arquiteto formado pela Escola de Artes Aplicadas de Wiesbaden.

É importante destacar o quão significativo foi, e ainda é, o legado de Rams acerca do design social. No documentário “Rams” (2018), o designer mostra seu apreço pela simplicidade e durabilidade dos produtos de design, adotando uma filosofia de viver com menos, mas com objetos que duram muito. De acordo com o diretor do documentário, Gary Hustwit, Dieter Rams é ambientalmente consciente, falando sobre sustentabilidade desde os meados da década de 1970, mostrando-se desapontado com o modo como o consumismo, o capitalismo e o materialismo se esgotaram. O diretor ainda explana que o designer alemão lamenta o uso do design como um termo de marketing ao invés de melhorar o mundo, atitude adotada por designers pós-Segunda Guerra Mundial. Para Rams, o design deve ser aspecto social voltado a ensinar e repensar o mundo, a fim de torná-lo mais democrático, e não o contrário.

O “iF International Forum Design” disponibiliza em sua página virtual os dez princípios para um bom design elaborado por Dieter Rams. Este método, apresentado em 1976 em um discurso em Nova York, esclarece como o designer organiza seu próprio pensamento sobre o que faz um bom design. De acordo com a fonte, tais princípios influenciaram gerações de designers, dentre estes, o ex-guru do design da *Apple*, Jonathan Ive. Na lista, é proposto tais preceitos: 1) O bom design é inovador; 2) Um bom design torna um produto útil; 3) Um bom design é estético; 4) Um bom design torna um produto

compreensível; 5) Um bom design é discreto; 6) O bom design é honesto; 7) O bom design é duradouro; 8) Um bom design é minucioso até o último detalhe; 9) Um bom design é sustentável; 10) Um bom design é o menos design possível.



Figura 16: Dieter Rams, Braun TP1, Rádio portátil, 1959. Fonte: (domusweb.it).

Apesar da perseverante atuação e do legítimo legado deixado por Dieter Rams através de seus projetos para a empresa Braun, “a crescente influência do marketing global no design determinou, em um campo mais amplo do que o dos produtos, a perda desta posição privilegiada e única – da Braun - em termos de design” (BÜRDEK, 2010, pág. 59). Nos anos 70, iniciaram-se as primeiras tentativas ecológicas, porém sem muito sucesso. Estava cada vez mais claro o esgotamento das matérias-primas como consequência da crescente e exponencial industrialização das nações e a degradação do meio ambiente. Conquanto, os preceitos de Dieter Rams vieram a agregar no debate e na prática de um design voltado para o social. Pelas palavras do próprio:

“Penso que os bons designers devem ser sempre vanguardistas, sempre um passo à frente dos tempos. Devem — e têm — de questionar tudo o que geralmente é considerado óbvio. Devem ter intuição para a mudança de atitudes das pessoas. Para a realidade em que vivem, para os seus sonhos, os seus desejos, as suas preocupações, as suas necessidades, os seus hábitos de vida. Têm também de ser capazes de compreender realisticamente as oportunidades e fronteiras da tecnologia” (RAMS, ColetivoUX, 2017).

Victor Papanek, designer austríaco nascido em 1927 que emigrou para os Estados Unidos da América fugido dos nazistas da Segunda Guerra Mundial, foi uma das principais vozes na luta contra o novo sistema de produção, tendo se formado em Design e Arquitetura pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts. No *site* da companhia *Lifegate* (2020),

uma rede que oferece informações, projetos e serviços para pessoas, empresas, ONGs e instituições comprometidas com um futuro sustentável, Patrizia Scarzella, jornalista e arquiteta italiana, fala sobre quem foi Victor Papanek:

“O designer, escritor e ativista Victor Papanek foi um dos primeiros a abordar questões de design sustentável e social na década de 1960. Sua publicação mais influente, *Design for the Real World*, continua a ser o livro de design mais lido do mundo e foi traduzido para 23 idiomas desde sua publicação em 1971. Nele Papanek apela por inclusão, justiça social e sustentabilidade. Esses temas permanecem extremamente relevantes hoje e se tornaram indispensáveis para todos os aspectos do design e da arquitetura. Suas ideias, como rejeitar a fabricação de produtos fúteis, estavam à frente de seu tempo, assim como sua missão de lançar as bases de um planejamento sustentável e responsável em um mundo desafiado pela escassez de recursos e energia” (SCARZELLA, *LIFEGATE*, 2020).

Em *Design For The Real World*, Victor Papanek (2014) afirma haver poucas profissões tão prejudiciais quanto o design industrial. O autor afirma que no pós-guerra a indústria tentou por todos os meios satisfazer as demandas do público com coisas novas, diferentes. O resultado da união entre tecnologia e os caprichos do consumidor foram: a estilização e a obsolescência. Com isto, o autor ressalta que desde o fim da Segunda Guerra Mundial, o principal esforço dos designers foi direcionado a estilizar produtos e torná-los obsoletos e artificiais.

Scarzella (2020) aponta que “tendo iniciado sua carreira como designer industrial na década de 1960 – Victor Papanek – desenvolveu uma crítica ao consumismo que o tornaria mundialmente famoso. Os projetos de Papanek, que muitas vezes trabalhava com alunos ou colaboradores, refletiam essa postura: ele projetou rádios e televisores para países africanos, veículos elétricos, o *Fingermajig* (um objeto criado para estimular o tato, 1965-1970) e a série *Living Cubes* (móveis que podem ser montados pelos usuários e modificados de acordo com suas necessidades, 1973)” (SCARZELLA, *LIFEGATE*, 2020).

Fomentado por este mesmo intuito de atuar criticamente sobre as problemáticas relacionadas a dimensão social do design e a irresponsabilidade dos designers de sua época, Victor Papanek viria a se tornar um dos maiores ativistas das causas sociais dentro do design. Van Helvert (2016) afirma que Papanek “argumentou que os designers pareciam ter se perdido na criação de objetos inúteis e até perigosos, enquanto suas habilidades seriam muito mais úteis em áreas que o design foi negligenciado”. A autora ainda coloca que “Papanek é um dos principais profissionais protagonistas do movimento de design humanitário de 1970, dos quais muito do design social de hoje pode ser visto como uma extensão” (VAN HELVERT, 2016, pág. 19). Para Van Helvert,

Papanek “não era apenas comprometido com a responsabilidade social do design, mas também muito preocupado com o papel dos designers em questões ambientais” (VAN HELVERT, 2016, pág. 19).

Papanek nos apresenta que, em uma era de cadeia produtiva, quando tudo precisa ser planejado e projetado, – referindo-se aos produtos - o design se tornou uma poderosa ferramenta que o homem usa para configurar seus objetos de uso cotidiano e suas habitações, consequentemente configurando a sociedade. Para o autor, esse fato requer do designer uma elevada responsabilidade moral e social. Além de Victor Papanek, outros nomes contribuiriam para o desenvolvimento e evolução dos preceitos de design social que conhecemos contemporaneamente.



Figura 17: Victor Papanek, *Tetrakaidecahedral* (estrutura de jogo móvel), 1973-1975. Fonte: (lifegate.com).

Conforme Van Helvert (2016) as críticas de Packard, Nader, Papanek e seus seguidores demonstraram um crescente descontentamento com os efeitos percebidos da cultura de consumo. Embora as consequências de longo prazo do CO₂ e outras formas invasivas de poluição ao ambiente ainda eram desconhecidas na época, seus argumentos já estavam centrados em causas. A autora explana que, em 1970, o polêmico *Design For the Real World: Human Ecology and Social Change*, uma crítica à publicidade e às mercadorias mal projetadas e produzidas em massa, colocou Victor Papanek dentre os principais ativistas pelos direitos do consumidor nos Estados Unidos da América.

Os ativistas notavam uma superprodução projetada e um consumo excessivo que resultava em um desperdício ineficiente e desnecessário de materiais e energia nesta sociedade de consumo. Em vista disto, eles viram o design como cúmplice em apoiar e

reafirmar essas convenções sistemáticas e, conseqüentemente, como um terreno de possível dissidência. (VAN HELVERT, 2018, págs. 122-123). Este manifesto foi pioneiro na tentativa de unir novos conceitos teóricos e práticas de projeto alternativas no design, com conceitos de design ativista, design humanitário, design para a inovação social, design sustentável e design crítico.

Neste contexto, temos então, como legado do século XX, uma geração de designers ativamente responsáveis que buscavam dotar o design de significado moral e social, colocando em prática seus discursos através de projetos e visando assim, simultaneamente, contribuir teoricamente e ativamente para a formação de um design responsável.

Gui Bonsiepe mostrava inconformidade com o fato de os designers não questionarem os valores sociais, simbólicos e culturais do design, uma vez que o design havia sido amplamente voltado à alimentar uma sociedade de consumo. Bonsiepe (2011) discursa que “ao projetar produtos e artefatos semióticos, queremos seduzir, ou seja, promover uma atitude positiva - ou de acordo com o contexto, negativo - predisposta à uma combinação de produto e significado. Dependendo das intenções, o design se inclina mais para um pólo ou outro, mais para autonomia ou mais para heteronomia.” Sua preocupação concentra-se nos designers contemporâneos e suas falhas, quando fala, inquieto, que “pode-se observar o crescimento de uma geração de designers que se concentra obsessivamente em aspectos simbólicos de produtos e seus equivalentes no mercado – *branding* e *self branding*– e que não sabem mais como classificá-las juntas.” O autor ressalta que “a busca por um equilíbrio entre os aspectos instrumentais/operacionais de objetos técnicos e seus aspectos semânticos constituem o núcleo do trabalho do designer, sem privilegiar um ou outro domínio” (BONSIEPE, 2011, pág. 9).



Figura 18: Os brinquedos de madeira, a colher de leite em pó para bebês, o mobiliário, e o gira-discos portátil são alguns exemplos do trabalho desenvolvido por Bonsiepe no Chile, a convite da ONU para contribuir para a política de industrialização do país. Fonte:(dn.pt).

Segundo Itiro Iida - na Apresentação do livro *Design, Cultura e Sociedade*, obra de Gui Bonsiepe - para Bonsiepe “o design perdeu a sua substância quando passou a cuidar das superficialidades, colocando-se a serviço da beleza cosmética e lucros fáceis do mercado. O design moderno descuidou-se de investir nas atividades de projeto, onde deveria estar o trabalho central do designer. Privilegiaram-se apenas os discursos sobre o design, enfatizando os assuntos periféricos ligados ao estilo e simbolismos. Aliou-se à produção de objetos sofisticados, caros, rebuscados, e nem sempre funcionais. Seguiu certos modismos como o *emotion design* ou *fun design*, dando ênfase à aparência e deixando de lado o aspecto funcional e a qualidade intrínseca dos produtos e serviços” (BONSIEPE, 2011, pág. 8).

Iida continua explanando as contribuições de Bonsiepe em relação ao social dentro do design:

“Bonsiepe previu esse problema na década de 1980, quando criou o Laboratório Brasileiro de Desenho Industrial – LBDI, em Florianópolis, visando oferecer cursos de reciclagem para docentes e profissionais em design e treiná-los na prática projetual. Ressalte-se que, naquela época, ainda não existiam cursos de mestrado ou doutorado em design no país. Muitos designers perderam a essência ao desprezar a funcionalidade a favor dos modismos, superficialidades e do supérfluo. Há necessidade de mudar as temáticas das pesquisas, direcionando-as para solucionar os problemas pungentes que afligem a maioria da população, principalmente na Periferia, onde ainda registram-se enormes carências. Não é possível imitar, simplesmente, os países do Centro, onde a maioria dessas carências já foi suprida” (BONSIEPE, 2011, pág. 8).

Martins destaca que para Margolin, “o Design deveria ser mais reconhecido mundialmente, e o seu potencial, aproveitado em prol da sociedade” (MARTINS, 2013, pág. 48, apud MARGOLIN, 1989, pág. 7). Para a pesquisadora, Victor Margolin defende que o Design Social não se dedica apenas a tratar de casos de Terceiro Mundo, revelando que para o autor, tal vertente poderia e deveria beneficiar qualquer pessoa (MARTINS, 2013, págs. 48 – 49,). No design de Margolin pode ser visto muito dos conceitos de design cidadão e design emergencial.

A preocupação com o design social e a responsabilidade dos designers, frente as questões ambientais, são assuntos amplamente debatidos por Ezio Manzini e Carlo Vezzoli. Em *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*, Manzini (2015) afirma que “definimos inovações sociais como novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente atendem às necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que são boas para a sociedade e aumentam sua capacidade de ação”. O designer explica que “com base nesta definição formal, entendemos que a inovação social sempre existiu; mas hoje em dia, por motivos diversos, vem se generalizando, assumindo características inéditas: por um lado, difunde-se a tecnologia da informação e comunicação, com as novas formas sociais que possibilita; por outro, um número crescente de pessoas em diferentes contextos, por uma razão ou outra, estão achando que precisam reinventar suas vidas” (MANZINI, 2015, pág. 11). Manzini ainda coloca que

“Evidentemente, este é o cerne do problema: hoje, em muitos países ocidentais (tradicionalmente ricos), a atual crise econômica tem forçado cada vez mais pessoas a aprender a viver e, se possível, a viver bem, reduzindo seu consumo e redefinindo suas ideias sobre bem-estar (e trabalho). Ao mesmo tempo, a maioria das pessoas em economias de crescimento rápido são levadas a mudar rapidamente de seus contextos socioeconômicos tradicionais para outros, aos quais nos referimos como "modernos": eles precisam redefinir radicalmente a maneira como vivem e seus ideias de bem-estar” (MANZINI, 2015, pág. 11).

Neste cenário, o designer explica que milhões de outras pessoas são forçadas pela pobreza, guerras e desastres ambientais a se mudarem de vilas para cidades (mas seria melhor dizer de vilas para favelas, dependendo da região) e de seu país original para outros (onde esperam encontrar uma vida melhor e mais segura). Desta forma, cada um desses problemas é um desafio para a sociedade como um todo e para suas instituições e agências políticas, em todas as escalas, do local ao global, pois cada um deles é um vasto problema social em escala mundial, cuja solução não pode ser encontrada nos modelos econômicos tradicionais e nas iniciativas de cima para baixo (embora essas iniciativas também sejam desesperadamente necessárias). Manzini acredita que ONGs e associações da sociedade civil devem desempenhar um papel e, mais importante,

indivíduos, famílias e comunidades devem participar ativa e colaborativamente. É aqui que a inovação social pode ajudar... Nesse estado de coisas, a inovação social surge como um agente de mudança potencialmente poderoso em todo o sistema sociotécnico (MANZINI, 2015, pág. 12).

Equitativamente, Carlo Vezzoli discorre a respeito de tais questões. No sítio oficial da UFPR – Universidade Federal do Paraná, de acordo com a professora Gheysa Caroline Prado, chefe do departamento de Design, é notável a contribuição de Vezzoli no avanço do conhecimento do Design para a Sustentabilidade no âmbito internacional. “O professor Vezzoli é uma das principais autoridades em Design para a Sustentabilidade no mundo, tendo desenvolvido diversas contribuições e caráter conceitual e metodológico, destacando-se os avanços no projeto de produtos orientados ao ciclo de vida e no projeto de Sistemas Produto-Serviço Sustentáveis”, destaca o professor Aguinaldo dos Santos – chefe do Núcleo de Design e Sustentabilidade da UFPR.

Vezzoli é o coordenador mundial da Learning Network on Sustainability (LeNS), rede que congrega atualmente cerca de 140 instituições em todo o mundo. “A LeNS desenvolve material didático em Design para a Sustentabilidade de forma colaborativa e em licença aberta, possibilitando o amplo acesso de alunos e professores a conteúdos que formam uma nova geração de designers com competências para o desenvolvimento de soluções efetivamente inovadoras e sustentáveis. Através da LeNS-Brazil foram desenvolvidos nos últimos cinco anos quatro livros e diversos conteúdos didáticos disponibilizados na plataforma “lens-brazil.org”, os quais estão integrados nas ementas de 28 instituições em todo o país”, destaca o professor Aguinaldo. (UFPR, 2021). Com Manzini e Vezzoli, é visto muito do conceito de design voltado para a inovação social.

1.6 Síntese Conclusiva

Com a Revolução Industrial e o surgimento das máquinas e fábricas de produção em série, pioneiros na busca por um design mais justo e social, Pugin, Ruskin e principalmente William Morris acabaram por incitar protestos contra a forma com que os assalariados eram tratados dentro e fora das fábricas e através de suas filosofias, manifestos e movimentos, com questionamentos de cunho político-social inspirariam arquitetos, designers e artistas das futuras gerações para o que poderia, futuramente, influenciar o design social e o conceito de Design Ativista.

Posteriormente, grandes transformações sociais e político-culturais globalmente, no entanto, devido a notável ascensão dos processos industriais, a Europa foi o centro destas reformas. Na Inglaterra, a *London Transport* tornou-se marco transformador no desenvolvimento de linhas de trem, tendo sido modelo do que tange ao conceito de Design Cidadão. Simultaneamente, na Alemanha, outro movimento buscava dignificar e dar acesso a produtos de boa qualidade a população empobrecida, a *Deutscher Werkbund*. O grupo tinha a ideologia de um design que pode ser tido como um vanguardista nos conceitos de Design Cidadão e Design para a Inovação Social.

Posteriormente à *Deutscher Werkbund*, Walter Gropius iniciou os trabalhos da *Staatliches Bauhaus*. Os ensinamentos, contributos e concepções da escola alemã propagaram-se e ajudaram na evolução de conceitos como: o Design Sustentável, o Design para a Inovação Social, o Design Cidadão, o Design Crítico, a Descolonização do Design, entre outros.

Em seguida, na segunda metade do século XX, surgiu o Neofuncionalismo, com os preceitos da “boa forma”, tendo na Alemanha sido criada a *Hochschule für Gestaltung* em Ulm. Neste contexto, temos então, como legado do século XX, uma geração de designers ativamente responsáveis que buscavam dotar o design de significado moral e social, colocando em prática seus discursos através de projetos de design emergencial, cidadão, com cunho sustentável, socialmente inovadores, visando assim, simultaneamente, contribuir teoricamente e ativamente para a formação de um design responsável até a contemporaneidade.

Capítulo 2

Movimentos Sociais no Design

Como movimento social entende-se aquilo que se refere a ação coletiva. Adornes e Jacques explanam que “em uma síntese geral com base em diferentes conceituações e correntes de pensamento relacionadas, os movimentos sociais podem ser genericamente compreendidos como coletivos que visam a organização e articulação em prol de um conjunto de interesses e valores comuns, para fins de direcionar as formas de atuação da sociedade. (ADORNES E JACQUES, 2021, pág, 637 apud MACHADO, 2007).

Mutzenberg (2011) explica que “é possível identificar um conjunto de temáticas que têm norteado as ações desses movimentos e orientado as pesquisas nessas duas últimas décadas. Alguns desses temas, muitas vezes, transcendem o campo temático específico dos movimentos sociais. Essa constelação temática pode ser identificada a partir do tópico da democracia, ao qual se agregam, por exemplo, os temas da cidadania, da cultura política/política cultural, da sociedade civil, do Estado e da identidade” (MUTZENBERG, 2011, pág. 130).

Neste capítulo serão estudados os principais movimentos sociais identificados na análise diacrônica realizada no capítulo anterior, sendo eles: Design voltado para Sustentabilidade ou Design Sustentável, Design Cidadão, Design para a Inovação Social, Design Ativista, Design Emergencial ou Design para Emergência, Design Crítico e a Descolonização do Design. Embora o estudo tenha foco no design industrial, torna-se limitante ignorar projetos de design gráfico, no momento em que as áreas partilham conhecimentos. Entretanto, buscar-se-á dar ênfase ao design industrial a fim de entender como acontece o impacto social do mesmo, relacionando consigo seus movimentos, apresentando exemplos, sempre que possível.

2.1 Design voltado para a Sustentabilidade ou Design Sustentável

Mesmo que não propositalmente, Van Helvert apresenta que nos primeiros a *Bauhaus* teve de conter gastos, reutilizar materiais e trabalhar com o pouco que tinha. A autora expõe: “Isto implicou, mesmo que não por consciência ambiental, reduzir ao mínimo a

pegada de carbono do instituto. Por um lado, o carvão era escasso, mas as considerações éticas também eram importantes. A combinação de um orçamento baixo e responsabilidade social logo levou ao princípio norteador do que hoje chamamos de sustentabilidade” (VAN HELVERT, 2016, pág. 50).

Houve a conscientização do uso total do material, evitando as perdas que foram de grande importância, tendo como exemplo o professor Josef Albers, que enfatizou a importância de eliminar desperdícios, chamando a atenção dos alunos para as formas negativas de desperdiçar os materiais, mas também para o quão positivo seria reutilizá-los. (VAN HELVERT, 2016, pág. 50).

Manzini (2008) acredita que os designers podem ser parte da solução, justamente por serem os atores sociais que, mais do que quaisquer outros, trabalham com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefactos. Continua explanando que, são precisamente tais interações, junto com as expectativas de bem-estar a elas associadas, que devem modificar-se durante a transição rumo à sustentabilidade.

De acordo com Papanek: “Se o design é sensível à ecologia, então também é revolucionário” (PAPANEK, pág. 216, 1977). O autor lapidou os primeiros conceitos por de trás da noção de Design Sustentável, visto que no início dos anos 1970 o mesmo questionava as formas de produção, consumo e desperdício para o qual a sociedade mostrava-se aliada e outros designers ignoravam. Papanek afirma que todos os sistemas - capitalismo, socialismo, economias mistas - estão baseados no pressuposto de que temos que sempre comprar mais, e consumir mais, conseqüentemente desperdiçando mais, descartando mais, até então, destruir a Terra. Conforme ele, o Design será ecologicamente responsável quando se tornar independente dos interesses do produto nacional bruto.

Segundo Pazmino (2007) o design sustentável “é um processo mais abrangente e complexo que contempla que o produto seja economicamente viável, ecologicamente correto e socialmente equitativo. O design deve satisfazer as necessidades humanas básicas de toda a sociedade. Pode incluir uma visão mais ampla de atendimento a comunidades menos favorecidas.” A autora ainda explana que “o design sustentável busca maximizar os objetivos ambientais, econômicos e o aumento do bem-estar social. Propõe um valor de responsabilidade de não prejudicar o equilíbrio ambiental atual e garantir este equilíbrio as gerações futuras” (PAZMINO, 2007, pág. 8).

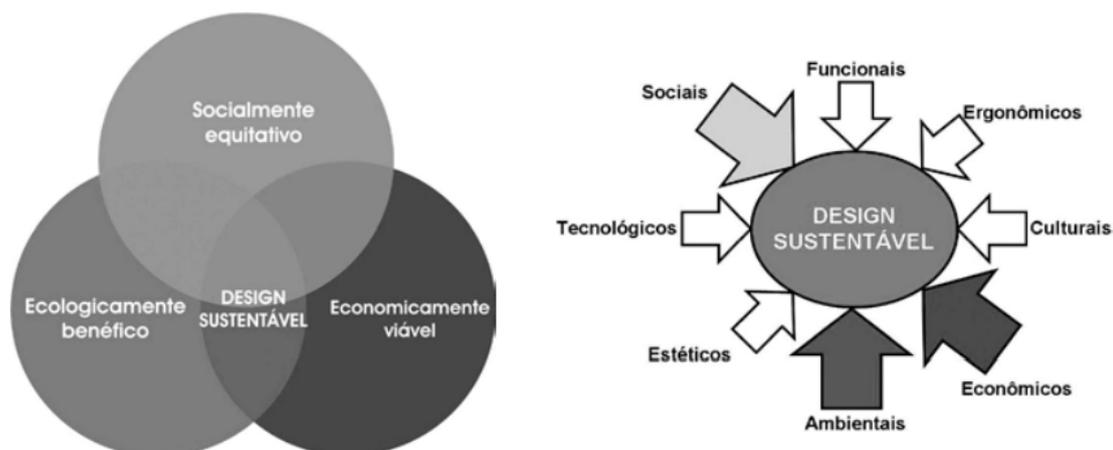


Figura 21: Infográficos Design Sustentável. Fonte: (PAZMINO, 2007, pág. 8)

É apontado por Van Helvert (2016) que os designers parecem sempre encontrar maneiras de estarem ativamente envolvidos em compromissos sociais através de projetos de design, criticando e analisando as conquistas e deficiências dos procedimentos de sua disciplina. A autora afirma que o design social e o design sustentável não são só o novo *hype*, mas fazem parte do design de longa data e história, com muitos famosos e influentes designers atuando como defensores apaixonados de um design mais social e ambientalmente responsável.

A Bauhaus tornou-se o ponto focal de novas forças criativas aceitando o desafio do progresso técnico com o reconhecimento da responsabilidade social no início do século XX, convertendo-se em oficina experimental e laboratório de um novo movimento. Na escola, os resultados dos exercícios deram origem a vários pequenos objetos que podiam ser feitos a partir de um pedaço de lenha despercebido por meio de processamento manual intensivo dos estudantes. Um exemplo disso foram os brinquedos feitos de peças padronizadas de madeira.

Alma Siedhoff-Buscher foi uma das poucas mulheres da Bauhaus a mudar da oficina de tecelagem para o departamento de escultura em madeira, onde projetou de brinquedos à móveis destinados as crianças, que foram um grande sucesso, projetos estes que incluem seu “jogo de construção de pequenos navios”, que permanece em produção até hoje. A designer alemã também ficou conhecida pelos kits de recortes e livros para colorir que projetou para a editora Verlag Otto Maier Ravensburg. (BAUHAUS, 2022).

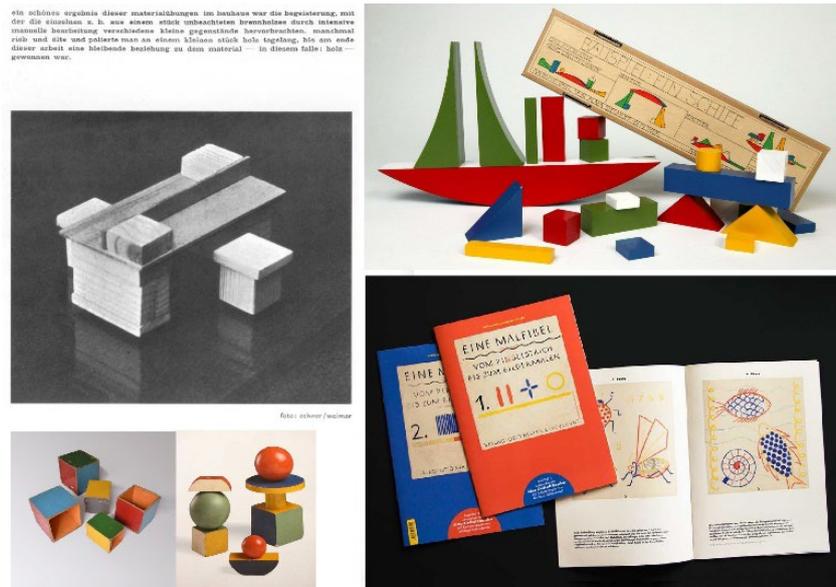


Figura 22: Compilado de imagens dos brinquedos da Bauhaus. Fonte: www.google.com/search (2022).

Na escola alemã havia necessidade de pedir sobras de tecido, fios, rendas e véus, bolsas de pérolas, couro e peles, pois a Bauhaus da época quase não tinha fundos para materiais e dificilmente tinha o mínimo de subsistência. Com esses materiais eram feitos tapeçarias, cobertores e brinquedos. Tais brinquedos eram coloridos e feitos de madeira, e quando foram para a venda, tornaram-se um sucesso, sendo extremamente rentáveis para a escola. (BAUHAUS, 2022).

Contemporaneamente, em Portugal, acontece o projeto REPLAY- Recolha e Reciclagem Criativa de Brinquedos, abrangendo cinco municípios: Évora, Lisboa, Cascais, Porto e Figueira de Castelo Rodrigo. O projeto visa a recolha e triagem de brinquedos estragados, apoiada por cidadãos, tentando a criação de um circuito de reciclagem destes objetos, havendo a transformação criativa do plástico em novos brinquedos ou objetos úteis. O REPLAY almeja promover a partilha de brinquedos e maior interação e coesão comunitária à nível local. (REPLAY, 2022).



Figura 23: Compilado de imagens do projeto REPLAY. Fonte: www.instagram.com/preciousplasticsportugal (2022).

2.2 Design Cidadão

Segundo Heller e Vienne (2003), Glaser costuma dizer que “bom design é boa cidadania”, mas indagam: “isso significa que fazer um bom design é uma obrigação indispensável para a sociedade e cultura em que os designers são cidadãos? Ou sugere que o design discursivo tem propriedades inerentes que, quando aplicadas de maneira responsável, contribuem para um bem-estar que melhora a vida de todos como cidadão?” (HELLER E VIENNE, 2003, pág. 9).

Para responder as questões os autores continuam questionando. “O que é um bom design? É retidão de forma ou perfeição estética? É concepção impecável ou usabilidade inteligente? O inverso, design ruim ou ruim é design que não funciona. Então, design ruim é cidadania ruim?” Para então darem uma resposta. “Na cara, o design ruim é simplesmente mesquinho, enquanto o bom design pressupõe que atende a muitos cidadãos. No entanto, "bondade" é subjetiva e pode-se ser um bom (ou grande) designer sem necessariamente ser um bom cidadão. Mas se o bom design (independentemente do estilo ou maneirismo) agrega valor à sociedade, seja empurrando o ambiente cultural ou mantendo o status quo em alto nível, então o design e a cidadania andam de mãos dadas” (HELLER E VIENNE, 2003, pág. 9).

De acordo com Magro Junior (2022) "a cidadania se conecta diretamente com questões políticas, que também reflete no modo de atuação dos designers, seja pelo desinteresse, seja pela despolitização. Cidadania e política são questões subestimadas ou até mesmo esquecidas no âmbito do design. Isso pode ser assimilado pelas configurações das instituições de ensino e seus currículos que pouco privilegiam esse tipo de reflexão...".

Victor Margolin afirma em "O Designer Cidadão" que "diante de todo discurso sobre a ética do design e a necessidade do designer em ser ético, devemos lembrar que os designers, na maior parte das funções nos sistemas de produção, distribuição e consumo, raramente estão no controle da situação. Tendo em vista que a ética pessoal é o ponto de partida essencial para qualquer estratégia de ação do designer, estes profissionais devem frequentemente agir dentro de esferas de poder cujos parâmetros são determinados por outrem" (MARGOLIN, 2006, pág. 145).

Margolin vê três possibilidades de o designer introduzir seu talento para a cultura:

"A primeira é por meio do design, que é, fazendo coisas. A segunda é por meio de uma articulação crítica acerca das condições culturais que elucidam o efeito do design na sociedade. E a terceira possibilidade é por meio da condução de um engajamento político. Muito do poder que afeta todas as formas do design está nas mãos erradas e apenas pode ser considerado como um pensamento coerente por meio de estratégias de ação" (MARGOLIN, 2006, pág. 150).

Atualmente acontece em Barcelona a conferência *Citizen Designer*, por Luis Eslava Aloy, que pretende retratar as regras estabelecidas pela sociedade e a consequente responsabilidade do designer enquanto cidadão, repensando o impacto daquilo que propõe e projeta. Luis Eslava é professor na ELISAVA e é designer com vasta experiência na criação de espaços efêmeros e stands para marcas, apresentando na ESAD a conferência em questão que busca mostrar um retrato do papel do designer enquanto cidadão.

2.3 Design para a Inovação Social

Em Design para a Inovação Social e Sustentabilidade, Manzini apresenta que segundo a Young Foundation (2006) “as inovações sociais, assim como todos os processos de inovação, emergem, amadurecem e se difundem em uma “curva S”: de ideias novas em folha passam a soluções maduras e, finalmente, a soluções implementadas (MANZINI, 2008, pág. 78). Para Manzini “falarmos de design para a inovação social é, mais ou menos, equivalente a falarmos de pesquisa em design para a inovação” (MANZINI, 2008, pág. 98).

O autor explica que “o termo inovação social refere-se a mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais “de baixo para cima” em vez daqueles “de cima para baixo” (MANZINI, 2008, pág. 98).

Dentro do design, Manzini explica que a inovação social acontece na forma de atividades que podemos denominar – nas palavras do autor – “colaborativas”. Exemplos de design para a inovação social são: “modos de vida em comum nos quais espaços e serviços são compartilhados (como *co-housing*); atividades de produção baseadas nas habilidades e recursos de uma localidade específica, mas que se articulam com as mais amplas redes globais (como acontece com alguns produtos típicos locais); uma variedade de iniciativas relativas à alimentação natural e saudável (desde o movimento internacional do *Slow Food* até a difusão, em muitas cidades, de uma nova geração de *farmers market*, ou seja, “mercados de produtores”); serviços auto-organizados, como microberçários ou microcreches (espaços de recreação e cuidados infantis que funcionam por iniciativa dos próprios pais) e lares compartilhados (onde jovens e idosos moram juntos, ajudando-se mutuamente); sistemas de transporte alternativos (do *car sharing* e do *carpooling* à redescoberta da bicicleta); redes que unem de modo direto e ético produtores e consumidores (como as atividades do comércio justo)...” (MANZINI, 2008, pág. 62) entre outros.



Figura 24: Compilado de imagens do projeto A.MORADA. Fonte: [instagram.com/amorada.lar](https://www.instagram.com/amorada.lar) (2022).



Figura 25: Imagens com informações do projeto A.MORADA. Fonte: Élin Godóis (2022).

Atualmente, no interior do estado do Rio Grande do Sul, no Brasil, a designer têxtil e ilustradora Élin Godóis abriga em sua casa pequenos projetos direcionados para pessoas

do bairro que frequentam o espaço, numa relação de vizinhança e amizade. Élin acredita que a expansão do projeto possa auxiliar nas conexões entre as pessoas e ensinar muitas coisas para ela mesma e para quem está disposto a trocar experiências participando do projeto. A iniciativa teve origem depois de a designer resolver construir a própria casa, em um terreno de 12x25 m², em uma área não urbanizada da cidade. A ideia inicial era construir uma casa-container, porém, ao ver o bairro necessitado, com uma urbanização precária, sem recursos hídricos, elétricos e de saneamento básico, sem transportes públicos na região e com uma comunidade carente de tais recursos, a designer resolveu valer-se de suas faculdades para o bem social.

Inicialmente a preocupação maior era providenciar os recursos básicos para a mesma viver confortavelmente em sua casa, porém com o tempo, sua atenção voltou-se para a comunidade. Logo, a designer, com os restos de materiais da construção, confeccionou placas de sinalização para o bairro – as ruas já tinham nomes registrados na prefeitura, porém não estavam identificados em placas – sendo que a própria instalou-as em postes; notando a dificuldade de ir ao mercado mais próximo ou até a primeira parada de ônibus, mobilizou uma arrecadação de fundos para a compra de bicicletas comunitárias onde todos do bairro tiveram acesso a tais meios de locomoção; com suas iniciativas, a comunidade local – em sua maioria famílias com pouco ou muito pouco recurso financeiro – agradeceu a designer oferecendo-lhe mudas de plantas ornamentais, ervas medicinais, vegetais e leguminosas, o que deu a ideia de a designer criar uma horta (que posteriormente viraria o projeto “quintalão”); e também as crianças da comunidade ao verem as atividades e propostas criativas de Élin, começaram a frequentar a casa da mesma, em busca de referências e informações acerca de tudo que a designer produzia. Atualmente, devido ao grande impacto social promovido, muitas marcas e organizações apoiam o projeto. A designer, regularmente, promove arrecadações de fundos para a melhoria da estrutura do espaço, bairro e arredores. A comunidade vê na designer um exemplo de responsabilidade social, fonte de conhecimento artístico e cultural, assim como acreditam que o projeto vá contribuir cada vez mais para a melhoria das condições de vida local.

2.4 Design Ativista

No primeiro capítulo desta dissertação, foi visto que, pioneiros na busca por um design mais justo e social, Augustus Pugin, John Ruskin e William Morris acabaram por incitar,

através de suas filosofias, manifestos e movimentos, questionamentos de cunho político-social que inspirariam arquitetos, designers e artistas das futuras gerações.

Para Magro Junior (2022) "na atualidade, o termo "ativismo" está comumente vinculado às lutas e ações de bem-estar coletivo, social, ambiental, sobre grupos, sujeitos, nos âmbitos privados e coletivos", explanando ainda que "por ativismo entende-se a defesa de diversos pontos de vista resultantes dos embates entre mudanças de ordem social".

Fuad-Luke (2009) define *design activism* como "o pensamento, a imaginação e a prática de design aplicada de forma intencional ou não intencional para criar uma contra narrativa direcionada a gerar e balancear positivamente mudanças sociais, institucionais, ambientais e/ou econômicas" (Fuad-Luke, 2009, pág. 27).

Em "Design Ativismo ou Design Ativista", Prado (2021) esclarece que o sufixo -ismo, do ativismo, aponta para a coletividade, indicando que sua adição é utilizada para a identificação de grupos e que o termo "ativista", no que lhe concerne, tem como primeira definição que é "relativo a ativismo". A pesquisadora elucida que tanto os demais sentidos apresentados da palavra, quanto com relação ao uso do sufixo -ista, de ativista, são aplicáveis à designação de sujeitos que atuam em alguma causa ou praticam alguma atividade. Logo, Prado justifica que o uso do termo design ativista pode sugerir uma responsabilidade bastante individual, atribuída ao praticante, neste caso, o designer; enquanto o termo design ativismo evoca práticas comuns de um grupo direcionado à uma área de atuação e campo de conhecimento.

De acordo com Thorpe (2011) existem quatro critérios que definem o design como ativismo. O design ativista: "revela publicamente ou enquadra um problema ou questão desafiadora"; "faz uma reivindicação contenciosa de mudança - exige mudança - com base nesse problema ou questão"; "trabalha em nome de um grupo negligenciado, excluído ou desfavorecido"; "atrapalha práticas rotineiras, ou sistemas de autoridade, o que lhe confere a característica de ser não convencionais ou não ortodoxos — fora dos canais tradicionais de mudança" (THORPE, 2011 pág. 6).

Um exemplo de design ativista aconteceu em maio de 1968 na Escola de Belas Artes de Paris, onde estudantes e professores assumiram o estúdio de litografia e fundaram o *Atelier Populaire* (Oficina Popular). Estudantes de arte, pintores de fora da universidade e trabalhadores grevistas decidiram ocupar permanentemente a escola de arte para produzir cartazes físicos. Os cartazes produzidos pelo coletivo foram armas a serviço da

luta e dela fazem parte indissociável, ou seja, seu lugar de direito eram nos centros de conflito. Usá-los para fins decorativos, exibi-los em lugares de cultura burguesa ou considerá-los como objetos de interesse estético era considerado prejudicar sua função e seu efeito. Os cartazes foram vistos nas barricadas, transportados em manifestações e afixados em paredes por toda a França. Suas mensagens ousadas e provocativas foram extremamente influentes e ainda ressoam na contemporaneidade. Os cartazes do *Atelier Populaire* foram desenhados e impressos anonimamente e distribuídos gratuitamente. O corpo docente e discente da Escola de Belas Artes de Paris, atualmente, mantém os cartazes produzidos pelos ativistas. (ARTEUTIL, 2022).



Figura 26: Compilado de cartazes e fotografias do manifesto francês. Fonte: www.google.com/search (2022).

Magro Junior, Souza e Guimarães (2020) apresentam que com o século XXI, percebe-se a necessidade crescente dos designers atentarem-se ao pensamento e ação voltados ao que tange o social, o político e a cidadania. Os autores relatam que apesar de notas politizadas serem encontradas na história do design junto de um idealismo social, vê-se que poucos são os resultados efetivos dessas práticas e metodologias. Para eles, na contemporaneidade, tem-se a retomada desse questionamento, com a ampliação das questões e novas propostas de atuação, sendo que o design tem papel chave nesse processo de transformação e desenho da sociedade. De acordo com os pesquisadores:

“O design contemporâneo se manifesta a partir da associação com outras áreas do conhecimento, propondo a produção do pensamento e ação que responda às

necessidades do tempo presente. O ensino do design, deve estar atento às novas configurações e possibilidades na formação dos jovens designers, combinando suas capacidades projetuais do entendimento de outros conceitos, como geografia cultural, política, antropologia, bem como ecologia, filosofia e ética, que devem ser parte integrante desta formação. A contemporaneidade necessita da ampliação dos conhecimentos para relações que carecem de níveis profundos de entendimento e consciência, relacionados às dificuldades que constituem a realidade” (MAGRO JUNIOR, SOUSA E GUIMARÃES, p. 10, 2020).

Na atualidade, no Brasil, com duzentos e trinta e um mil seguidores na rede social *Instagram*, a plataforma de informação político-social “Design Ativista”, que tem como lema “o Design a favor do que você acredita”, utiliza responsabilmente de ferramentas técnicas de comunicação visual de inúmeros designers e artistas visuais a fim de dar voz às lutas e questões sociais. Em um texto de um dos responsáveis pelo “Design Ativista”, o designer Fábio Martins explica como ser ativista no Brasil na contemporaneidade “fascista à brasileira”. Martins indaga: “o que podem fazer aqueles que, entusiastas do ativismo através do design, não querem fazer design?” - referindo-se à população em geral, quem não é designer, artista, ou ativista – para posteriormente apresentar algumas sugestões de como agir. Sendo elas:

Nas redes: " 1 – Seguir a #designativista no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*. 2 – Engajar com as publicações é fundamental e o algoritmo do *Instagram* compreende que o *like*, o comentário e o salvar indicam que a publicação é relevante (isso vale para os designers também, ok? Nem tudo é só sobre as suas peças). 3 – Compartilhar também faz com que as imagens que você queira ver no mundo alcancem outras pessoas; vale utilizar aplicativos de repostagem, baixar a imagem e publicá-la em outras redes e fazê-la chegar ao *WhatsApp* e ao *Telegram*. 4 – Crie uma conta de *Instagram* para você postar as imagens dos seus designers prediletos; dê um nome criativo, utilize apps de repostagem e não deixe de utilizar as *hashtags*” (MARTINS, MIDIANINJA, 2022).

Em manifestações e em intervenções públicas: “1- Imprima as imagens que você quer ver no mundo e as leve para a manifestação de rua, cole em sua bolsa, faça *stickers*, aproprie-se das imagens para fazê-las chegar mais longe. 2- Intervenções artísticas, colagem de lambes e projeções são sempre bem-vindas e possuem, apesar de certa falta de controle, alguma possibilidade de impacto em longo prazo. 3- Camisetas também são uma boa e clássica possibilidade para quem quer se manifestar sem dizer nada” (MARTINS, MIDIANINJA, 2022).



Figura 27: Compilado de publicações de “Design Ativista”. Fonte: [instagram.com/designativista](https://www.instagram.com/designativista) (2022).

Para Martins (2022) "se estamos lidando com a ocupação dos espaços e do imaginário em meio uma verdadeira guerra simbólica, cabe-nos, na batalha de trincheiras, imaginar um novo futuro. Cabe-nos ganhar o campo, semear nossas ideias através de imagens. E se nem todos nós somos produtores, a polinização é a digna tarefa que responde às necessidades urgentes de fazer ideias irem mais longe" (MARTINS, MIDIANINJA, 2022).

2.5 Design Emergencial ou design para a emergência

O design emergencial ou design para emergência, em inglês *design for emergency*, não aparece em demasiados estudos, e quando aparece, trata de assuntos relacionados ao design voltado à medicina. Aqui, será abordado o design de produtos e o design gráfico e comunicativo em favor do design emergencial. Como um tipo de emergência dentro do design, podemos colocar as situações de desastres, como uma pandemia de estatura global. Servirão de exemplos duas iniciativas que surgiram no começo da pandemia do COVID-19, sendo elas o Covidesigners e o Design Emergency.

Segundo a UNISDR (*United Nations International Strategy for Disaster Reduction Secretariat Terminology on Disaster Risk Reduction* em tradução livre “Terminologia da Estratégia Internacional das Nações Unidas para a Redução de Desastres”), situações de emergência envolvem tanto a preparação, a resposta e as etapas de recuperação iniciais. Neste sentido, o gerenciamento das responsabilidades e dos recursos necessários ao imediato atendimento é parte fundamental das ações para responder ao desastre e evitar que se torne ainda mais grave. UNISDR traz a seguinte definição:

“Uma crise ou emergência é uma condição ameaçadora que requer uma ação urgente. Medidas de emergência eficazes podem evitar o escalonamento de um evento em um desastre. Gerenciamento de emergência envolve planos e arranjos institucionais para envolver e orientar os esforços do governo, não-governamentais, agências voluntárias e privadas de forma abrangente e coordenada para responder a todo o espectro de necessidades emergenciais” (UNISDR Terminology on Disaster Risk Reduction, 2009).

No manifesto Covidesigners, designers independentes iniciaram um apelo para que a população permanecesse em casa e para que respeitasse o isolamento social como medida de combate ao Covid-19, alertando as pessoas à higienizarem as mãos, assim como mensagens de apelo sentimental e motivacional. As artes gráficas foram expostas na rede social *Instagram*, apresentando diferentes estilos e apelo visual. Os designers comunicaram mensagens inseridas em um contexto de crise, buscando contribuir de forma espontânea nesta causa de interesse social. Os materiais foram disponibilizados de forma digital, através da plataforma já citada. Posteriormente, houve arrecadação financeira para a impressão dos cartazes. Em pouco mais de três meses de projeto, o perfil na rede social *Instagram* do Covidesigners constava com cerca de nove mil e quinhentos seguidores, e mais de trezentos designers participantes. Os materiais, atualmente, encontram-se expostos na plataforma. (CAMARGO, 2021, pág. 81).

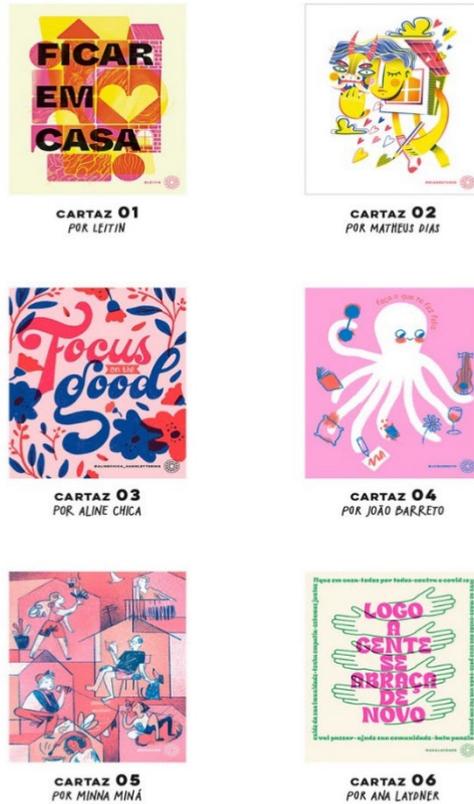


Figura 28: Compilado de cartazes do projeto Covidesigners. Fonte: evoe.cc/covidesigners

De acordo com o site Designboom (2022), o Design Emergency de Paolla Antonelli e Alice Rawnsthorh concentrou-se inicialmente como uma resposta do design ao COVID-19. Posteriormente, o que começou com um movimento de resposta emergencial, transformou-se na ideia de um livro com foco no futuro e como podemos redesenhar radicalmente e reconstruir vidas pós-pandemia. As autoras tratam o processo como ferramenta social, política e ecológica que aborda a emergência climática, a crise de refugiados, a crescente desigualdade, entre outras questões. É ainda ressaltado que, com o auxílio dos avanços da ciência e da tecnologia, as mentes criativas humanas são capazes de conceber novas soluções de design para os desafios no nosso tempo.



Figura 29: Compilado de imagens do projeto Design Emergency. Fonte: [instagram.com/design.emergency](https://www.instagram.com/design.emergency)

É explanado que para os cofundadores do projeto, a pandemia atuou como um potencial divisor de águas para a inovação, no momento que acabou por transformar atitudes públicas e políticas em relação ao design a fim de capacitá-las a enfrentar esses desafios complexos. O livro deu a eles a chance de mostrar a natureza multifacetada do design para um público amplo. Design Emergency conta as histórias de maravilhosos de designers, arquitetos, engenheiros, artistas, cientistas e ativistas de diferentes partes do planeta cuja visão e inovação dão esperança para o futuro. (DESIGNBOOM, 2022).

O Designboom declara que a missão de Rawsthorn e Antonelli analisa o potencial de uma recuperação e reinicialização pós-Covid. O Design Emergency continua nesse espírito, pronto para responder a cada nova emergência que surgir. Não é apenas celebrar o design, mas também o redefinir, fornecendo soluções de problemas improvisadas. Segundo as autoras, o Design Emergency não envolve apenas designers; ainda assim, convida uma ampla gama de pessoas, incluindo diferentes tipos de especialistas, que estão na vanguarda das mudanças positivas em todo o mundo.



Figura 30: Compilado de imagens do projeto Design Emergency. Fonte: [instagram.com/design.emergency](https://www.instagram.com/design.emergency)

De acordo com Rawsthorn (2022) “sempre que surgem novas emergências, como a guerra na Ucrânia, por exemplo, fizemos uma entrevista com Slava Balbek, o arquiteto

ucraniano que tem estado muito na vanguarda do esforço de ajuda ao projeto”. “Nós duas somos pessoas muito curiosas. – referindo-se a Antontelli - E é por isso que amamos design. É meio que nosso passaporte para investigar qualquer interesse, e o Design Emergency tem sido outra maneira ao lado de nosso outro trabalho de fazer isso. Então tem sido muito divertido. Quando parar de ser divertido, vamos parar de fazer” (DESIGNBOOM, 2022).



Figura 31: Compilado de imagens do projeto Design Emergency. Fonte: [instagram.com/design.emergency](https://www.instagram.com/design.emergency)

Paula Antonelli (2022) afirma que “há sempre uma emergência de design porque o design é sobre a vida. E estamos cercados de emergências, grandes e pequenas, locais e globais”. (DESIGN, 2022). Assim como disse a autora, design é vida e sendo assim, sempre há algo a ser feito por ela, continuamente os designers devem pensar em benefício da sociedade, repensar o passado, projetar para o presente e especular o que haverá de ser para o futuro.

2.6 Design Crítico

Anthony Dunne e Fiona Raby iniciam o terceiro capítulo de “Speculative Design” referindo-se a respeito do design conceitual da seguinte forma:

“Uma vez que aceitamos que o design conceitual é mais do que uma opção de estilo, propaganda, ou autopromoção de designers, que usos pode ter? Lá há muitas possibilidades – design socialmente engajado para aumentar a conscientização; sátira e crítica; inspiração, reflexão, entretenimento intelectual; explorações estéticas; especulação sobre possíveis futuros; e como catalisador para mudança. Para nós, um dos usos mais interessantes do projeto conceitual é como forma de crítica” (DUNNE, RABY, 2013, pág. 33).

O termo Design Crítico foi usado pela primeira vez por Anthony Dunne no livro “*Hertzian Tales*” de 1999 e depois em “*Design Noir: The Secret Life Of Eletronic Objects*” de 2001. Neste último, Dunne e Raby afirmam que “o design crítico, ou o design que faz

perguntas cuidadosamente elaboradas e as pessoas pensam, é tão difícil e tão importante quanto o design que resolve problemas ou encontra respostas.” A respeito do que é quais os objetivos do design crítico, os autores afirmam que

“É preciso fazer perguntas sobre o que realmente precisamos, sobre como os momentos poéticos podem se entrelaçar com o cotidiano e não se separar dele. Atualmente, esse tipo de projeto é negligenciado e considerado secundário. Hoje, o principal objetivo do design ainda é fornecer novos produtos – menores, mais rápidos, diferentes, melhores. O design crítico está relacionado à alta-costura, carros-conceito, propaganda de design e visões do futuro, mas seu propósito não é apresentar o sonho da indústria, atrair novos negócios, antecipar novas tendências ou testar o mercado. Seu objetivo é estimular a discussão e o debate entre designers, indústria e público sobre a qualidade estética de nossa existência mediada eletronicamente. Difere também do design experimental, que busca estender o meio, estendendo-o em nome do progresso e da novidade estética. O design crítico toma como seu meio valores sociais, psicológicos, culturais, técnicos e econômicos, em um esforço para empurrar os limites da experiência vivida e não o meio. Sempre foi assim na arquitetura, mas o design está lutando para atingir esse nível de maturidade intelectual” (DUNNE, RABY, 2001, pág. 58).

A lista chamada pelos autores de A/B, uma espécie de manifesto, foi o início do livro “Speculative Design”. Nesta lista é encontrado o design como comumente é percebido (A) em comparação ao design que os autores encontram-se fazendo (B). É explicado que B não se destinava a substituir A, apenas objetivava adicionar outra dimensão, algo a contrastar e fomentar a discussão. Na lista A aparece o design como o conhecemos. A lista B mostra o design crítico, o que ele confronta, como se orienta e funciona. Propõe-se então a mudança de mentalidade de um design afirmativo, algo que já está afirmado como o que é certo, para um pensamento alternativo, os autores afirmam que o design crítico é uma atitude, uma posição e não um método. Como atitude, o design crítico deve ser uma maneira útil de tornar o design mais visível e suscetível ao debate. Seu objetivo vai além da inovação para a provocação social, no sentido da mudança de mentalidades.

(a)	(b)
affirmative	critical
problem solving	problem finding
design as process	design as medium
provides answers	asks questions
in the service of industry	in the service of society
for how the world is	for how the world could be
science fiction	social fiction
futures	parallel worlds
fictional functions	functional fictions
change the world to suit us	change us to suit the world
narratives of production	narratives of consumption
anti-art	applied art
research for design	research through design
applications	implications
design for production	design for debate
fun	satire
concept design	conceptual design
consumer	citizen
user	person
training	education
makes us buy	makes us think
innovation	provocation
ergonomics	rhetoric

Figura 32: Manifesto A/B de Dunne e Raby. Fonte: Speculative Design (2013).

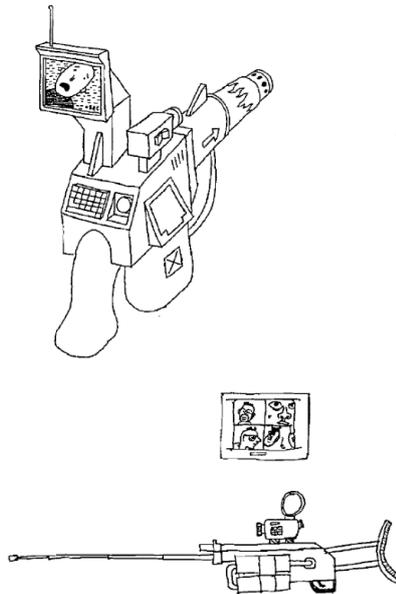


Figura 33: Acima arma desenhada por Tom Gauld, abaixo arma desenhada por Alex Rich. Fonte: Design Noir (2001).

Dunne e Raby afirmam que “o design crítico pede emprestados muitos dos métodos e abordagens da arte, mas apenas isto, e esperam que a arte seja chocante e extrema, explicando que o projeto crítico precisa estar mais próximo do cotidiano; é aí que reside o seu poder de perturbar.” Os autores ainda declaram que “um design crítico deve ser exigente, desafiador e, se for para conscientizar, que faça por questões que ainda não são

bem conhecidas, pois ideias seguras não irão permanecer na mente das pessoas ou desafiar os pontos de vista predominantes, todavia se forem muito estranhas, serão descartadas como arte e, se forem muito normais, serão sem esforço assimiladas. Se forem rotuladas como arte serão mais fáceis de lidar, mas se permanecerem design, serão perturbadoras; o que sugere que a vida cotidiana como a conhecemos poderia ser diferente, que as coisas poderiam mudar.”

O design crítico como atitude é significativo para que o design assimile as transformações sociais e se mantenha relevante frente às complexas mudanças econômicas, ambientais, tecnológicas, político-sociais que enfrentamos na contemporaneidade. Vê-se aqui um design que não apenas faculta e dá respostas, mas questiona e se coloca junto à sociedade. Temos no design crítico um design voltado para o debate, um design focado nas pessoas, focado em fazer pensar. Muito disto pode ser visto em outros movimentos contemporâneos, sendo um destes a descolonização do design, que busca a partir do debate e troca de ideias, desconstruir noções ultrapassadas.

2.7 Descolonização do Design

Mareis e Paim apresentam perspectivas a respeito da descolonização do design no momento em que expõe a colocação de que “nos últimos anos tem havido um interesse claro e crescente nas humanidades nas ideias e metodologias dos movimentos descoloniais.” As autoras ainda acrescentam que “um aspecto-chave deste problema reside no inevitável fato de que as universidades, particularmente aquelas situadas no Hemisfério Norte, não são, e nunca foram, lugares que favorecem a descolonização estrutural e, de fato, ..., estas universidades e estes circuitos são locais-chave para a concentração e reprodução do poder colonial fora da academia.” (MAREIS E PAIM, 2020, pág. 155,).

Segundo Oliveira (2020) “a descolonização do design é o questionamento, mas principalmente a desconstrução, do pensamento anglocêntrico e eurocêntrico quando se trata da prática e do design em si.” Pedro Oliveira é pesquisador da área e um dos fundadores do *Decolonising Design*, plataforma com pesquisas, palestras, debates e demais trabalhos acadêmicos de um grupo de pesquisadores do design social.

É explanado ainda que tendo o design origem na revolução e produção industrial onde os principais centros foram a Europa e os Estados Unidos da América acabou sendo

colocado todo o tipo de prática pré-formal como “artesanato” ou “vernacular”, ignorando que o princípio de design enquanto atividade humana - isto é, qualquer modo de atuação que modifica o mundo para atender um objetivo funcional ou estético - precede esse marco espacial e temporal. Isso, segundo Oliveira, sem entrar na ideia de pensamento e prática pré-colonial dos povos originários das Américas, que segundo ele, é uma discussão ainda mais complexa. (OLIVEIRA, UX Design Brasil, 2020).

Em entrevista ao UX Design Brasil, o pesquisador traz dois exemplos do que pode ser entendido como design colonial. Nas palavras de Pedro Oliveira: “Ou então como designers tendem a pensar em soluções pontuais e paliativas para problemas complexos, por vezes normalizando ou ignorando os problemas sistêmicos gerados pelos seus próprios designs. Por exemplo: Ao invés de questionar a existência de um muro separando dois países (o que levaria a uma conversa mais profunda sobre a ideia de fronteiras), designers se preocupam em “projetar um muro mais amigável.” Ao invés de pensar no encarceramento em massa da população negra, designers se preocupam em “prisões mais humanas”. Sem contar todo o lixo tecnológico tido como “de luxo” no qual, inevitavelmente, a produção escoia para países da América Latina, África ou Ásia.”

Estes são exemplos gerais e um pouco pontuais, mas que Oliveira acredita que abrem espaço para um questionamento profundo “do que o design se propõe a ser” versus “o que realmente é - um braço direto do capitalismo, responsável pela manutenção da desigualdade.” Pedro Oliveira afirma qual deve ser o primeiro passo para os designers pensarem a descolonização no design:

“o capitalismo nos ensinou a separar o trabalho do ser, e eu acredito que olhar para estas duas facetas da vida como intrinsecamente conectadas é um ótimo primeiro passo. E focar em gestos menores, nas pequenas atitudes que podemos inserir e mudar no nosso convívio com outros que nos ajudem a criar futuros mais plausíveis para todos” (Pedro Oliveira em entrevista ao UX Design Brasil, 2020).

Forlano, Steenson e Ananny explicam que “descolonizar o design significa deixar muito da Bauhaus para trás, uma recentralização radical da estética, forma e materiais em lógicas culturais que estiveram fora do universo do design desde o início.” Segundo elas “não haverá design descolonizado até que o nativo, o indígena, o alienígena remodele a ideologia e a produção do design.” Posteriormente indicando que “se serve de consolo, a antropologia percebeu isso há muito tempo, mas que o design ainda não se atentou a este problema, então não é como se fosse esperado uma mudança massiva tão cedo” (FORLANO, STEENSON E ANANNY, 2019, pág. 91).

Na obra ainda é afirmado que em "conversas recentes sobre a descolonização do design e práticas feministas de design, bem como justiça social e a concepção emergente de justiça de design contribuem para a crescente conscientização da necessidade de relatos mais críticos do legado da Bauhaus, bem como repensar modos existentes de produção de conhecimento e prática criativa no campo do design" (FORLANO, STEENSON E ANANNY, 2019, pág. 21).

2.8 Síntese Conclusiva

A dimensão social do design divide-se em diversos conceitos com abordagens diversas, entretanto o propósito é um só: transformar o mundo em um lugar mais íntegro onde a sociedade viva com dignidade, levando em consideração que os designers devam cumprir seu papel de maneira ética e distinta de acordo com o que condiz as condutas e responsabilidades de sua profissão.

O Design voltado para a Sustentabilidade relaciona-se com a responsabilidade social dos designers e o impacto que as atitudes e práticas profissionais geram para as pessoas e o meio-ambiente. Como Van Helvert diz "design social e design sustentável não são um novo *hype*", o que se faz entender que o tema e muito menos a expressão são novas, todavia é um conceito que está em constante evolução, reformulando-se e renovando-se a medida que a sociedade e o mundo desenvolvem-se.

O Design Cidadão tem a ver com a relação da atividade profissional com a conduta pessoal dos designers, um bom designer é um bom cidadão, no momento em que um projeto bem realizado agrega para com a sociedade.

O Design Ativista questiona, amplia questionamentos e gera novas ideias de atuação, a fim de transformar e conceber uma transformada e revolucionada sociedade. É de responsabilidade dos designers a atuação ativista, no momento em que seus projetos, sejam eles imagens ou produtos, influenciam a sociedade, que por sua vez, estará adquirindo produtos impregnados de um design simbólico, ou não. O Design Emergencial ou Design para a Emergência acredita que sempre haverá emergências no momento em que o design é sobre a vida, e a vida está em constante mudança o que naturalmente trará alterações, sejam elas boas ou más, pequenas ou grandes, locais ou globais. Se o design é sobre a vida, há sempre algo que os designers podem fazer nos momentos de emergência.

O Design Crítico questiona e se coloca junto à sociedade, debate, foca no pensar e faz com que a sociedade pense. Um designer deve ter um posicionamento crítico tomando atitudes socialmente transformadoras, conduzindo o design rumo aos progressos tecnológicos, sociopolíticos e econômicos. O Design Crítico é exigente e desafiador porque conscientiza e faz assimilar.

A Descolonização do Design questiona práticas do design em si, principalmente tratando-se do que foi feito na Europa e nos Estados Unidos da América. O tema vem ganhado grande relevância nas academias, sendo o tópico gerador de fortes polêmicas. Para o designer contemporâneo, a conscientização e o estudo do tema são de extrema importância, no momento em que o debate é válido e significativo, pois precisa-se não apenas descolonizar estéticas, padrões e questões étnicas dentro do design, mas também conceitos, pensamentos e ideias.

Os tópicos estudados foram investigados em sua amplitude dentro do design como um todo, e não apenas dentro do design industrial. Dentro do design industrial, especificamente, acredito que estes conceitos devem ser aplicados de forma inteligente e estratégica, responsabilmente, por designers autônomos, em estúdios, fábricas e até na grande indústria, para que cada vez mais, gradativamente, as práticas sociais ganhem força e sejam transmitidas efetivamente ao corpo social.

Capítulo 3

Design Social e a Responsabilidade Social dos Designers

Quando pensamos em design, automaticamente nos vem em mente a ideia de um projeto, um projeto desenvolvido para beneficiar a sociedade, suprimir necessidades, resolver problemas. John Heskett (2005) explica que o design é uma das particularidades primordiais do que é um ser humano, ao mesmo tempo em que é algo que melhora a qualidade de vida das pessoas. Todavia, estariam alguns designers pensando seus projetos apenas para o lucro das indústrias e não para as reais necessidades das pessoas? O design tal qual vemos hoje, visa suprir as demandas sociais ou apenas alimenta o mercado com mais produtos?

Mário Moura (2018) questiona: “Hoje, o design social é um subgênero do design, o que levanta questões: se no design há uma área de especialização em assuntos sociais, então o restante do design não tem implicações sociais?” Neste capítulo será realizado um estudo do que é o design social, porque debater design social e o que deve ser entendido por responsabilidade social neste meio.

Para Marcelo Vianna Lacerda de Almeida (2018), as definições de design social existentes parecem determinar um modo diferenciado de se praticar design ou de o designer se posicionar perante a sua atividade profissional. Almeida explica que

“Percebemos na primeira definição, que o termo design social traduz uma ideia genérica, a qual abrange aspectos sociais, culturais, econômicos, ecológicos, bem como a consideração pelos desejos e necessidades da sociedade, fazendo com que tal definição não seja distinta da designação básica de design enquanto atividade projetual. De outro lado, já podemos aí entrever um entendimento apenas coloquial do que é o social, na medida em que se distingue a categoria “social” das demais categorias “cultural” e “econômico”, como se estas também não constituíssem o complexo social. Na segunda definição, além de essas mesmas categorias estarem apartadas entre si, já se distingue de forma mais clara como a compreensão do campo do design acerca do que é o social advém de tópicos vulgarmente conhecidos como “sociais”: a carência de recursos financeiros de comunidades; a exclusão dos indivíduos detentores de alguma deficiência; a despreocupação com os aspectos ecológicos na produção de bens de consumo; e a marginalização das características culturais pertencentes a diversos grupos da sociedade” (ALMEIDA, 2018, pág. 3).

Bianca Martins e Edna Lima colocam que:

“Design social é uma abordagem de projeto que implica tanto metodologias participativas como motivações projetais e consequências sociais do processo de

design. É possível afirmar ainda que o design social também promove valores como sustentabilidade e desenvolvimento sociocultural” (LIMA e MARTINS apud BRAGA, 2011, pág. 115).

O termo “social” diz respeito a sociedade ou membros de uma sociedade que se correlacionam. De acordo com o Michael Erlhoff e Tim Marshall, em seu “Design Dictionary” publicado em 2008, a palavra “social” dentro do Design esta ligada à sociedade que influencia os designers, aos processos de design e objetos projetados por estes, sendo que o termo está vinculado também com o estabelecer de um contexto que estimula repetidamente mudanças nas direções do design. Ainda é dito que “somente quando os parâmetros sociais forem compreendidos - através de teoria, ciência e prática - poder-se-á empregar de forma deliberada o planejamento e o design, não apenas para interpretar e comentar sobre a sociedade, mas também para influenciá-la - no melhor sentido” (ERLHOFF e MARSHALL, 2008, pág. 366).

Na obra ainda é encontrado que o design reflete a sociedade em todas as suas facetas e formas, e que os designers deveriam assumir posições - responsabilidades - pelos estados mentais dos consumidores, incluindo ansiedade, indiferença e euforia, problemas e desejos relativos a grupos sociais. Isto porque, para os autores, eles (os designers) planejam e elaboram interpretações da sociedade na forma de produtos, mídias e sistemas triviais ou engenhosos, portando-lhes funções e significados. Vale ressaltar que Erlhoff e Marshall pensam que “os designers não atuam de forma autônoma nesse processo, mas como parte de uma sociedade, sujeita às suas influências”. Continuam afirmando que os “objetos projetados são mensagens sociais. A variedade única de produtos que existem hoje expressam sociedades que estão cada vez mais organizadas para a individualidade e o consumo, e repletas de ideologias contraditórias e antinomias sociais” (ERLHOFF e MARSHALL, 2008, pág. 366).

Adiante, na mesma obra, é contextualizado que “o conceito de ordem social é baseado em categorizações sociais com base em certas identificações como idade, sexo, classe, etnia, origem e orientação sexual. As hierarquias inerentes a tais classificações são evidentes nas formas em que os projetos são criados, comercializados e consumidos por e para as comunidades que os compõem” (ERLHOFF e MARSHALL, 2008, pág. 367).

Debater o Design Social é o mesmo que debater sobre a sociedade, o cotidiano e as relações sociais. Em tempos cada vez mais complexos, com a deterioração da saúde mental da população, das questões ambientais, crises políticas, protestos sociais, entre

outros fatores que geram alarme, se faz cada vez mais necessário pensar o papel social do profissional designer.

De acordo com Josélia Pedro (2016), contemporaneamente, temáticas associadas ao Design Social estão em evidência nas academias, influenciando a concepção do design e sua prática, estando presentes nas políticas internacionais. A autora explica que depois da Declaração do Direito ao Desenvolvimento (ONU, 1986), durante os anos noventa do século XX, os discursos e preocupações das organizações internacionais expressaram com clareza a importância da dimensão social e humana no desenvolvimento sustentável, baseando na extinção da pobreza e nos direitos à igualdade social e de recursos, a plenitude do conceito de sustentabilidade no desenvolvimento.

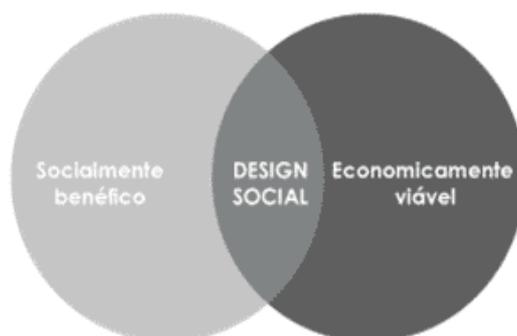


Figura 34: Infográfico Design Social. Fonte: (PAZMINO, 2007, pág. 3)

Com isto, nitidamente evidencia-se que não existe design sem as demandas coletivas, conseqüentemente não havendo design social, sem atentar-se as necessidades comuns da população. Margolin determina que

“o objetivo primário do design para o mercado é criar produtos para venda. De modo contrário, o objetivo primordial do design social é a satisfação das necessidades humanas. Contudo, nós não propomos o “modelo de mercado” e o “modelo social” como opostos binários, mas sim vê-los como dois polos de uma constante. A diferença é definida pelas prioridades da encomenda ao invés de um método de produção ou distribuição” (MARGOLIN, 2004, pág.44).

Não seria assim todo o design um design social? Fuad-Luke (2009) afirma que “todo design é social, no momento em que o design na promulgação do instinto humano visa construir para facilitar a materialização de nosso mundo”. O autor complementa que o termo “Design Social” tem diversos significados, mas neste ponto refere-se ao desenvolvimento de um modelo social de design, sendo um processo destinado a contribuir para melhorar os meios de vida e bem-estar humano.

O designer brasileiro Aloísio Magalhães, pesquisador das questões culturais como educação e patrimônio cultural no Brasil, que dedicou grande parte do seu trabalho com projetos visando o bem comum, partilha seu entendimento a respeito do Design Social em entrevista. Ao ser questionado se não estaria sendo muito utópico a respeito das questões acerca do potencial social do design, o mesmo respondeu: "Muito utópico, e isso não me ofende. Nada que tenha um significado mais profundo deixa de ter certo aspecto utópico. Ele estimula a perseguição. É próprio do utópico você não o atingir, mas, se não for em busca dele, se você não quiser sair do convencional, aí então o marasmo será inevitável" (MAGALHÃES, 1997, pág. 75).

Van Helvert esclarece que “dentro da disciplina de design, a sustentabilidade e a responsabilidade social tornaram-se alguns dos chavões mais prolíficos da década passada, gerando inúmeros novos produtos, materiais, e implementações tecnológicas, bem como livros, exposições e conferências sobre estes assuntos” (VAN HELVERT, 2016, 13). Isto evidencia a importância que o tema ganhou ao longo dos anos, porém expõe que visando solucionar problemas, muitos produtos do design acabaram por criar novos problemas a serem resolvidos. A autora ressalta que “muitos exemplos do que chamamos de “design social” também, embora talvez inconscientemente, tenham sido construídos nas tradições ocidentais de idealismo e utopia, e às vezes de espírito nobre sendo bastante padronizados ou mesmo trazendo soluções ao design neocolonial do século passado” (VAN HELVERT, 2016, pág. 13).

Em termos de ativismo, Van Helvert explana que os designers sempre encontraram maneiras de estarem ativamente envolvidos em compromissos sociais com projetos de design, sendo muitas vezes criticadas e analisadas as conquistas e deficiências dos procedimentos de sua metodologia. A autora salienta que Design Social, e até o Design Sustentável, não são um novo *hype*, no momento em que estes fazem parte do design desde sempre, com muitos famosos e influentes designers atuando como defensores apaixonados de uma forma de projetar mais social e ambientalmente responsável dentro da disciplina de design (VAN HELVERT, 2016, pág. 251).

Para Van Helvert muito do design social e sustentável, tanto de hoje quanto do passado, parece desafiar as características da sociedade de consumo como a conhecemos: com a onipresença de objetos descartáveis, o uso descuidado de materiais preciosos, ou as duras condições de trabalho em que nossos “produtos-capricho” são produzidos. Essas práticas insustentáveis passaram a fazer parte do cotidiano a tal ponto que as normalizamos, como se sempre tivessem feito parte do nosso sistema de design e consumo, o que faz com que se torne difícil reconhecê-las e combatê-las. Portanto, é necessário desconstruir algumas das características da sociedade de consumo, como a obsolescência e as tendências, nos quais o design desempenha um papel importante.

Em “*Design Struggles*”, Claudia Mareis e Nina Paim (2021), apontam Victor Papanek como o pioneiro do design social, pois a várias décadas o seu “*Design for the Real World*” (que nunca saiu de catálogo), continua sendo uma das críticas mais lidas da prática de design até hoje. Visto que o design social, o design humanitário, o design antropológico, o design de transição e os movimentos no design de descolonização assumiram uma crescente presença contemporaneamente, o trabalho de figuras icônicas como Papanek ainda são regularmente reconhecidas por desafiar os paradigmas corporativos e patriarcais do design ocidental de forma crítica. (MAREIS e PAIM, 2021, págs. 96-99).



Figura 35: Infográfico Fatores do Design Social. Fonte: (PAZMINO, 2007, pág. 4).

A respeito da responsabilidade social no design, Papanek (2014) afirma que o designer deve estar ciente de sua responsabilidade moral e social, à medida que sua área de atuação é a arma mais poderosa de todos os tempos. Com esta responsabilidade deferida ao designer deve-se ter em conta que, enquanto membros da sociedade, estes

profissionais estão à mercê de influências do entorno, podendo serem persuadidos por suas próprias ideias.

Observa-se que contrapondo a ideia do referido autor, atualmente presenciamos uma vulgarização dos produtos de design, não em termos de preços – alguns produtos valem absurdamente mais do que deveriam valer – mas em como os designers acabaram por serem influenciados por suas próprias tendências redundantes e superficiais. Papanek alerta que o design tem de ser ferramenta inovadora, criativa e interdisciplinar, respondendo às verdadeiras necessidades da humanidade. Complementando que os designers devem engajar-se às pesquisas, com o intuito de cessar a produção de objetos e ferramentas mal projetados. (PAPANEK, 1985, pág.22).



Figura 36: Exemplo de loja de departamento que ilustra o pensamento de Papanek em relação aos produtos tendenciosos, redundantes e vulgares. (Fonte: bristolpost.co.uk).

Papanek delatava que as pressões de nossa sociedade – o dever de manter uma aparência *eco-friendly* - fizeram com que muitas pessoas pensassem que a maneira mais lógica de recuperar os valores perdidos era saindo para comprar móveis da América do Norte colonial, cobrindo o chão com tapetes de nós, comprando retratos de ancestrais - falsos e produzidos em massa - e pendurando uma pederneira sobre a lareira. (PAPANEK, 2014, pág. 38).

O autor há muito tempo afirmava que “pela primeira vez na história, apareceram homens velhos que, muito sérios, começaram a desenhar escovas de dentes elétricas, limas revestidas de pedra do Reno, tapetinhos para banheiros, e então, eles se dedicaram a planejar estratégias complicadas para fabricar e vender esses objetos para milhões de pessoas.” O designer continua sua crítica comparando a situação atual ao passado, dizendo que “antes, “naqueles tempos”, se uma pessoa queria matar um povo, ela tinha que se tornar um general, comprar para si uma mina de carvão ou estudar física nuclear”,

ao passo que hodiernamente, “o desenho industrial tem permitido a produção de uma cadeia de assassinato, ao projetar automóveis criminosamente inseguros que, todos os anos, mata ou mutila cerca de um milhão de pessoas em todo o mundo” (PAPANNEK, 2014, pág.21).



Figura 37: Exemplo de loja de departamento de mobiliário e decoração, que ilustra o pensamento de Papanek em relação aos produtos tendenciosos, redundantes e vulgares. (Fonte: dailyrecord.co.uk).

Continuamente, o autor afirma que os designers passaram a se tornar uma espécie perigosa, criando espécies inteiramente novas de lixo indestrutível que preenchem uma paisagem desordenada, optando por materiais e processos de fabricação que poluem o ar que respiramos, cuidadosamente, repassando tais atitudes para designers mais jovens.

Alimentados pelo desejo de sucesso e reconhecimento, estes jovens profissionais focam com grande demasia em seus conhecimentos e técnicas, deixando de lado o grande compromisso do design: atender as verdadeiras necessidades da sociedade. De acordo com Bernd Löbach

“A concessão de prêmios ao bom design se toma conhecida publicamente através de jornais, televisão ou revistas. As feiras especializadas onde, entre outros, estão expostos os sucessos das empresas no campo do design, estão abertas ao grande público. Desta forma o leigo se confronta com o conceito de design e supõe do que se trata sem entender suas complexas inter-relações. Como carece normalmente de um interesse especial por estas questões, a sua percepção do design e de sua problemática são apenas superficiais. Ele decora seu entorno pessoal de modo intuitivo com os respectivos produtos ou se deixa guiar pelo "bom design" tal como preconizam as revistas de decoração divulgadas por determinados grupos de interesses” (LÖBACH, 2001, pág.11).

Para Víctor Margolin

“O design é geralmente entendido pelo público como uma prática artística que produz luminárias ofuscantes, mobiliário e automóveis. É assim que o design é geralmente apresentado pela mídia e os museus. Uma razão pela qual não existe mais suporte a serviços de design social é a ausência de pesquisas que

demonstrem como um designer pode contribuir para o bem-estar humano” (MARGOLIN, 2004, pág. 46).

No que tange a atitude dos designers frente a estes enlaces, Papanek declara que se o design é uma atividade de solução de problemas, essa reverência ultrajante pelo menor denominador comum não tem razão de existir, pois somente quando o designer transfere suas responsabilidades para longe de si mesmo e dos outros e age como um “cafetão” do departamento de vendas, ele adere a este tipo de criação requeitada servida ao consumidor como "alimento espiritual" comestível. (PAPANEK, 2014, pág. 66).

Devido a atuação irresponsável dos designers na sociedade de consumo, duras críticas lhes são apontadas. No atemporal artigo “*Do-It-Yourself Murder*” de 1968, Papanek já acusava seus colegas de profissão de gerarem mercadorias perigosas que poderiam mutilar ou até matar. Para ele, os profissionais do design haviam perdido sua integridade e responsabilidade, tornando-se *purveyors* (fornecedores) de trivialidades (PAPANEK, pág. 26, 1968). Seguindo a linha crítica em relação ao comportamento dos designers, Bonsiepe (2005) explanou que “o design mais e mais se distanciou da ideia de ‘solução inteligente de problemas’ e mais e mais se aproximou do efêmero, da moda, do rapidamente obsoleto – a essência da moda é a obsolescência rápida -, ao jogo estético-formal, à ‘boutiquização’ do mundo dos objetos” (BONSIEPE, 2005, pág.1).

Como um dos principais nomes dentro do design a debater a relação do design com a sociedade contemporânea, o designer alemão Gui Bonsiepe demonstra preocupação com os caminhos que os profissionais da área vêm trilhando, assim como critica o olhar errôneo da sociedade em relação ao design. Em uma conferência realizada por parte da Universidade Tecnológica Metropolitana de Santiago no Chile, intitulada “Design e Democracia”, Gui Bonsiepe explanou o pensamento do crítico de arquitetura Witold Rybczynski:

“Não faz muito tempo, o termo designer descrevia alguém como Eliot Noyes, responsável pelo design da máquina de escrever *Selectric* da IBM nos anos 1960; ou Henry Dreyfuss, entre cujos clientes se encontravam a *Lockheed Aircraft* e a *Bell Telephone Company*...ou Dieter Rams, que projetou uma gama de produto com formas austeras, mas muito práticas para a empresa alemã Braun. Hoje o termo ‘designer’ evoca provavelmente nomes como Ralph Lauren ou Giorgio Armani, ou seja, designers de moda. Enquanto estilistas geralmente começam como costureiros (*couturiers*), eles – ou pelo menos seus nomes – são muitas vezes associados a uma grande variedade de produtos de consumo, incluindo cosméticos, perfumes, malas e objetos para o lar e até tintas para pintar casas. Como resultado, ‘design’ na opinião pública se identifica com envoltórios: a carcaça de um computador; o corpo de uma lapiseira; a armação de óculos” (BONSIEPE, 2005, pág. 1).

Livia Barbosa em “Sociedade de Consumo” (2004), afirma que o termo “sociedade de consumo é um dos inúmeros rótulos utilizados por intelectuais, acadêmicos, jornalistas e profissionais de marketing para se referir à sociedade contemporânea” (BARBOSA, 2004, pág. 7). De acordo com o predecessor Baudrillard (1981), a nossa civilização vive em função dos objetos, diferentemente das civilizações anteriores, nas quais os objetos sobreviviam às gerações humanas. Segundo o autor, atualmente:

“Vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente. Atualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as outras civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas” (Baudrillard, 1981, pág. 15).

Em seu artigo “Novo Normal”, Afonso Borges (2011) explana que o consumo frenético tornou incontornáveis ao design questões como a sustentabilidade e a viabilidade da economia de mercado, colocando em causa o aumento de consumo como solução. O autor também afirma que o design aparece como parte do problema, o que acaba por aumentar o agravamento do consumo. Para Borges, existe uma ausência de ligação entre a discussão e a prática, tendendo a prática a ser puramente formal e desligada de qualquer conceito, debate ou mesmo consciência do momento, de sentido de responsabilidade social ou papel na melhoria da vida. (BORGES, 2011, pág. 1 – 3).

O resultado de projetos carregados de características genéricas, que não são necessidades, mas meros desejos de uma sociedade cheia de urgências incertas, acaba por formar designers contemporâneos que adotam a produção de peças descartáveis. Gui Bonsiepe em “Design, Cultura e Sociedade” explana que

“o design se transformou em evento midiático, em espetáculo – acompanhado por um número respeitável de revistas que funcionam como caixas de ressonância para esse fim. Até os centros de promoção do design se encontram expostos a essa cumplicidade dos veículos de comunicação, correndo o risco de desvirtuar seu objetivo de difundir design como resolução inteligente de problemas, e não apenas o *styling*. Trata-se, no fundo, de um renascimento da velha tradição da Boa Forma, mas com um objetivo diferente: os protagonistas do movimento da Boa Forma perseguiram fins socio pedagógicos, enquanto os modernos *Life Style Centers* perseguem exclusivamente fins comerciais e de marketing” (BONSIEPE, 2020, pág.18).

Por meio da colocação “evento midiático”, entende-se também o fenômeno dos “*design stars*” e toda a ideia errônea que permeia, não todas, mas uma grande parcela das academias de design, que ao invés de formarem designers sociais, acabam formando designers estrelas. Porém, não se deve colocar toda a carga de irresponsabilidade nestas

instituições, quando o que realmente molda o pensamento dos designers recém-formados são os estúdios de criação voltados a venda de produtos – sejam eles objetos, ambientes ou ideias – que, ao ofertarem uma vaga de emprego a jovens recém-formados, valem-se dessa posição a fim de obterem benefícios próprios.

Em relação à prática dos designers no campo do design social, Papanek (2014) situa os designers socialmente responsáveis em conflito com um mercado comercial que prospera com a criação excessiva de produtos inúteis. No entanto, a responsabilidade social dos designers vai além do conflito de interesses das empresas e a ética de trabalho dentro dos escritórios. No livro *“Design and Social Impact”*, Nasadowski ressalta que o preconceito cultural é visto como um perigo potencial, especialmente quando os designers não entendem da cultura local, explanando que muitas das dificuldades de implantação e sustentação de projetos de design social estão imersas neste contexto de preconceito e ignorância cultural por parte dos profissionais. (NASADOWSKI, 2015, pág. 6).

No contemporâneo artigo “Metamorfoses - Design, Identidade e Complexidade”, Prado e Oliveira (2016) afirmam que para os designers (e por sorte, para muitos outros também), o design enquanto campo de conhecimento e prática não está isento de responsabilidade social por determinados acontecimentos e histórias, explicando que é o contrário, sendo o design uma parte fundamental da situação. Os autores ainda discorrem que enquanto for fácil afirmar que a estratificação social, desigualdade, miséria e a regulação de certos corpos serem questões abordadas na esfera legislativa, financeira, e institucional, fazendo um “trabalho de detetive”, seremos capazes de ver que estes sistemas de inclusão e exclusão, privilégio e opressão, segregação e violência são manifestados e reproduzidos por meio de objetos. (PRADO E OLIVEIRA, 2016, pág.92-93).

Assim, pode-se assumir que esse distanciamento do design social se deve a atuação equivocada de alguns designers e de como estes expressam seus projetos para a sociedade. No *American Institute of Graphic Arts (AIGA)*, são encontradas diretrizes para uma atuação responsável dos designers contemporâneos, sendo elas as seguintes: 1- Um designer profissional, enquanto envolvido na prática ou instrução de design, não deve conscientemente fazer ou deixar de fazer algo que constitua um desrespeito deliberado ou imprudente pela saúde e segurança das comunidades nas quais vive, prática ou privacidade das pessoas e empresas nele contidas. Um projetista profissional deve assumir um papel responsável na representação visual das pessoas, no consumo de

recursos naturais e na proteção de animais e do meio ambiente; 2- Um designer profissional é incentivado a contribuir com cinco por cento de seu tempo para projetos públicos que sirvam a sociedade e melhorem a experiência humana; 3- Um designer profissional deve considerar as implicações ambientais, econômicas, sociais e culturais de seu trabalho e minimizar os impactos adversos; 4- Um designer profissional não deve aceitar conscientemente instruções de um cliente ou empregador que envolvam violação dos direitos humanos ou de propriedade de outra pessoa ou grupo sem a permissão de outra pessoa ou grupo, ou agir conscientemente de qualquer maneira que envolva tal violação; 5- Um designer profissional não deve conscientemente fazer uso de bens ou serviços oferecidos por fabricantes, fornecedores ou contratados que sejam acompanhados de uma obrigação que é substancialmente prejudicial aos melhores interesses de seu cliente, sociedade ou meio ambiente; 6- Um designer profissional deve se recusar a se envolver ou aceitar discriminação com base em raça, sexo, idade, religião, origem nacional, orientação sexual ou deficiência; 7- Um designer profissional deve se esforçar para entender e apoiar os princípios da liberdade de expressão, liberdade de reunião e acesso a um mercado aberto de ideias e deve agir em conformidade. (AIGA, 2022).

A preocupação em fazer com que os profissionais cumpram suas obrigações projetuais com ética e responsabilidade é de suma gravidade. Estariam certos designers contemporâneos estarem desatentos ao fato de também serem cidadãos imersos em uma sociedade insustentável? Victor Margolin, encerra o ensaio “O Designer Cidadão” (2006), introduzindo este conceito e apontando as três possibilidades de o profissional empregar o seu talento neste sentido.

Em “Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa”, Margolin e Margolin apontam que apesar de diversas atividades de design poderem ser consideradas como desenho socialmente responsável - dando como exemplo o desenho de produtos sustentáveis, a moradia acessível e o redesenho de impostos governamentais e formulários de imigração – seu foco está na discussão de design de produtos dentro de um processo de intervenção de serviço social. (MARGOLIN E MARGOLIN, 2004, pág. 44).

Para Cajaíba-Santana (2013), a “inovação social toma forma quando uma nova ideia estabelece uma forma diferente de pensar e agir mudando os paradigmas existentes.” O autor explica que sua “tese argumenta que inovações sociais são novas práticas sociais criadas a partir de ações coletivas, intencionais e orientadas para metas destinadas a

estimular a mudança social por meio da reconfiguração de como objetivos sociais são alcançados.” (CAJAIBA-SANTANA, 2013, pág. 44).

Com isto, entende-se como o design social atua como agente transformador, no que se refere a mudança de mentalidades, conhecimentos, compreensões e consciencializações; pois, como afirmado pelo *AIGA - American Institute of Graphic Arts*: “O design faz a mediação entre as pessoas e as decisões; quer sutil ou evidente, o design promove um ponto de vista.” (AIGA, 2021). Prado e Oliveira apresentam um método de implantação de ideias por meio do design social levando em consideração, não apenas suas referências e opiniões, mas a de todos os envolvidos na atividade proposta. Os pesquisadores explicam que

“Na prática, significa que para explorar as questões de design que nos interessam individualmente – aparatos de violência sonora e tecnologias de contracepção – não poderíamos ser os únicos ditando a narrativa e tomando todas as decisões. Portanto utilizamos nossas ideias e especulações como um ponto de partida do qual inúmeras direções poderiam surgir, e, ao invés de apresentar nossas ideias como palavras finais, testamo-nas, questionamo-nas, abrimo-nas incessantemente com diferentes grupos, diferentes estórias, diferentes futuros, em sessões que misturam *workshop* e performance, participação e colaboração. O processo de design nestas sessões passa indubitavelmente por um reconhecimento do *onde* cada elemento intervindo nessa estória fala, e principalmente *para quem* se fala; assim sendo, nenhuma narrativa é hegemônica, ninguém tem mais controle sobre a estória do que outro, e a responsabilidade é evidenciada e compartilhada por todos” (PRADO E OLIVEIRA, 2016, pág. 4).

Em “*Design Struggles*” um importante questionamento é levantado: “Como criar as condições sociais e materiais que tornam possível a prática crítica e transformadora do design?” Como resposta, é dito que esta indagação continua a impulsionar os pesquisadores em seu trabalho, especialmente porque estes estão convencidos de que se quiserem que as ferramentas do design sejam usadas para a criação de um mundo em que muitos mundos se encaixem, então as muitas pessoas interessadas em fazer esse trabalho transformador precisam estar habilitadas a fazê-lo repetidamente e a longo prazo.

Fica explícito que os autores sabem que o desejo de usar o design como uma ferramenta de investigação crítica - para desfazer as raízes por trás de questões como o racismo e colapso dos sistemas - é compartilhado por muitos, porém as condições precárias de trabalho e vida - que para designers se manifestam de maneiras como excesso de trabalho e pagamento insuficiente, hiperflexibilidade e falta de previsibilidade, incapacidade de se ter acesso à plano de saúde, férias pagas ou licença-maternidade - tornam esse uso crítico e transformador do design materialmente difícil. Assim é concluído que, quando confrontados com a pressão e ansiedade produzidas pela precariedade, fazer um trabalho

que desafia o *status quo* (como projetos sociais) muitas vezes parece utópico, no momento em que a prioridade dos profissionais está em garantir seu sustento imediato. Os pesquisadores concordam, porém, que para ser realista em nossos tempos de colapso social e ecológico alimentados por políticas neoliberais que procuram mercantilizar tudo, é necessário ser utópico e trabalhar com força total por um futuro justo e sustentável. (MAREIS E PAIM, 2021, pág. 317).

Portanto, fica entendido que é possível afirmar que a responsabilidade social dentro do design como ferramenta transformadora é extremamente complexa, no momento em que não estão em jogo apenas umas ou duas cartas do baralho, mas o baralho todo, e mais, vários tipos de baralhos, de cores, formas, atribuições e tamanhos variados.

Evidenciando a relevância da questão, Luiza Prado e Pedro Oliveira (2014), assumem acreditar “que o design é uma linguagem poderosa, que está perfeitamente posicionada para fornecer crítica social e cultural relevante...”. Geradores responsáveis pela construção de conceitos, certos profissionais do design parecem estar inconscientemente alienados quanto a sua conduta, enquanto outros apenas preferem aderir a ignorância, tirando de si o peso da responsabilidade de ser um gerador de ideias e opiniões através do desenvolvimento de projetos. Para Prado e Oliveira, “o design é uma profissão e prática diretamente implicada na desigualdade do mundo, e ao mesmo tempo diretamente afetada por tal condição.” De acordo com os pesquisadores, o designer além de influenciar, é influenciado por suas próprias ideias e criações, sejam elas físicas ou abstratas.

Compreendendo um campo de atividade significativo para desenvolvimento social, o Design contemporâneo engloba parâmetros culturais e econômicos, evoluindo adjacientemente as tecnologias. Não há como negar a influência do design sob a vida em sociedade. Assim como outros campos de trabalho e inovação, o resultado do trabalho de um designer gera um impacto social, moldando assim o comportamento e a percepção deste meio.



Figura 38: Exemplo de projeto de design social, um kit básico para vítimas de desastres naturais, realizado por Hiraku Imamura, intitulado *Heat Rescue Disaster Recovery*. (Fonte: designe.com.br)

Em conclusão, o Design surgiu da necessidade de não apenas suprir necessidades físicas por meio de objetos, mas também através da preocupação de dignificar a vida das pessoas através do alcance a produtos funcionais, com boa qualidade e preços acessíveis, no momento em que o exercício do design objetivava e ainda objetiva, incorporar programas de desenvolvimento industrial e cultural na sociedade contemporânea. Segundo Retondar:

“...a consolidação da modernidade nos séculos XVIII e XIX foi marcada por um conjunto de transformações nas práticas sociais, políticas e culturais, que estiveram, de modo crescente, orientadas pelo processo de racionalização da vida social, desde a secularização da cultura até a mecanização da produção, um processo de “desencantamento” que se tornou um dos elementos essenciais da práxis da organização social moderna, articulando modos de vida e percepções de mundo, ideologias e imaginários, ações e relações sociais.” (RETONDAR, 2007, pág. 23).

Nos últimos anos, progressivamente aumentou a atenção dos designers em torno da responsabilidade social que a profissão implica. As preocupações são muitas: economias instáveis, crises ambientais, conflitos sociais e tensões políticas. Talvez como uma resposta a isto, na contemporaneidade, designers industriais têm refletido, planejado e gerido o impacto que seus projetos terão na vida das pessoas, o quanto irão afetar e oferecer à população como um todo, o que irá simbolizar, qual será sua carga relacionada ao que tange à sustentabilidade, que utilidade este produto terá em um momento de crise. Designers estão praticando o design social de forma consciente, eficaz, e ética, contribuindo para o desenvolvimento gradativo da sociedade.

Conclusão

Resultados e Discussão

Finalmente, a partir desta dissertação, foi visto que o papel social do design pode ser visto sob diferentes ângulos, tanto práticos, com abordagens mais ativistas, outros inclusivos e colaborativos, focados na sustentabilidade, causando impactos locais ou globais, porém todos unidos em prol da sociedade. Sendo assim, pode-se considerar que a responsabilidade social dos designers é uma dimensão do design que lhe deve ser considerada intrínseca e as propostas, manifestos e movimentos em benefício de tal devem ser discutidas e desenvolvidas tanto nas universidades quanto na atuação individual dos designers atuantes no mercado.

“Como se pode caracterizar as dimensões da responsabilidade social dos designers à luz do pensamento contemporâneo sobre design?” As dimensões da responsabilidade social dos designers podem ser caracterizadas como de extrema relevância, com enormes impactos positivos quando aplicados em manifestos bem estruturados, visto que vivemos em uma sociedade que exige uma atuação ativa dos profissionais do design de forma mais abrangente. Todavia, ainda que estes caracteres sejam de extrema magnitude, é fundamental a compreensão de que este fenômeno precisa ser estendido. Com isto, quero dizer que a semente deve ser plantada nos ambientes acadêmicos, pesquisadores devem contribuir e fomentar a discussão em torno do tema, porém, o principal trabalho a ser feito é evoluir a relação dos designers com a sociedade, através de projetos que busquem soluções tangíveis.

Como influenciadores diretos no estilo de vida da população, os designers devem estar cientes de sua responsabilidade. Ao longo da história da profissão, movimentos em defesa das questões sociais apareceram diversas vezes, com abordagens variadas, mas sempre expressando os valores e a vontade de mudança no estilo e qualidade de vida das pessoas. Na contemporaneidade, essas iniciativas são cada vez mais viáveis, visto que a velocidade de disseminação de informações propiciada pelas ferramentas digitais, garantem que a grande maioria dos designers tenham acesso a esclarecimentos e investigações a respeito do design social.

O estudo objetivou investigar a dimensão social dentro do design industrial e isto foi realizado com êxito, no momento em que ficou claro que a responsabilidade social dos

designers é de acentuada relevância e deve ser cada vez mais incentivada, bem como movimentos devem ser colocados em prática. Assim, estaremos garantindo que o desenvolvimento desta atividade e o reconhecimento do design como uma ferramenta resolutiva e de grande influência no contexto social contemporâneo seja validada. Ademais, foi verificada a compreensão do design social e dos designers industriais contemporâneos como agentes transformadores, que devem atuar responsavelmente.

No trabalho foram averiguados os pioneiros no que tange ao design social e os movimentos ligados aos mesmos, assim como abordados os conceitos de Design Sustentável, Design Cidadão, Design para a Inovação Social, Design Ativista, Design Emergencial, Design Crítico e a Descolonização do Design. Por fim, houve a análise do design social e sua dimensão na prática profissional dos designers.

Finalmente, acredito que esta dissertação contribuiu tanto para a teoria como para a prática do design, no momento em que foram trazidos de modo consistente, parâmetros históricos, teóricos e práticos com o intuito de inspirar outros investigadores a trabalharem o tema, contribuindo cada vez mais para o debate relacionado as questões sociais dentro do design.

Reflexões para Investigações Futuras

A construção deste trabalho de dissertação possibilitou a investigação da dimensão social do design e também a pesquisa sobre a responsabilidade social dos designers. O tema é complexo, sendo que existem múltiplas possibilidades de abordagens em torno do assunto. Por isto, é de minha compreensão que, para futuras investigações, fossem perscrutados o que aqui foi explanado. Isto porque cada investigador apresenta focos distintos, o que considero positivo, no momento em que haverá outras contribuições na área de estudo.

A análise diacrônica e a busca pelos primeiros conceitos a respeito do termo "design social" necessitaria de uma pesquisa com mais minuciosidade, com mais tempo e mais fontes, para assim poder mostrar de forma sistemática os processos que deram origem ao design social. Contudo, o estudo aqui realizado tentou explicar da melhor maneira possível os acontecimentos que agregaram de alguma forma para desenvolvimento da área.

A intenção inicial desta investigação previa o estudo da descolonização do design, com foco na América Latina, especificamente pesquisando um produto de origem tupi-guarani. Porém a falta de embasamento para tal investigação mostrou-se um problema real, sendo que não foi possível realizar a mesma. Acredito que tal discussão – a respeito da descolonização do design - seria interessante e enriquecedora para a academia. Tanto o tema da descolonização, quanto a temática do design social são extremamente relevantes para futuras investigações, pois mesmo complexos, são emergentes e precisam ser debatidos.

Resumidamente, creio que esta dissertação agregará mais conteúdo ao âmbito do design social, pois, mesmo com todos os estudos já realizados, a área ainda carece de mais informações pois é um assunto sobre a sociedade e conseqüentemente está em constante mudança e precisa ser atualizado. Que este trabalho sirva de inspiração e fonte de informação para futuras investigações e projetos dentro do design, que responda questionamentos, incite mobilizações sociais e convoque os designers a atuarem com responsabilidade e ética na sociedade contemporânea.

Bibliografia

ADORNES, G. S.; JACQUES, J. J. - O Design Thinking na Concepção de Movimentos Sociais – Uma Análise Temática em Porto Alegre. In: OLIVEIRA, G. G. de; NÚÑEZ, G. J. Z. Design em Pesquisa – Volume 4. Porto Alegre: Marcavisual, 2021. cap. 31, p. 636-660. E-book. [Em linha]. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/iicd/publicacoes/livros>. [Consult.] 5 ago. 2022.

AIGA, The professional association for design – AIGA Standards of professional practice, 2022. [Em linha]. Disponível em: <https://www.aiga.org/standards-professional-practice>. [Consult.] 11 mai. 2022.

ALMEIDA, M.V.L. de - "Design Social: Definição constituída no complexo social", p. 6027. In: Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2018). São Paulo: Blucher, 2019.

AMARAL, C. S. - John Ruskin e o ensino do desenho no Brasil. São Paulo: Editora Unesp, 2011. ISBN 9788539302048 [Em linha]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/113686>, 2022. [Consult.] 20 ago. 2022.

ARTE ÚTIL - Asociacion de Arte Útil. [Em linha] Disponível em: <https://www.art-util.org/projects/atelier-populaire,%202022>. [Consult.] 11 mai. 2022.

BARBOSA, L - Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2004.

BAUDRILLARD, J. - El sistema de los objetos. Siglo xxi, Paris, 1981.

BAUHAUS – The temporary Bauhaus – Archiv Museum fur gestaltung, 2022. [Em linha]. Disponível em: <https://www.bauhaus.de/en/>. [Consult.] 11 mai. 2022.

BAUHAUS BOOKSHELF – 2022 [Em linha]. Disponível em: <https://www.bauhaus-bookshelf.org/>. [Consult.] 11 mai. 2022.

BENEVOLO, L. “História da Arquitetura Moderna.” São Paulo: Editora Perspectiva, 3ª edição, 2001.

BONSIEPE, G. – Design and Democracy. In Design Issues, 22, Cambridge, MA, 2006.

BONSIEPE, G. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.

BORGES, A. - Novo Normal. Designa 2011, 2011, 203-206. [Em linha]. Disponível em: http://www.bond.ubi.pt/arquivo/produto_AfonsoBorges_novo_normal.pdf [Consult.] 6 ago. 2022.

BÜRDEK, E. B. - Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos. Edit. Blucher. São Paulo – SP. 2010.

CAJAIBA-SANTANA, G. - Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. Technological Forecasting and Social Change, 2014, 82: 42-51.

CAMARGO, B. C. - A Dimensão Social do Design de Comunicação: Conceitos, História e Práticas Contemporâneas. Évora: Universidade de Évora. Departamento de Artes Visuais e Design, 2020. Dissertação de Mestrado. [Em linha]. Disponível em: https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/28686/1/Mestrado-Design-Bruna_Costa_Camargo.pdf. [Consult.] 10 set. 2022.

CARA, M. - Do desenho industrial ao design no Brasil. Ed. Edgard Blucher. 2010.

CARDOSO, R. – Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

CARDOSO, R. - Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher, 2002.

COLETIVO UX - Dieter Rams: 10 princípios para um bom design, 2017. [Em linha]. Disponível em: <https://coletivoux.com/dieter-rams-10-princ%C3%ADpios-para-um-bom-design-30ea164f8b462017>. [Consult.] 11 mai. 2022.

CRANE, W. – The basis of design. Londres: George Beel and Sons, 1899.

DESIGNBOOM, PAOLA ANTONELLI & ALICE RAWSTHORN LAUNCH DESIGN EMERGENCY. [Em linha]. Disponível em: <https://www.designboom.com/design/paola-antonelli-alice-rawsthorn-design-role-tackle-emergencies-time-06-29-2022/>. [Consult.]: 6 ago. 2022.

DEUTSCHER WERKBUND. [Em linha]. Disponível em: <https://www.deutscher-werkbund.de/>. [Consult.]: 11 mai. 2022.

DORFLES, G. - Etapas Históricas do Design Industrial. In O Design Industrial e a sua Estética, Queluz: Editorial Presença, 1984.

DUNNE, A. - Hertzian tales: Electronic products, aesthetic experience, and critical design. MIT press, Cambridge MA, 2008.

DUNNE, A.; RABY, F. - Design noir: The secret life of electronic objects. Springer Science & Business Media, 2001.

DUNNE, A.; RABY, F. - Speculative everything: design, fiction, and social dreaming. MIT press, Cambridge MA, 2013.

EBAC – Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia, 2022. [Em linha]. Disponível em: ebac.art.br. [Consult.] 11 mai. 2022.

ECO, U. - História da feiura. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ENCICLOPÉDIA BRITANNICA – William Morris: British artist and author, 2022. [Em linha]. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/William-Morris-British-artist-and-author>. [Consult.] 11 mai. 2022.

ERLHOFF, M.; MARSHALL, T. - (ed.). Design dictionary: perspectives on design terminology. Walter de Gruyter, Berlin, 2008.

FIELL, P.; FIELL, C. – Design do Século XX. Colónia, Alemanha: Taschen, 2005.

FORLANO, L.; STEENSON, M.; ANANNY, M - (ed.). Bauhaus Futures. MIT Press, Cambridge MA, 2019.

FORTY, A. - Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750. Soares, Pedro Maia (tradução). São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FUAD-LUKE, A. – Design Activism: beautiful strangeness for a sustainable world. New York: Taylor & Francis, 2009.

GOMES FILHO, J. - Design do Objeto: Bases Conceituais. Escrituras Editora, São Paulo, 2006.

GROPIUS, W. - [1929] As bases sociológicas da habitação mínima para a população das cidades industriais. In: Bauhaus, Novarquitetura. São Paulo, Perspectiva, 1972.

HELLER, S.; VIENNE, V. - Citizen designer: Perspectives on design responsibility. Skyhorse Publishing Inc., 2003.

HESKETT, J. - El Diseño en La Vida Cotidiana. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

HUSTWIT, G. - Documentário "RAMS" sobre Dieter Rams, EUA, 2018.

IF INTERNATIONAL DESIGN - [Em linha]. Disponível em: <https://ifdesign.com/>. [Consult.] 11 mai. 2022.

LIMA, E. B. de - O Ornamento no pensamento de John Ruskin. Palíndromo, Florianópolis, v. 12, n. 27, p. 120-133, 2020. DOI: 10.5965/2175234612272020120. [Em linha]. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/16949>. [Consult.] 9 set. 2022.

LÖBACH, B. - Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: 1. ed. Edgard Blücher Ltda, 2001.

MAGRO JUNIOR, J. C. - Ativismo em Design: a dimensão política e social na contemporaneidade. 2022. [Em linha]. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/232524/magro%20junior_jc_m_e_bauru.pdf?sequence=8. [Consult.] 9 set. 2022.

MAIA, M. M. B. - O Que é o Design? A dimensão cognitiva da actividade de design: os designers nas organizações portuguesas de Design Industrial, Instituto Superior de Economia e Gestão Doutoramento em Sociologia Económica e das Organizações, Universidade Técnica de Lisboa, 2011. [Em linha]. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/4238>. [Consult.] 9 set. 2022.

MALDONADO, T. - La speranza progettuale: ambiente e società. 2. ed. Turim: Einaudi, Col. Nuovo Politecnico, 1970.

MANZINI, E. - Design para a inovação social e sustentabilidade. Cadernos do Grupo de Altos Estudos, Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, vol. I, 2008.

MANZINI, E. - Design, when everybody designs - An introduction to design for social innovation. MIT press, 2015.

MAREIS, C.; PAIM, N. - Design struggles: intersecting histories, pedagogies, and perspectives. Amsterdam: Valiz,[2021]., 2021.

MARGOLIN, V. - Changing the Change. In Changing the Change: Design, Visions, Proposals e Tools Proceedings. Torino: Politecnico di Milano/Politecnico di Torino, 2008.

MARGOLIN, V. – Design e risco de mudança. Vila do Conde: Verso da História, 2014.

MARGOLIN, V. – O Designer Cidadão. In: Revista Design em Foco, v. III n.2, jul/dez 2006. Salvador: EDUNEB, 2006.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. - Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa, Revista Design em Foco, vol. I, núm. 1, julho-dezembro, 2004.

MARTINS, B.; LIMA, E. C. - Design Social e Design Thinking: trajetórias convergentes. In: O papel social de design gráfico. Ed. Marcos Braga. SENAC: 2011.

MARTINS, E.; PIZARRO, C. V.; SILVA, J. C. P.; PASCHOARELLI, L. C - O papel do designer contemporâneo a partir das contribuições europeias na formação profissional. Arcos Design. Rio de Janeiro: PPD ESDI - UERJ. Volume 7 Número 1 junho 2013.

MARTINS, F. - Semear o mundo com as imagens que queremos ver, MIDIA NINJA. [Em linha]. Disponível em: <https://midianinja.org/designativista/semear-o-mundo-com-as-imagens-que-queremos-ver/>. [Consult.] 9 set. 2022.

MARTINS, K. R. - Design social em Portugal: a perspectiva humana do produto. PhD Thesis. 2013. [Em linha]. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/12171>. [Consult.] 9 set. 2022.

MEGGS, P.B; PURVIS, A. W - História do design gráfico. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MIYASHIRO, R. T. – Com design além do design: os dois lados de um design com preocupações sociais. In.: O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional. São Paulo: Editora Senac, ISBN. 9788539601172, 2011.

MOURA, M. - O Design que o design não vê. Orefeu Negro, 2018.

MUNARI, B. - Das Coisas Nascem as Coisas. Martins Fontes, São Paulo, 2002.

MUTZENBERG, R. Movimentos sociais: entre aderências, conflitos e antagonismos. In: SINAIS – Revista Eletrônica - Ciências Sociais. Vitória: CCHN, UFES, Edição n.09, v.1, Junho. 2011. pp.127-143. [Em linha]. Disponível em: [file:///D:/clarksondiniz,+09_08_remo_mutzenberg%20\(1\).pdf](file:///D:/clarksondiniz,+09_08_remo_mutzenberg%20(1).pdf). [Consult.] 28 set. 2022.

NASADOWSKI, B - Design and Social Impact: A Cross-Sectoral Agenda for Design Education, Research, and Practice by Julie Lasky. New York, 2015.

NORMAN, D. - The Design of Evereday Things (2.a ed.). New York: Basic Books, 2002.

PAPANEEK, V - Arquitectura e Design, Ecologia e Ética. Lisboa: Edições 70, 1995.

PAPANEEK, V – Diseñar para el mundo real: ecologia humana y cambio social. 1ª Edición Espanhola. Madrid: Hermann Blume Ediciones, Traducción Luis Cortes de Alvaro. ISBN 8472141160, 1997.

PAZMINO, A. V. - (2007) Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável. Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 1, 1-4. [Em linha]. Disponível em: <https://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-DSustentavel.pdf>. [Consult.] 09 set. 2022.

PRADO, G. C. - Design ativismo ou design ativista? Estudos em Design, 2021, 29.3.[Em linha]. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/1273/492>. [Consult.] 11 set. 2022.

PRADO, L.; OLIVEIRA, P. - Metamorfoses: por uma descolonização do design. Palestra principal nos "Encontros do Design de Lisboa" 2016. [Em linha]. Disponível em: https://www.academia.edu/37589463/Metamorfoses_por_uma_descolonizac_a_o_d_o_design. [Consult.] 10 jun. 2022.

PEDRO, J. J. S. - Design, Ecologia e Inovação Social: Concepção, Prática e Ensino. 2016. [Em linha]. Disponível em: <https://run.unl.pt/handle/10362/20184> [Consult.] 10 jun. 2022.

PROSERPIO, J. - O poder do design. 2019. [Em linha]. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/10183/1593524913Echos_o_poder_d_o_design.pdf. [Consult.] 10 jun. 2022.

REPLAY - Recolha e Reciclagem Criativa de Brinquedos. [Em linha]. Disponível em: <https://plasticreplay.pt>, 2022. [Consult.] 11 mai. 2022.

RETONDAR, A. M. - Sociedade de consumo, modernidade e globalização. Annablume, São Paulo, 2007.

RODRIGUES, F. A.; GIROTTO, S. A.; RADAELLI, N. - A Contribuição Da Bauhaus Para O Design Contemporâneo. Revista Thêma et Scientia, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 19-22, dez. 2016. ISSN 2237-843X. [Em linha]. Disponível em: <http://www.themaetscientia.fag.edu.br/index.php/RTES/article/view/141>>. [Consult.] 09 set. 2022.

RUSKIN, J.; ROSENBERG, J. D. - The genius of John Ruskin: selections from his writings. University of Virginia Press, 1997.

SCHNEIDER, B. – Design, uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Blücher, 2010.

SCARZELLA, P. - Victor Papanek spearheaded social and sustainable design based on political awareness rather than consumerism. A biography of the author of Design for the Real World, LIFEGATE, 2020. [Em linha]. Disponível em: <https://www.lifegate.com/victor-papanek-design-real-world>. [Consult.] 09 set. 2022.

SPINELLI, D. - William Morris e sua crítica moral do sistema produtivo capitalista, USP, MORUS – Utopia e Renascimento, 12, 2017. [Em linha]. Disponível em: [file:///C:/Users/macros/Downloads/326-601-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/macros/Downloads/326-601-1-SM%20(1).pdf). [Consult.] 10 set. 2022.

THORPE, A - Submitted to the Journal of Architectural Education Title: Defining Design as Activism. 2011. [Em linha]. Disponível em: <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>. [Consult.] 08 set. 2022.

UFPR – Universidade Federal do Paraná. [Em linha]. Disponível em: <https://www.ufpr.br/portafulpr/eventos/italiano-carlo-vezzoli-recebe-titulo-de-doutor-honoris-causa-da-ufpr-23-de-setembro>. [Consult.] 23 set. 2022.

UX COLLECTIVE BRASIL - A descolonização do design e sobre o que de fato estamos falando quando utilizamos o termo, Entrevista com Pedro OLIVEIRA sobre a descolonização do design e como podemos ampliar o debate dentro e fora da comunidade de design, 2020. [Em linha]. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/a-descoloniza%C3%A7%C3%A3o-do-design-e-sobre-o-que-de-fato-estamos-falando-quando-utilizamos-o-termo-578b4c18648d>. [Consult.] 09 set. 2022.

VAN HELVERT, M. - The Responsible Object A History of Design Ideology for the future. Valiz, Amsterdam, 2016.

VEZZOLI, C. - Design de sistemas para a sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável de "sistemas de satisfação". Salvador: EDUFBA, 2010.

WERKBUNDARCHIV, Museum der Dinge. [Em linha]. Disponível em: <https://www.museumderdinge.de/>. [Consult.] 11 mai. 2022.

WICK, R. - Pedagogia da Bauhaus. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

