

14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design: O mito do empreendedorismo e a prática do design

The entrepreneurship's myth and the practice of design

Luciana Gonçalves; mestre; Puc- Rio

lucianagoncalves@gmail.com

Albert Cipiniuk; pós-doutor; Uerj e Puc-Rio

acipiniuk@gmail.com

Desde meados do século XX o modo de produção capitalista vem passando por profundas transformações que afetaram a organização produtiva mundial e, conseqüentemente, o modo de ser dos trabalhadores. Estas transformações que ocorreram no capitalismo foram muito significativas e a vida prática e cotidiana da população como um todo vem sendo reconfigurada. Este artigo buscou fazer uma análise das repercussões no mundo do trabalho, particularmente dos *designers*, em decorrência destas metamorfoses que estão relacionadas ao neoliberalismo e ao o que ficou conhecido como reestruturação produtiva. Essa nova forma do trabalho, especialmente a chamada gestão empresarial, exigiu uma diferente postura do *designer* que teve que passar a atuar de maneira compatível com a lógica do empreendedorismo. O objetivo principal foi examinar alguns reflexos destas transformações que incidiram sobre o Campo do Design.

Palavras-chave: *Design*; Empreendedorismo; neoliberalismo.

Since the mid-twentieth century, the capitalist mode of production has undergone profound transformations that have affected the world's productive organization and, consequently, the way of being of workers. These transformations that occurred in capitalism were very significant and the practical and daily life of the population as a whole has been reconfigured. This article sought to analyze the repercussions in the world of work, particularly in the designers's work, as a result of these metamorphoses that are related to neoliberalism and what became known as productive restructuring. This new form of work, especially the so-called business management, required a different attitude from the designer, who had to start acting in a manner compatible with the logic of entrepreneurship. The main objective of this article was to examine some reflections of these transformations that have affected in the Design's Field.

Keywords: *Design*; Entrepreneurship; Neoliberalism.

1 Introdução

“o poder das palavras não reside nas próprias palavras, mas nas condições que dão poder às palavras criando a crença coletiva” (BOURDIEU, 2001, p. 162).

O que é empreender na sociedade capitalista? O que caracteriza um empreendedor? Segundo o sentido mais geral do idioma, aquele que foi consagrado em dicionários, para Aulete, o empreendedor é “que empreende, que se mostra ativo, dinâmico; arrojado; diligente” (AULETE, 2020), já empreender, segundo o mesmo dicionário significa, “experimentar, procurar fazer, tomar iniciativa de ação, tarefa, realização etc” (AULETE, 2020). Empreendedorismo, contudo, não consta no dicionário, então segue a definição do Sebrae de Santa Catarina, isto é, o sentido particular do termo e com o qual pretendemos discutir, a noção ideológica ou capitalista do termo:

“é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas” (Sebrae-SC, 2020).

De modo geral o significado particular do termo empreendedorismo é mais movediço do que muitos imaginam. Em cada fonte pesquisada, aparecem características distintas. No entanto, pode-se encontrar algum consenso: empreendedorismo seria um processo de implementação de novos negócios ou novas oportunidades em negócios já existentes, através da criação de produtos ou serviços, que envolva necessariamente algum tipo de “inovação”¹.

Outro conceito que tem sido bastante abordado nos últimos tempos se refere ao que é conhecido como empreendedorismo social. Segundo o Sebrae (2020), este modelo de gestão busca conciliar transformações socioambientais e lucratividade, isso ocorre através de uma busca por “resolver problemas” sociais através de novas oportunidades de negócios, “o conceito do empreendedorismo social é promover ações capazes de mudar uma realidade, estabelecendo medidas e estratégias que gerem um retorno social e ambiente positivo” (SEBRAE, 2017).

Nos últimos anos, cada vez mais, se fala em empreender como algo socialmente positivo. Um sujeito social empreendedor é aquele que desbrava o mercado. Alguém que realiza algo seu, coloca em prática um objetivo de vida, que é “livre” das amarras de um emprego tradicional, que segue unicamente o seu desejo e é capaz de não apenas criar seu próprio sustento, mas também de operar, através de ações empreendedoras, transformações socioambientais. O empreendedorismo foi transformado em uma espécie de comportamento virtuoso irresistível de nossa temporalidade, conseqüentemente, deveria ser ambicionado por todos. Para o senso comum, denota coragem e determinação de quem o adota. Mas por que empreender se tornou tão atraente para grande parte dos trabalhadores? “Oportunidades” novas foram geradas? Teria a sociedade capitalista se tornado mais generosa com quem ambiciona empreender? Existiria realmente um espaço possível, no atual contexto da sociedade industrial, para tantos empreendedores? Com a falta de empregos para muitos profissionais do Campo do Design, empreender se tornou a única opção de sobrevivência? Será que a

¹ Inovação é um conceito que também está bastante em voga e está relacionado quase em ubiquidade ao que é conhecido como empreendedorismo.

maioria dos pequenos empreendedores estaria fadada a naufragar no atual mar de práticas de trabalho desvantajosas? Seria possível através de atitudes empreendedoras e fragmentadas operar transformações sociais?

Longe de ter respostas para tantas perguntas, ao longo deste artigo serão tratadas algumas estratégias do modo de produção capitalista e da racionalidade neoliberal que passaram a moldar os sujeitos sociais de acordo com a lógica do empreendedorismo, estendendo-se, inclusive, à esfera da vida pessoal e dos cuidados sociais coletivos.

Desta forma, serão abordados alguns fatos ocorridos nos últimos anos que contribuíram para a atual precarização do trabalho de modo geral e como, em particular, a práxis profissional do *design* foi afetada por estas mudanças. Julgamos ser necessário, antes de tratar de como essa lógica de empreendedorismo opera na prática profissional do *design*, tornar-se imperativo, senão metodológico, uma compreensão mais ampla das metamorfoses que vem ocorrendo na sociedade capitalista em decorrência da reestruturação produtiva e do neoliberalismo, tema que de modo geral é muito pouco abordado no Campo do Design.

Então, primeiramente, será apresentada uma breve contextualização histórica sobre algumas mudanças ocorridas desde os anos 70, que causaram um forte impacto nas relações de trabalho e seus desdobramentos sobre a atual dinâmica do mercado de trabalho. Em seguida será debatido como os *designers* são afetados por este “novo modo de ser” - que afeta a sociedade como um todo - e este Campo profissional passa a se apresentar ontologicamente como “solucionadores de problemas” e agentes de “melhoria da qualidade de vida”.

2 A Flexibilização do trabalho: brevíssima contextualização histórica

Desde meados do século XX a sociedade vem passando por rápidas e vigorosas transformações que trazem implicações na organização produtiva mundial e no modo de ser dos sujeitos, não apenas em suas práticas profissionais, mas também nas suas formas de agir ou se comportar em sociedade². Nos tempos atuais, apesar de não mudar em sua essência, pois continuam sendo regidas pelas mesmas leis fundamentais, que sob o capitalismo se fundam na base expansionista³ do capital, as rápidas transformações que ocorreram no capitalismo desde o final da Segunda Guerra Mundial foram muito significativas e a vida prática e cotidiana da população vem sendo reconfigurada.

Mandel (1982) no livro *O Capitalismo Tardio* já havia demonstrado que os trinta anos de estabilidade econômica obtida pelo capitalismo no pós-guerra, sustentada por um intenso desenvolvimento industrial, não duraria muito tempo. Nos Anos de Ouro pós-1945 o capitalismo passou por uma onda expansiva, porém, “as forças produtivas e as relações de produção entram em forte contradição” (BHERING, 2015, p. 43) e a partir do final dos anos 1960 verifica-se uma onda de longa estagnação.

Nos anos 1970, devido a um surto inflacionário, ocorreu mais uma das sucessivas crises do capitalismo e, na época, como forma de sua manutenção e de “solucionar” a crise, “o capitalismo articula e põe em cena uma dupla solução: o neoliberalismo e a reestruturação produtiva. Estas duas estratégias constituem uma mesma processualidade” (DIAS, 1998, p. 49).

² Estamos considerando como pressuposto dessa afirmação, que de acordo com os escritos de Marx, o trabalho (práxis) é o eito de constituição ontológica, a razão de ser, do sujeito social, social, desde a noite dos tempos.

³ Ver LUXEMBURGO, Rosa. **A acumulação do capital**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.

Nesse momento ocorreu uma dificuldade de escoamento das mercadorias e o caminho encontrado, como forma de “solucionar” essa crise, foi uma mudança no regime de acumulação do capital. Os “princípios de administração científicas” até então vigentes eram o fordista/taylorista que se caracterizavam por uma produção industrial em massa, através de uma linha rígida de produção. Essa rigidez passou a ser um entrave para o capital, o que levou a uma reestruturação produtiva, que Harvey (1992) chamou de *acumulação flexível*:

“[que] é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrão de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (HARVEY, 1992, p. 140).

O modelo “administrativo científico”, de gestão de produção, que melhor se adequou às necessidades da época ficou conhecido como toyotista. Fundamentado na aceleração da rotação do capital, apoiava-se na flexibilidade dos processos produtivos, de trabalho, dos mercados, dos produtos e também dos padrões de consumo.

Uma das características do toyotismo é a “empresa enxuta” que se torna possível devido a descentralização, terceirização e entrelaçamento de grandes empresas e empreendimentos de menor tamanho. Parte de uma organização produtiva flexibilizada que pulveriza a produção, através de uma rede horizontalizada de empresas terceirizadas e interligadas. Funciona de forma diferente do sistema fordista que opera de forma vertical, ou seja, centraliza no mesmo espaço as diversas etapas da produção, produzindo internamente o máximo possível da integralidade da mercadoria, tendo um controle direto de toda a cadeia produtiva. Isto ocasionou uma maior quantidade de empreendimentos de médio e pequeno porte, abrindo espaço para novos “empreendedores”, que passaram a produzir parte da integralidade da mercadoria.

As terceirizações vêm acompanhadas pela desterritorialização ou desnacionalização da produção onde o grande capital busca deslocar sua produção para países que ofereçam vantagens econômicas e reduções dos custos de produção – menor custo de mão de obra, menores custos fiscais e menores responsabilidades ambientais. A distribuição da produção em diversas localidades ou países, associada ao que ficou conhecido como a adoção de políticas neoliberais, tem como objetivo produzir cada componente da mercadoria com o menor custo possível.

A “empresa enxuta” mantém em seu centro um núcleo de profissionais essenciais para seu funcionamento e funciona em rede com uma série de fornecedores, prestadores de serviços, trabalhadores temporários etc. Fala-se de uma maior colaboração entre as empresas, tudo o que não é referente ao cerne da atividade “principal” passa a ser terceirizado, inclusive, muitos ex-funcionários assalariados se tornam “empresários” ou “empreendedores”, montam sua empresa e viram fornecedores ou prestadores de serviços para empresa onde trabalhavam (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 102).

Segundo Antunes (2015, p. 141) essas modificações no padrão produtivo trouxeram inúmeras consequências ao mundo do trabalho que exigiu uma nova postura do trabalhador. Mesmo aqueles com vínculo empregatício tiveram que se adequar às formas de atuação geradas pelo método toyotista. Surgiu a necessidade de adaptação ao novo modo de produção flexível e a intensificação do uso da tecnologia.

Passou-se de uma atividade meramente repetitiva e mecânica na linha de produção (marca do fordismo/taylorismo) para uma perspectiva de maior envolvimento pessoal. Ou seja, os trabalhadores passaram a atuar de maneira compatível com a prática empreendedora.

Empreendedor seria, então, o trabalhador autocontrolado e capacitado, comprometido e competitivo, de acordo com os atuais “imperativos do desempenho no mundo do trabalho” (FACAS e GHIZONY, 2018, p. 02), que deixou de ser avaliado pelo *saber-fazer* relacionado a produção objetiva do fordismo para um *saber-ser* (*Id., ibid*, 2018, p. 02). Trata-se tanto do sujeito desamparado que precisa criar seu sustento, como também do sujeito com vínculo empregatício, que deve ser “comprometido” com os problemas da empresa, coparticipando para que a empresa prospere e assim mantenha seu emprego. Inovador, criativo, flexível, com iniciativa, sensível, com capacidade de liderança, adaptável, são as características esperadas deste novo sujeito que perversamente passa a ser chamado de colaborador.

Essa modificação nas relações de trabalho deixa evidente a crescente importância da criação de novas subjetividades. Os sujeitos precisam ser moldados, e se moldarem, de acordo com o atual imperativo neoliberal.

Ademais, a lógica neoliberal onde os Estados se tornam mínimos abre espaço para que as empresas passem a ocupar os diversos aspectos da vida humana (FRANK, 2001). Assim, a racionalidade do mercado é expandida para quase todas as esferas das vidas pessoais e das políticas públicas, gerando novas formas de vida, de relações sociais. O neoliberalismo também contribui para o esvaziamento de instituições que antes eram os locais mediadores das mudanças, localidades onde os conflitos de classe são mais evidentes, como sindicatos, associações, entre outros. Desse forma, se articula despolitizar a sociedade e trazer a ideia de que se cada um fizer sua parte individualmente e empreendedoristicamente a sociedade irá prosperar (SAFATLE, 2021, p. 25).

3 Alguns reflexos da reestruturação produtiva e do neoliberalismo sobre a prática social do *designer*

Atualmente, em muitas instituições de ensino de *design*, empreendedorismo se tornou disciplina curricular obrigatória. A prática social da atividade do *designer*, vem passando por grandes transformações nas últimas décadas devido ao avanço da globalização, da reestruturação produtiva e do neoliberalismo. A prática que antes era de desenhista industrial, que desenvolvia projetos para atender a indústria, passou por grandes transformações e no Brasil de agora os profissionais da área são conhecidos como *designers* (CIPINIUK, 2017, p. 26), isto é, nomeadas em um idioma que não é o português. Novas formas de atuação profissional foram imputadas à prática do *design*, e as competências dos profissionais foram deslocadas daquilo que outrora era requerido, em grande parte, para a área de serviços. O termo *design* foi ganhando novos contornos, expandindo-se da concepção de artefatos industriais para tangenciar progressivamente novas formas de aplicação, “o *design* se estendeu dos detalhes de objetos cotidianos para cidades, paisagens, nações, culturas, corpos, genes e, (...), para a própria natureza – a qual precisa urgentemente ser reelaborada” (LATOURE, 2014, p. 02).

Atualmente e, na maior parte das vezes, a prática profissional do *design* é concebida como coisa do espírito, algo imaterial, presidida por alguma faculdade intelectual, uma prática dotada de um conhecimento capaz de solucionar problemas. O que, de modo geral, os *designers* acreditam ser a “essência” de seu trabalho, tal como aparece no WDO (*World Design Organization*):

“Design Industrial é uma estratégia de projeto de solução de problemas que visa a inovação, constrói sucesso nos negócios, e

conduz à uma melhor qualidade de vida através de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras” (WDO.ORG, 2020, tradução nossa).⁴

Isso aparece em diversos trabalhos da área, como, por exemplo, se manifesta na rede internacional denominada Desis (*Design* de Sistemas para a Inovação Social e Sustentabilidade) fundada pelo *designer* italiano Ezio Manzini. A rede, hoje, conta com seis laboratórios no Brasil. Um dos laboratórios está ligado à UFRJ, o Rio Desis Lab voltado para o estudo de Design, Inovação e sustentabilidade. Segundo este laboratório,

“O processo de Design objetiva embasar processos colaborativos através da **idealização** e **desenvolvimento de soluções**, levando técnicas de inovação para objetivos sociais e ambientais. As soluções são desenvolvidas com cidadãos e instituições, partem da identificação de demandas locais e têm como foco a promoção de novas interações e relações interpessoais para a co-produção de valor visando amplo benefício da sociedade” (PEP, 2020, grifo nosso).

Pode-se perceber que uma das premissas que a prática social do *design* passou a adotar foi a de se apresentar como uma ferramenta capaz de contribuir para solucionar problemas socioambientais, uma espécie de antídoto aos males sociais. Desta forma, através de seus métodos e processos de trabalho, como a concepção, o projeto, o planejamento, elaboração e seu conhecimento dos processos de produção, seria possível mapear e selecionar algumas questões sociais e tentar melhorá-las. Por intermédio de sua metodologia projetual, que é relacionada às questões técnicas e/ou de gestão empresarial, seria possível, por exemplo, contribuir para “solucionar os problemas” relacionados a preservação dos recursos naturais e melhorar as condições socioeconômicas.

Em seus escritos Dardot e Laval (2014, p. 14) ressaltavam que o neoliberalismo não apenas destrói instituições e direitos, mas também produzia formas ou sentidos de viver, agindo diretamente nas subjetividades e na “forma de nossa existência” e a sociedade como um todo, incluindo os profissionais do Campo do Design, é afetada por este novo imperativo social.

Com a crise de representatividade decorrente da lógica neoliberal e o enfraquecimento dos movimentos trabalhistas em decorrência da reestruturação produtiva, o sujeito social passa a ser incentivado a agir de forma empreendedora. Tanto em relação a questões relacionadas ao mundo do trabalho, quanto a questões da vida pessoal e de cuidados sociais e ambientais coletivos, ou seja, em sua razão de ser.

No mundo do trabalho, o emergente método de gestão das empresas, o toyotismo, buscou um envolvimento subjetivo do trabalhador. No começo dos anos 60 surgiu no Japão o que é conhecido como O Círculo de Controle de Qualidade (CCQ). Trata-se de um método de gestão empresarial que visa aumentar a participação e a responsabilidade do trabalhador no processo produtivo: “não interessa mais controlar somente o produto, mas elaborar um controle altamente sofisticado de atividades e processos” (MONACO e DE MELLO, 2007, p. 11). Os trabalhadores passam a se reunir “voluntariamente” em pequenos grupos, “para discutir, propor ideias e sugestões, apresentar **problemas para serem resolvidos**, a partir de suas

⁴ “Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences”. In.: *op. cit.*, WDO.ORG. **World design organization**, 2020. Disponível em: <<https://wdo.org/about/definition/>>. Acesso em: 02 julho 2020

experiências na produção e no processo de trabalho” (FREYSSINET e HIRATA, 1985, p. 05, grifo nosso).

São, então, estimulados a dar sugestões de melhorias dos processos produtivos, um dos efeitos disso é que a jornada de trabalho deixa de ocorrer apenas no tempo em que o indivíduo se encontra na empresa uma vez que é forçado a se envolver na lógica operacional e deve constantemente sugerir soluções: “a norma que estabelece duas sugestões originadas por mês produz pessoas neuróticas” (*Id., Ibid.*, p. 13). Foi nesse momento que o trabalhador passou a ser chamado de “colaborador”.

Antunes (2015, p. 48) traz o depoimento de Ben Watanabe, que atuava no movimento sindical japonês, acerca da lógica do CCQ. Segundo Watanabe, a Toyota opera com grupos de trabalhadores e se ocorre algum erro ou falha no processo todos perdem. Isso faz com que todos sejam responsáveis e todos, de uma certa forma, assumam papel de chefia, pois passam a controlar uns aos outros com receio de que sejam afetados por alguma falha na operação. O “colaborador” não será mais apenas “expulso” do seu emprego para fazer parte de um exército reserva para manutenção de baixos salários, mas também será “empurrado” para fazer parte do empreendimento industrial capitalista e responsabilizado pelo seu fracasso.

Além do controle entre os trabalhadores dentro destes pequenos grupos, é estimulada a concorrência entre os grupos e, também, individuais. Uma vez que os grupos ou indivíduos que se destacam recebem um ganho salarial resultante do aumento de sua(s) performance(s). A disputa por metas e cargos faz com que um supervisione o outro: “*Somos todos chefes*, é o lema do *trabalho em equipe* sob o toyotismo” (ALVES, 2000, p. 12).

Os trabalhadores passaram a atuar de maneira compatível com a prática empreendedora, “o operário é encorajado a sugestões de melhorias, a encontrar **soluções** antes que os **problemas** aconteçam” (*Id., Ibid.*, p. 12, grifo nosso).

Na parte que cabe ao Campo do Design, Siegelbaum e Stern (2019, p. 04) postulam que “o *design* contemporâneo não é meramente um resultado ou uma resposta ao neoliberalismo, mas também um importante fator de contribuição para a sua articulação e implementação” (*Id., Ibid.*, p. 04).

O que é conhecido como metaprojeto parece adotar uma lógica bastante similar ao CCQ. Para Manzini (MANZINI, 2010, p. 10), o “próximo *design*” é baseado na inovação e na sustentabilidade. Nesse contexto,

“o metaprojeto surge como uma possível referência projetual para os cenários complexos e como linha guia para uma fase de transição, na qual não mais o produto é colocado em evidência, mas o contexto em que esse produto opera ou deve operar” (*Id., Ibid.*, p. 11).

Então, os produtos físicos não devem ser mais o foco do trabalho, mas “as “evidências” que [a]testam o serviço existente” (*Id., Ibid.*, p. 11). Desta forma, assim como ocorreu com os operários das fábricas e montadoras de automóveis japonesas mundo afora, a área de atuação do *designer* passou a ser mais abrangente do que aquela na qual costumava atuar o profissional da área e incluir em sua metodologia novas abordagens projetuais. Passaram a ser estimulados a se envolver e participar mais dos problemas empresariais.

O metaprojeto, ou o projeto do projeto, deve ser elaborado de forma a extrapolar a produção do artefato em si e inserir na metodologia projetual o contexto social onde será utilizado ou inserido e com isso gerar novos sentidos coletivos. O *designer* deve, então, fazer uma mediação entre o mercado e o usuário (ou consumidor final), articular outras áreas, o que é conhecido como transdisciplinaridade, e incluir quesitos como, por exemplo, a

sustentabilidade e a responsabilidade social (TAMEKUNI, 2014, p. 03). De acordo com Manzini (2010, p. 10) “o próximo *design*” é parte constitutiva do que ele chama de “próxima economia” onde as inovações “são principalmente criadas e realizadas pelos grupos de **pessoas diretamente envolvidas no problema que elas têm de solucionar**, e não tanto por especialistas ou políticos” (*Id., ibid.*, p. 10, grifo nosso).

De forma mais ampla, fora dos espaços fabris, os *designers* se apresentam como articuladores sociais capazes de buscar o potencial de cada pessoa envolvida no projeto e implementar melhorias. Encadeando “pessoas, produtos e lugares (...) para obter um valor de reconhecimento comum” (*Id., ibid.*, p. 09). De modo que possa reunir os diversos interesses, de mercado, do usuário e questões socioambientais.

A “próxima economia” defendida por Manzini que busca uma solução dos problemas socioambientais de forma empreendedora e fragmentada, sem a presença de espaços sociais coletivos que antes mediavam essas melhorias, conversa com a lógica neoliberal de esvaziamento das instituições e de terceirizações do que antes provinha do Estado. Para Matias (2014, p. 309), o desmonte dos serviços públicos abriu espaço para negócios voltados ao social, o chamado terceiro setor, égide do discurso social-reformista e da lógica de “solucionar problemas”⁵ que passaram a dominar o Campo do Design. Segundo Julier e Kimbell (2019, p. 15) o que é conhecido como *design* social se consolidou justamente com o enfraquecimento do Estado e a terceirização de serviços em decorrência do neoliberalismo.

Métodos de *design* aparecem como ferramentas para combater desafios políticos e para atenuar algumas questões estruturais da sociedade. Os *designers* seriam, então, agentes de “inovação social” e teriam a capacidade de abordar questões políticas sem o envolvimento de burocracias ou sistemas rígidos de poder: “O ato de *design* não é um boicote, greve, protesto, manifestação ou algum outro ato político, mas empresta seu poder de resistência por ser precisamente uma forma planejada de intervir na vida das pessoas”⁶ (MARKUSSEN, *apud*. JULIER, 2013, p. 226, tradução nossa).

Além disso, segundo Julier (2013, p. 220), a cultura do *design* cresceu muito nos últimos tempos em decorrência da lógica neoliberal, onde a deletéria noção do Estado mínimo e a desregulamentação dos mercados abrem espaço para uma gama de novos produtos e serviços. Os espaços abertos pela ausência do Estado beneficiam a prática do *design* e seus agentes no sentido que contribuem para estimular respostas locais e fragmentadas à austeridade neoliberal e à resolução de problemas (*Id., ibid.*, p. 12). Métodos projetuais participativos, organizados em redes e focados nos cidadãos, clientes ou usuários, se relacionam com os métodos neoliberais de governança, que terceirizam e fragmentam ao máximo o que for possível (*Id., ibid.*, p. 15).

4 Conclusão

As mudanças gestoriais, associadas à “inovação” ou ao uso das “tecnologias digitais”, não podem ser encaradas unicamente como uma modalidade técnica ou instrumental para a melhoria ou incremento industrial, apenas como mais uma das inúmeras formas de produção de mercadorias, mas relacionam-se a um escopo mais amplo, um modo de configuração social que influenciou e influencia, de modo geral, o estilo de vida da população. Portanto, as transformações que ocorreram na sociedade industrial desde as últimas décadas do século

⁵ “Solucionar problemas” pode ser tanto em relação a usabilidade da mercadoria, quanto a melhorar condições socioambientais. Nesse caso, nos referimos a este último.

⁶ “The design act is not a boycott, strike, protest, demonstration, or some other political act, but lends its power of resistance from being precisely a designerly way of intervening into people’s lives”.

passado acarretaram em grandes transformações no mundo do trabalho e no modo de ser da população em geral. O desmonte progressivo dos direitos trabalhistas e as modificações nas relações de trabalho levam os sujeitos a se moldarem e serem moldados de acordo com o atual imperativo neoliberal. Como disse Margareth Thatcher sobre o neoliberalismo, faceta atual do capitalismo, "a economia é o método, mas o objetivo é transformar o espírito" (*Apud. HARVEY, 2008, p. 32*).

Com a ascensão do ideário neoliberal, onde os partidários da Escola de Chicago passaram a defender a teoria do Estado mínimo, os gastos com as políticas públicas sociais foram sendo retraídos em nome de uma "liberdade de mercado". A noção hegemônica do pensamento neoliberal enfatiza que as ações situadas no mercado deveriam regular questões econômicas, sociais e ambientais e, assim, o Estado se exime cada vez mais de responsabilidades coletivas, e a população segue em uma crescente descrença nas políticas institucionalizadas. As empresas privadas e o livre empreendimento passaram a ser vistos como o local de regulação social e propulsores do bem-estar humano.

A vida em comunidade foi sendo preterida de forma ainda mais intensa em favor de comportamentos e discursos sociais de validação das iniciativas individuais, onde o que passa a ser almejado é a liberdade de escolha particular em detrimento dos valores coletivos constituídos historicamente ao longo do tempo. Bordões de convencimento ideológico comercial, repetidos *ad nauseam*, do tipo "faça você mesmo" e "só depende de você", trazem consigo a noção de que as melhorias de vida dependem de atitudes individuais. Tal como a representação artística da divindade romana Janus, a divindade de duas faces, o neoliberalismo, ou a sua primeira face, passa a ideia de estar preocupado com o bem-estar humano, que deve ser realizado através de atitudes empreendedoras individuais baseadas em liberdade de ação prevalecendo o livre mercado, o livre comércio e o direito à propriedade privada. E o todo seria regulado não mais por uma entidade divina, tal como durante muito tempo se defendeu a intervenção do espírito santo, ou pelo poder do Estado, mas pela mão invisível do mercado. Ocorre, contudo, que há também outra face e sob essa perspectiva não se percebe melhoria alguma, mas apenas a teratológica configuração dessa curiosa e traiçoeira hibridação.

Essas transformações sociais transbordam para o Campo do Design. A atividade profissional do *designer* vem passando por grandes modificações nos últimos tempos. Antes, atuavam principalmente na concepção e desenvolvimento de produtos para a indústria, porém, com a reestruturação produtiva, com ascensão das novas tecnologias, com os grandes investimentos na financeirização, preterindo ao incremento da produção industrial e, com a ascensão da ideologia neoliberal, os profissionais da área vem atuando em novos espaços. Hoje, uma parte dos agentes do Campo, têm assumido papéis ligados a lógica de mudanças fragmentadas compatíveis com o que é conhecido como empreendedorismo social – trazendo através de seus métodos de trabalho a ideia de uma ação política, de estratégias não institucionalizadas, isto é, precarizadas ou excluídas dos antigos meios de proteção social.

Para que a população se engaje ao modo de produção capitalista, a ideologia hegemônica é eficiente em fazer com que a população creia que os cidadãos são os principais responsáveis para operar transformações sociais. Isso ocorreria através de atitudes diárias, fragmentadas e empreendedoras que seriam a chave para a redenção do sistema.

- ALVES, G. Toyotismo como ideologia organica da produção capitalista. **Org e Demo**, Marília, v. 1, n. 1, p. 3-15, 2000.
- ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** São Paulo: Cortez, 2015.
- BHERING, E. R. Ernest Mandel: Imprescindível. **EM PAUTA**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 35, p. 37-64, 2015.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, P. **A produção da crença**. 3. ed. Porto Alegre: Zouk, 2001.
- CIPINIUK, A. **Design: o livro dos porquês: o Campo do Design compreendido como produto social**. Rio de Janeiro: Ed. Reflexões, 2014.
- CIPINIUK, A. **O campo do design e a crise do monopólio da crença**. São Paulo: Blucher, 2017.
- CIPINIUK, A. Do Funcional ao Simbólico. O que pensam os pares do Campo do Design e o que ensinam nas salas de aula. **Arqurb**, v. 27, p. 147-160, janeiro-abril 2020.
- DARDOT, L.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2014.
- DIAS, E. F. "Reestruturação produtiva": forma atual da luta de classes. **Revista Outubro**, Campinas, v. 1, p. 45-52, 1998. Disponível em: <<http://outubrorevista.com.br/wp-content/uploads/2015/02/Revista-Outubro-Edic%CC%A7a%CC%83o-1-03.pdf>>. Acesso em: 04 abril 2021.
- FACAS, E. P. G. L. As falácias do culto ao desempenho no mundo do trabalho. **Trabalho (en)cena**, Palmas, p. 1-2, 2018.
- FRANCO, F. et al. O sujeito e a ordem do mercado: gênese teorica do neoliberalismo. In: SAFATLE, V.; JUNIOR, N. D. S.; DUNKER, C. (). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. p. 47-76.
- FRANK, T. *Diplomatique*, 2001. Disponível em: <<https://diplomatie.org.br/o-marketing-da-libertacao-do-capital/>>. Acesso em: 24 outubro 2021.
- FREYSENNET, M.; HIRATA, H. S. Mudanças tecnológicas e participação dos trabalhadores: os Círculos de Controle de Qualidade no Japão. **Rev. Adm. Empres.**, São Paulo, v. 25, n. 3, p. 5-21, Set. 1985. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901985000300001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 08 maio 2021.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 17 edição: maio de 2008. ed. São Paulo: Loyola, 1992.
- HARVEY, D. **O neoliberalismo história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2008.
- JULIER, G. From Design Culture to Design Activism. **Design and Culture**, v. 5, p. 215-236, 2013.
- JULIER, G.; KIMBELL, J. Keeping the System Going: Social Design and the Reproduction of Inequalities in Neoliberal Times. **DesignIssues**, v. 35, p. 12-22, 2019.

LATOUR, B. Um Prometeu cauteloso? Alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). **Agitprop: revista brasileira de design**, 2014.

LUXEMBURGO, R. **A acumulação do capital**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.

MANDEL, E. **O Capitalismo Tardio**. São Paulo: Abril Cultura, 1982.

MANZINI, E. Metaprojeto hoje: guia para uma fase de transição. In: DE MORAES, D. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

MATIAS, I. **Projeto e revolução: do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design**. Florianópolis: Em Debate/UFSC, 2014.

MONACO, F. D. F.; DE MELLO, A. F. M. A Gestão da Qualidade Total e a reestruturação industrial e produtiva: um breve resgate histórico. **RACE**, v. 6, p. 2-26, 2007. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5160870>>. Acesso em: 09 maio 2021.

PEP. **Rio Desis Lab**, 2020. Disponível em: <<http://www.producao.ufrj.br/index.php/br/areas-de-pesquisa/gestao-e-inovacao/laboratorios/laboratorio-gi/1016-rio-desis-lab>>. Acesso em: 12 out. 2020.

SAFATLE, J. D. (). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

SAFATLE, V. A economia é a continuação da psicologia por outros meios: sofrimento psíquico e o neoliberalismo como economia moral. In: SAFATLE, V.; JUNIOR, N. D. S.; DUNKER, C. (). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. p. 17-46.

SAFATLE, V.; JUNIOR, N. S.; DUNKER, C. (). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

SEBRAE. Sebrae, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/cursos_eventos/empreendedorismo-social-organizacoes-que-ajudam-a-transformar-o-pais,4b8b4c64814fc510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=O%20conceito%20do%20empreendedorismo%20social,retorno%20social%20e%20a>. Acesso em: 08 abril 2022.

SEBRAE. **Sebrae**, 2020. Disponível em: <<https://material.rn.sebrae.com.br/impacto-social#rd-section-jsc20351>>. Acesso em: 08 abril 2022.

SEBRAE-SC. **Sebrae**, 2020. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em: 04 julho 2020.

SIEGELBAUM, S.; STERN, A. Design e Neoliberalismo. **Revista Tamanduá**, Rio de Janeiro, p. n-n, 2019. Disponível em: <<http://periodicos.grudar.com/index.php/tamandua/article/view/29/24>>. Tradução Bico, Ingrid Wagner; Heinrich, Fabiana.

TAMEKUNI, . METAPROJETO - o design em busca da inovação por meio da reflexão. **11 PeD Design**, Gramado, 2014. 09. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/11ped/00899.pdf>>. Acesso em: 2022 jan. 24.

WDO.ORG. **World design organization**, 2020. Disponível em: <<https://wdo.org/about/definition/>>. Acesso em: 02 julho 2020.



14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

ESDI Escola Superior de Desenho Industrial

ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing