

## O design enquanto dispositivo: a estética sociopolítica do movimento #EleNão

*Design as a device: the sociopolitical aesthetics of the #EleNão movement*

ALCANTARA, Maria Eugênia Rodrigues; Mestre; Universidade de Brasília

ralcantarame@gmail.com

GARROSSINI, Daniela Favaro; Pós-doutora; Universidade de Brasília

Daniela.garrossini@gmail.com

Este artigo analisa o movimento #EleNão, que se manifestou em espaços físicos e digitais, e através de intenções que se expressam politicamente. Considerando que a manifestação política a nível estético é o que baseia a ordem social, o design ganha posição de dispositivo que influencia cargas simbólicas no cotidiano social, alterando diretamente as questões políticas a nível do sensível. Compreendendo que as sociedades modernas são sustentadas por artifícios imagéticos e simbólicos, o design encontra-se centralmente posicionado na construção destes símbolos dentro das sociedades. Para tanto, este artigo discute questões acerca da apreensão estética do meio e sua posterior compreensão e significação pautada em imaginários. Essa se apresenta pelos atos do #EleNão, de 2018, em que foi possível traçar paralelos socioestéticos entre os espaços onde hoje mais circulam símbolos: a rua e as redes sociais, sintetizando formas de vida através da opinião política.

**Palavras-chave:** estudos em design; político-estético e imaginário.

*This article analyzes the #EleNão movement that manifested itself in physical and digital spaces, and through intentions that were expressed politically. Considering that the political manifestation at the aesthetic level is what underlies the social order, design gains the position of a device that influences symbolic loads in social daily life, directly altering political issues at the sensitive level. Understanding that modern societies are sustained by imagery and symbolic artifices, design is centrally positioned in the construction of these symbols in the societies. Therefore, this article discusses questions about the aesthetic apprehension of the medium and its subsequent understanding and meaning based on imaginaries. This is presented by the acts of the #EleNão of 2018, where it was possible to draw socio-aesthetic parallels between the spaces where today most symbols circulate: the street and social networks, synthesizing ways of life through political opinion.*

**Keywords:** design studies; political-aesthetic and imaginary.

## 1 Introdução

O contexto das eleições brasileiras de 2018 representou um grande ataque à democracia do país, em vista da dramática divergência entre posicionamentos políticos que dividiram a nação. Fenômenos sociais se tornaram nítidos, reverberando manifestações sociais, tal qual o movimento de Design Ativismo. Esse embate evidencia uma disputa política territorial que, do espaço material da cidade, se desdobra dentro do espaço digital – e vice versa –, evidenciando o poder de influência que o espaço imaterial tem efetivamente sobre a sociedade. Quando esse tipo de fenômeno alcança estratégias de influência que se manifesta na organização política de um Estado, percebe-se que se altera drasticamente a configuração do regime político democrático de um país. Divergências entre posicionamentos políticos não surgem por acaso, pois são fruto, naturalmente, de novos contextos espaciais que propiciam tais embates.

Este artigo apresenta uma análise sobre o impacto do design na sociedade através da constituição de significados que organizam a ordem dos possíveis dentro da sociedade. Para amparar esse raciocínio de forma prática, o movimento #EleNão, que ocorreu em 2018, foi observado como marco histórico de articulação política popular, que se inicia no espaço virtual e se desenrola no espaço urbano, este essencial às mudanças jurídicas, como aborda Judith Butler (2019). A intenção foi analisar as cargas simbólicas que fomentam o imaginário (SILVA, 2014) e estabelecem símbolos e estigmas que constituem o “normal” social, bem como o que é a cultura. Essa observação se deu tanto no espaço urbano quanto no espaço virtual, devido ao fato de que hoje a vida prática do sujeito não é passível de separação do que se vive em espaço urbano e do que se vive em espaço virtual.

Com a intenção de discutir o papel do design como dispositivo entre tantas criações que constituem nosso mundo atual, foram abordadas questões acerca da parcialidade do designer em suas criações, constituindo assim as linhas de forças que articulam formas de vida na sociedade. Como o objeto era observar fenômenos que viabilizassem a teoria de que a política começa essencialmente pela estética e de que é justamente nessa estética que se sustentam linhas de forças e seus circuitos de afetos (RANCIÈRE, 2020), foi essencial que o espaço de observação englobasse estas duas instâncias: espaço virtual e espaço urbano. Observou-se práticas de criação e alteração do espaço a partir de suas linhas de força (linhas essas presentes em tudo o que é passível de significação), tendo no design um ponto focal de grande síntese porque é uma ponte comunicacional extremamente abrangente, que revela em si muito de suas intenções.

A metodologia empregada foi revisão bibliográfica, análise dos objetos e entrevistas com designers atuantes no movimento em diversas localidades do país. Além disso, também foram feitas entrevistas com organizadoras dos eventos #EleNão em São Paulo – SP e Goiânia – GO, por uma perspectiva qualitativa e comparativa. Com a análise das entrevistas foi possível visualizar questões acerca da constituição de linhas de força dentro dos objetos oriundos do projeto de design com suas consequentes instaurações de significados, evidenciando uma atuação própria de dispositivo comunicacional a nível do design. Através da discussão e contraposição de tais observações do movimento #EleNão, com foco em questões de

formação social, bem como subjetiva a nível psicanalítico, foi possível perceber o impacto simbólico que o sujeito socializado sofre através da articulação estética da política ao nível do sensível.

## 2 A estética na partilha do sensível

Para entender como o design se articula em forma de influência social, é importante entender inicialmente que os encontros e as trocas de experiências e conformações de grupos sociais e suas formas de vida estão intrinsecamente ligados ao espaço. É o espaço que atua como mediador das relações. A partir da literatura de Milton Santos (2006) sobre as técnicas e suas influências sobre as práticas no espaço, é possível perceber como o meio atualiza e é atualizado pelas técnicas oriundas das demandas dos seres humanos que ocupam o espaço. Redimensionando essa perspectiva aos avanços tecnológicos de hoje, acrescenta-se uma nova camada ao espaço, isto é, o espaço digital, que se sustenta a partir de um conjunto de técnicas e tecnologias que o situa como extensão do espaço físico e exerce grande influência sobre a conformação de territórios. Nesse sentido, apresentou-se uma grande importância de se entender esse entrelaçar de realidades materiais e imateriais para uma melhor compreensão do impacto das cargas simbólicas na vida social.

A construção da realidade por meio da percepção mostrou-se como um ponto chave para essa análise. Portanto, a observação do que vem a influenciar essa interpretação, a nível externo ao corpo, é tão importante quanto a compreensão da subjetivação que cada um passa para interpretar essas informações oriundas do afeto, isto é, a nível interno do corpo. Foi preciso entender tanto a construção da interpretação dentro do sujeito, quanto a construção do que se presta a ser interpretado, no exterior do sujeito. Percebeu-se que o processo de signo se utiliza de técnicas e objetos técnicos para fazer face ao público, a fim de afetá-lo. Por isso, tanto as peças imbuídas de signos, quanto os meios que são utilizados para a construção de significados, fizeram parte do que se levou em consideração para a análise que se apresenta neste artigo. Essa demanda de amplitude de visão fez-se necessária porque foi percebido que muitas questões de significação são diretamente relacionadas aos meios tecnológicos que o viabilizam, isto é, viabilizam uma realidade imaterial e ficcional como extensão do território físico da cidade.

A política, por sua vez, representa grande e significativa parte da compreensão do espaço por meio da captação estética, sendo o ponto de vínculo entre a construção da noção de realidade que, na sociedade contemporânea, origina-se do meio digital e também do meio físico do espaço. Portanto, a política mostra-se como um vínculo entre essas duas instâncias de um mesmo espaço, porque tanto o meio digital quanto o material resultam no mesmo ponto: a construção da interpretação de realidade do sujeito e sua consequente formação de opinião e posicionamento em relação às transformações do espaço.

Por isso, a política se torna o grande elo entre esse mundo analógico e o mundo digital. Então, considerando que toda comunicação exercida é uma prática política, o mundo digital - tal qual o mundo analógico do espaço material - estabelece constantes comunicações das comunidades porque essas não se limitam apenas à comunicação digital (principalmente a população mais pobre, que nem sempre tem pleno acesso ao espaço digital, mas que, naturalmente, trabalha e circula muito mais pelo espaço físico/urbano do que pelo espaço digital). Esta visão evidenciou que existem diversas formas de estabelecer comunicação e instigar o pensamento, onde, a organização urbanística, por exemplo, é capaz de transferir informações por si só, assim como a própria população instaura seus próprios modos de

comunicação clandestina que se desviam das linhas de poder hegemônicas. Na dinâmica da sociedade, a comunicação é essencial para que a população viabilize seus desejos e necessidades. Para isso, utilizam-se de diversos meios que viabilizam a troca informacional. A exemplo, placas, pixos e materiais impressos espalhadas pelas ruas das cidades.

Figura 1 – Exemplo de diversos meios que viabilizam a troca informacional



Fonte: Acervo Pessoal (2022)

Figura 2 – Exemplo de diversos meios que viabilizam a troca informacional



Fonte: Acervo Pessoal (2022)

Figura 3 – Exemplo de diversos meios que viabilizam a troca informacional



Fonte: Acervo Pessoal (2022)

Figura 4 – Exemplo de diversos meios que viabilizam a troca informacional



Fonte: Acervo Pessoal (2022)

O design se encontra nessa troca como grande mediador desses meios de propagar a informação através da maneira mais efetiva possível. É dessa informação dissipada em seus múltiplos meios que se baseia significativa parcela da política contemporânea. A articulação do design acaba por estar inserida tanto na manipulação quanto na simples mediação da informação. Portanto, a comunicação é esse mecanismo de agenciamento de formas de vida, tanto em espaço virtual, quanto em espaço urbano. Se é a comunicação que une esses dois espaços em forma de noção de realidade, é especificamente na comunicação que se enxertam os meios de ação das forças de poder que alteram a leitura do espaço e, consequentemente,



da política. Considerando isso, as observações feitas sobre o movimento #EleNão, de 2018, bem como seus desdobramentos em espaço digital (que influenciaram e alteraram o próprio território assim como a opinião política que materializa uma força política), considerou-se que o ato teve capacidade comunicativa direta entre as comunidades, sustentando os diversos pontos teóricos que suscitaram este artigo.

### **3 O lugar social do design**

Interpretando as vozes, pensamentos e posicionamentos que circularam pelo movimento #EleNão, o corpo político é analisado por ser uma expressão oriunda da própria comunidade, com o parâmetro dos dois espaços aqui abordados: virtual e urbano. Portanto, as intervenções – com suas diversas origens e ecologias - representam uma expressão genuína de subjetividade coletiva, de forma subversiva às instituições e autoridades hegemônicas de comunicação em massa. Essa forma de comunicação se fez legítima por conseguir se comunicar com classes sociais vastas (evidenciado no próprio movimento), onde haviam mulheres (em predominância), homens e pessoas de gêneros não-binários de diversos espectros políticos da esquerda à direita. Também foi observado a produção visual e as articulações comunicacionais traçadas a partir dos projetos e campanhas, bem como das estratégias de veiculações, tanto no meio digital (com textos, imagens, discussões e rodas virtuais), quanto no meio urbano físico (através de protestos, atos e intervenções) como um método de comunicação direta dos cidadãos.

Essa decisão direcional foi tomada por levar em conta que a construção simbólica que constitui a sociedade se dá por meio dessas trocas comunicacionais de diversas naturezas. Conforme afirma Rancière (2020), em consonância com Safatle (2018), a política acontece antes mesmo de se racionalizar sobre, porque a política já existe no âmbito do dividir um mesmo espaço de convívio, ou seja, da percepção da existência e complexidade do outro. Trazendo essa perspectiva psíquica para a organização social, essa divisão do mesmo meio sensível é o que coloca questões e organizações políticas em nível estético e, consequentemente, também em nível prático, já que, segundo Rancière (2020, p. 17), a política é feita “do que se vê e o que se pode dizer sobre o que é visto; de quem tem competência para ver e qualidade para dizer; das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo”. Nesse sentido, os objetos analisados construíram uma base de afecção que permeou o cotidiano das pessoas, tanto no virtual quanto na urbe, instaurando as formas de vida que constituem e dão parâmetro à sociedade.

Acreditando, portanto, que a política tem sua base fundamental na estética e entendendo que a manutenção desta política se dá por meio das trocas simbólicas na partilha do sensível cotidiano – que, por sua vez, suscita a potência do pensar – o design se provou como um grande agente político, por instigar a potência do pensar desde o projeto ao agenciamento da forma final do que se produz, dada a sua vasta capacidade formal que varia entre produções gráficas, de artefatos, de urbanismo, de interfaces e etc. Atribui-se ao design, portanto, a construção e mediação da carga simbólica através de diversas mídias que baseiam a leitura de realidade dos sujeitos.

Por estar em um espaço de mediação de forças de poderes da sociedade, isto é, em suas convivências e relações, o Design é aqui tomado como um dispositivo. Esse termo vem dos estudos de Foucault e é empregado para definir veículos de forças de poder em suas diversas possibilidades de materialização. No entanto, a definição de dispositivo tomada neste artigo é a de Agamben (2009, p. 28-29) que, resumidamente, define, tal qual como Foucault, por “Um

conjunto heterogêneo linguístico e não-linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas, etc”. (AGAMBEN, 2009, p. 28-29).

Acresce-se o ponto de vista de Foucault, que diz que ‘dispositivo’ pode vir a ser qualquer coisa que veicule linhas de forças. Por tanto, neste artigo, Design é considerado um dispositivo por ter capacidades de veiculação de linhas de forças oriundas de poderes em constante disputa dentro do espaço social. Ampliando o olhar sobre as constituições da subjetivação do corpo político da sociedade, o design prova-se como peça de grande predominância na construção dos desejos de individualização dos sujeitos, pois é preciso levar em conta que as democracias liberais são fundamentalmente constituídas pela própria individualização dos sujeitos.

Logo, infelizmente é comum que a elaboração simbólica na atividade do designer se apoie em uma projeção para além da circunstância do objeto (isto é, quando o design vira meramente Marketing) que, por convenção social, passa a ser uma “entidade autônoma que se estabelece sem conexão com seu contexto. [...] Um símbolo alienado a seu meio” (SANTOS, 1986). Por isso, Milton Santos (1986, p. 25) fala que “não é o sujeito que se engana, mas sim a realidade que o engana”.

O espaço é tomado por artificialidades, isto é, artefatos construídos por produção proposital de coisas e imagens. Tudo o que a mão humana produz, portanto, é carregado de intencionalidade. É símbolo de uma intenção, ainda que seu significado não seja estável. Por isso, o design é incapaz de alcançar imparcialidade, já que qualquer mediação que faz, traz consigo construções anteriores que levam consigo linhas de forças oriundas de poderes em disputa de hegemonia constantemente em nosso cotidiano. Por essa perspectiva, reforça-se a premissa de que o design é um dispositivo e por esse motivo a consciência da epistemologia de uma produção motivou toda a construção desta análise, por acreditar que isso faz parte essencial de um pensamento crítico, filosófico e ético dos estudos em design, em vista da amplitude de significações que um projeto abrange. Esta é toda a camada artificial do mundo.

A construção de mundo é oriunda de sistemas de símbolos organizados em códigos a serem captados e decifrados e o design atua nessa construção simbólica do meio. Flusser (2017, p. 86) explica que “o objetivo do mundo codificado que nos circunda [é] que esqueçamos que ele consiste num tecido artificial que esconde uma natureza sem significado, sem sentido, por ele representada”. A transformação do que se vê em uma compreensão, isto é, em uma organização é, necessariamente, a conversão de estímulos estéticos em códigos interpretativos. A comunicação se dá por meio desses códigos criados entre os seres humanos e que, portanto, é fruto de um processo artificial. No entanto, nos acostumamos com essa artificialidade que passa a permear toda a existência com muita naturalidade e, então, os códigos passam a fazer parte de nós como se fossem orgânicos e inerentes. O ponto de vista de Flusser (2017) procura retirar toda a carga simbólica que compõe a compreensão de vida, mundo e existência, pela intenção de explicar como tudo o que entendemos como mundo, de forma naturalizada e incorporada em nossa constituição de “ser”, nada mais é que um conjunto de construções simbólicas e convenções sociais.

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

de cada um. Entende-se que essa mediação ocorre justamente pela manutenção da percepção, de ordem do imaginário. Em função disto, é possível entender como ocorre uma censura pela interiorização da norma dentro do próprio sujeito, determinando sutilmente o que lhe cabe sentir e perceber. Entendendo essa lógica, compreende-se como a estética influencia na construção da imagem do espaço no sujeito. Percebeu-se, portanto, que a estética e a produção de imagens realmente podem ser uma parte essencial em estratégias políticas de diversas escalas e origens.

#### **4 Imaginário: a articulação simbólica do sujeito em sociedade**

Considerando, portanto, que o aspecto estético é parte fundamental na constituição de sujeito e, conseqüentemente, de corpo social e político, é essencial que se tenha em mente a estrutura fundadora da imagem mental. Lynch (1960) explica que a imaginabilidade (conjunto de informações que formam o significado) está diretamente ligada à cognição perceptiva do espaço, somado a seus significados subjetivos. Entendendo, portanto, que a geração da imagem mental depende deste conjunto perceptivo e subjetivo, outro nível de investigação se tornou necessária: a psicanalítica. Em busca de entender como acontecem as subjetivações pelo mecanismo de percepção e interpretação da leitura do espaço, a significação que revela uma interpretação da imagem mental que foi feita do espaço, é diretamente ligada aos afetos que tocam e influenciam o sujeito, marcando seu inconsciente. Portanto, para uma compreensão completa desse mecanismo de cognição observado, a teoria de ‘imaginários’ complementou essencialmente a fundamentação desta análise.

Pela argumentação de Silva (2014, p. 13), os imaginários são o oposto do simbólico, ainda que “não signifique que possamos conhecer o imaginário sem elaboração secundária, sem códigos”. Sendo assim, é possível aproximar o imaginário ao desejo como impulso, ao sentimento anterior à compreensão racional que o sujeito faz. É desse impulso de origem subjetiva de cada sujeito e baseado em uma bagagem de experiências pessoais, que vem a imagem mental discutida por Lynch (c1960) que possui função de síntese, tomando agora, mais especificamente, a forma de “significação da imagem mental”. O imaginário, então, se mostra como um primeiro material imagético do inconsciente em que, posteriormente, se agregará significados, gerando interpretação.

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



mitos: “classificá-los a fim de entender como se comportam uns com os outros e então averiguar por que vivem assim.” (SILVA, 2014, p. 35).

Entendendo que o imaginário atua na percepção da legibilidade do meio (mais especificamente no ato da criação de coerência da imagem mental, à nível do inconsciente), constata-se que a imagem mental acaba por ser muito afetada pelos “cruzamentos fantasiosos da construção social e passa a ser incorporada pelos cidadãos reais da cidade.” (SILVA, 2014, p. 35). Quando uma quantidade significativa de pessoas passa a ver um lugar de uma determinada maneira (normalmente em decorrência de alguma forma de propagação de informação em massa, por exemplo, notícias ou boatos), esse lugar adquire uma determinada característica na percepção urbana oriunda do coletivo, concretizando a construção imaginária urbana e atestando que o imaginário afetou o simbólico. Dessa forma, não se vê o que está adiante, mas sim o que se imagina coletivamente e assim é imposto como percepção (SILVA, 2014, p. 35). Cristaliza-se uma ligeira censura, não pelo fato de ocultar pelo brusco corte, mas pelo “adestramento” do que se vê, evidenciando como uma censura a nível estético é capaz de moldar o que se faz visto.

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

## **5 O elo político: espaço virtual e urbano**

Os avanços tecnológicos possibilitaram a criação de um espaço, em teoria, tão público quanto a rua: a web, colocando, assim, o mundo digital como praça pública de discussão política. A observação aqui apresentada se deu por esses dois espaços e suas retro-movimentações simbólico-discursivas, bem como as possíveis interferências entre esses espaços, a fim de perceber tendências de linhas de força que compõem cargas simbólicas.

O movimento #EleNão, de 2018, constituiu o cenário ideal para a observação dos pontos teórico-discursivos aqui argumentados. O ato partiu da articulação de mulheres de diversas origens e posições políticas, que se colocam contra as violências proferidas e representadas pelo então candidato do PSL, Jair Bolsonaro, que muito comumente se voltava contra a liberdade e respeito às formas de vida não normativas e, principalmente, contra as mulheres. A disseminação do evento aconteceu muito através de redes sociais e aconteceu efetivamente tanto no ambiente virtual quanto no off-line da rua e seu urbanismo. Segundo a matéria jornalística do El País, foram registrados na plataforma do Facebook, em média, um total de 299 eventos “Contra Bolsonaro”, dos quais 195 tinham ligação direta com a manifestação de rua articulada para o dia 29 de setembro de 2018 (BECKER, 2018).

O movimento foi muito significativo por ter gerado uma coalizão mais transversal, se sobrepondo às bolhas das redes sociais, direcionado a um mesmo fim: o rechaço, principalmente das mulheres, a Bolsonaro. Tal questão fica evidente quando observa-se os dados de pesquisas de intenção de votos da época, onde constava, segundo o Datafolha, que 52% das mulheres votantes do país rejeitavam o candidato (BECKER, 2018). Ainda com a maior

quantidade de seguidores no Facebook, as movimentações a favor de Bolsonaro seguiram ainda muito inferiores ao engajamento que as campanhas voltadas contra o candidato. Arelado a esses fatos, ataques e tentativas de desmoralizar o movimento #EleNão foram feitas por parte de figuras próximas do candidato, a fim de desacreditar a movimentação que, no entanto, acabaram por intensificar ainda mais a disseminação do movimento por meio das denúncias a tais ataques.

Esse acontecimento reforçou ainda mais a força de coalizão do movimento, que se mostrava contundente e independente de lideranças ou posições políticas marcadas. A movimentação se tornou literalmente “mulheres contra Bolsonaro”, por uma compreensão generalizada do grupo acerca da derrota simbólica que tal candidato representava, bem como por divergências de pautas administrativas e econômicas do candidato e, principalmente, de questões humanas que atingem diretamente mulheres, pelo simples fato de serem mulheres. Por isso, a coalizão foi de grande impacto.

As redes sociais foram fundamentais na organização e disseminação do movimento que, ao todo, juntou mais de 100 mil mulheres nas ruas em todo o país. O movimento, antes mesmo de ser considerado “falho” por parte de alguns homens da esquerda (que responsabilizaram o ato por não ter impedido a eleição de Bolsonaro), deve ser tratado com sua devida importância e tamanho, em vista de ter sido o maior movimento protagonizado por mulheres contra um candidato tão simbólico ao desrespeito e subjugamento de mulheres, dentre outras classes que se encontram enquanto minorias amplamente negligenciadas. O movimento teve, incontestavelmente, histórica relevância por apresentar a reivindicação e coalizão de mulheres que comumente são apagadas e silenciadas das lutas e da sociedade de forma geral. Portanto, o movimento foi observado por sua riqueza de conteúdo cultural e simbólico, articulados por meio do design tanto em âmbito digital quanto no urbano.

## 6 Percurso metodológico

A manifestação puxada pela hashtag #EleNão atuou pelas redes sociais e se transformou em uma manifestação apartidária, ganhando autonomia e estética própria. Observando a origem do movimento, é possível perceber a aderência que ganhou por meio da famosa peça gráfica que foi um dos fatores preponderantes à ignição da super veiculação da hashtag nas redes sociais. A frase nasceu de uma arte feita pelo estudante de letras, Militão Queiroz, com os dizeres “Ele não” (Figura 5).

Figura 5 – Arte “Ele não” por Militão Queiroz



Fonte: Militão (2018)

Como resultado dessa disseminação de memes e, após ataques contra grupos virtuais de “Mulheres contra Bolsonaro”, ocorreu uma grande reação em cadeia. Segundo matéria do jornal El País (BECKER, 2018), em análise da manifestação #EleNão do dia 29 de setembro de 2018, o que culminou o movimento foi a retaliação aos apoiadores do presidente, Jair Bolsonaro. Após os ataques, a hashtag que dá nome ao movimento entrou para os Trending Topics do Twitter, como consta em estudos feitos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic). Nesse momento, o movimento ganha corpo sem qualquer vinculação partidária explícita ou de movimentos sociais específicos.

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

A metodologia empregada foi articulada com foco no campo de ação que o movimento organizou em sua construção e execução, isto é, em lugares do espaço virtual (redes sociais) e lugares do espaço urbano (atos e derivados em espaços públicos). A partir da seleção dos principais eventos das capitais com maior repercussão (São Paulo, Rio de Janeiro, Vitória, Brasília, Belo Horizonte, Goiânia e Recife), uma busca pelos rastros digitais dessas organizações possibilitou que fossem encontrados os principais eventos de cada cidade. Os eventos foram articulados pela plataforma de rede social Facebook e disseminados por plataformas como

Twitter e Instagram. Por meio dos eventos organizados pelo Facebook (Figuras 17 e 18), foi possível contactar as organizadoras dos eventos para que as entrevistas pudessem ser agendadas.

As entrevistas foram feitas com organizadoras do evento e artistas, e foram feitas por videochamadas e por escrito, através de emails. Os artistas entrevistados foram escolhidos por suas relevâncias: artes que se disseminaram fortemente no espaço virtual e urbano durante o movimento #EleNão, mas, principalmente, pela visualidade nos próprios atos. Ao todo, foram convidados 2 organizadoras: Michely Coutinho (GO) e Fábria Karklin (SP), e 6 artistas e/ou designers: 3 homens e 3 mulheres. No entanto, apenas Gladson Targa, Rapha Baggas, Militão Queiroz e Juliana Pina haviam respondido até o prazo determinado. Os relatos obtidos englobam entrevistas das organizadoras dos atos nas cidades de São Paulo – SP e Goiânia – GO, bem como de designers de Curitiba – PR, Brasília – DF, Limoeiro do Norte – CE e Salvador – BA. Como as entrevistas foram realizadas no ano de 2021, a maioria das organizadoras já não estavam com perfil ativo no Facebook, o que culminou em apenas 2 entrevistas de organizadoras do evento pro ato nas cidades de São Paulo – SP e Goiânia – GO. Com as entrevistas também foi possível perceber que os formatos de articulação em cada rede eram diferentes: no Facebook, a movimentação foi puxada por grupos de mulheres. Esses grupos já eram um espaço comum da rede social, sendo alguns já organizados por movimentos políticos tradicionais, outros derivados de grupos de discussões feministas sem vínculo político-partidário. Ao contrário do que se imaginava a princípio, a mediação estética do design como algo apenas imagético não foi o cerne potencial da mediação e comunicação do design, pois percebeu-se que muito dessa articulação se deu, a princípio, por meio do design das plataformas das redes sociais e, secundariamente, pelas imagens veiculadas pelas plataformas.

Figura 6 – Fotos das manifestações em todo o país



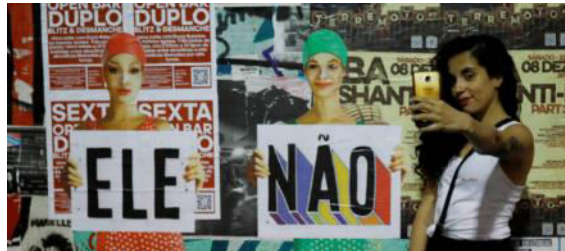
Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 7 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 8 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 9 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 10 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 11 – Fotos das manifestações em todo o país





Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 12 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

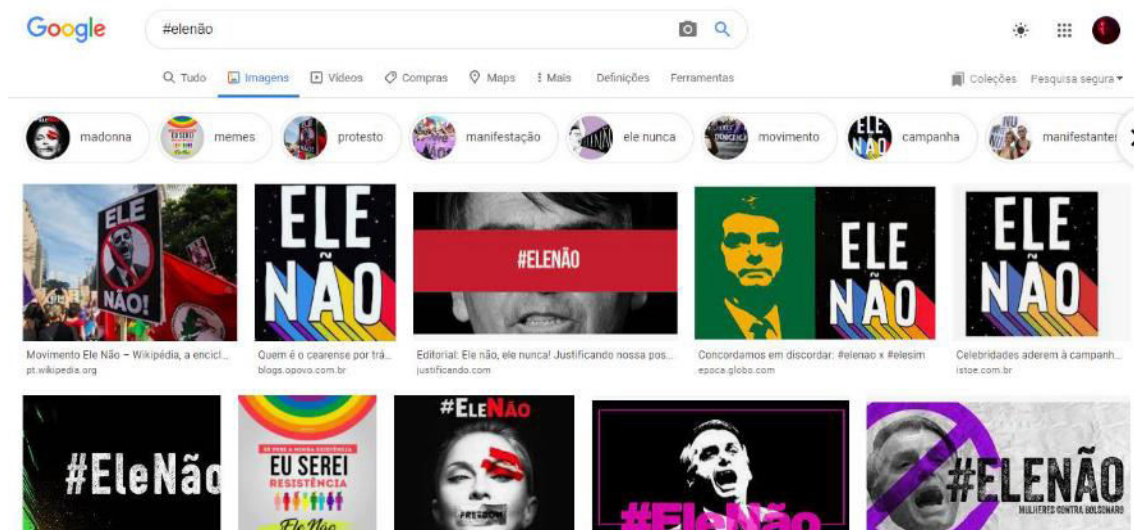
Figura 13 – Fotos das manifestações em todo o país



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

A atuação mais imagetivamente direcionada do design se mostrou muito mais influente no espaço urbano, quando os atos ganharam as ruas (Figuras 6 à 13) - mas não apenas. Enquanto os grupos de feministas se reuniam e criavam uma coalizão de mulheres através do acolhimento de relatos de abusos e casos de machismo instigados diretamente pelas disputas políticas; designers pulverizavam nas redes, críticas visuais que geravam discussões sobre o cenário político. Essa disseminação das artes ganhou um nome e um movimento que se engajou com essa proposta de dar pautas para discussões: o Design Ativismo. O que, para muitos artistas e designers, era uma atividade paralela à vida profissional, passou a ganhar grande visibilidade nas discussões do espectro político. O caso mais visível dessa situação se deu com o autor da imagem mais disseminada do movimento #EleNão na internet: o ELE NÃO com fundo escuro e letras coloridas criado por Militão Queiroz (Figura 14).

Figura 14 – Resultado de busca por “#EleNão” no Google Imagens



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

## 7 O design entre sujeito e meio

Ao longo dos relatos nas entrevistas, foi possível perceber que o design atua como organização da realidade em diversos níveis: desde a “timeline” do Facebook e do Instagram, que desenrola histórias sobre o mundo, de forma personalizada a cada um (por meio dos algoritmos das plataformas), quanto através das próprias histórias que um texto ou imagem é capaz de trazer, afetando pela empatia, ou mesmo pela curiosidade de algo novo, que surge da desassociação das manifestações às estratégias visuais tradicionais já pouco apelativas à grande população, que carregam em si, estigmas (sob a perspectiva das organizadoras, como consta na entrevistas). Em todos esses casos, o design organiza os signos e significados que foram planejados, desde uma cor à uma frase. Evidencia-se que, desde um formato de distribuição de mídia à sua utilização, sempre carrega consigo uma intencionalidade projetada.

Figura 15 – Fotos da manifestação #EleNão



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

Figura 16 – Fotos da manifestação #EleNão



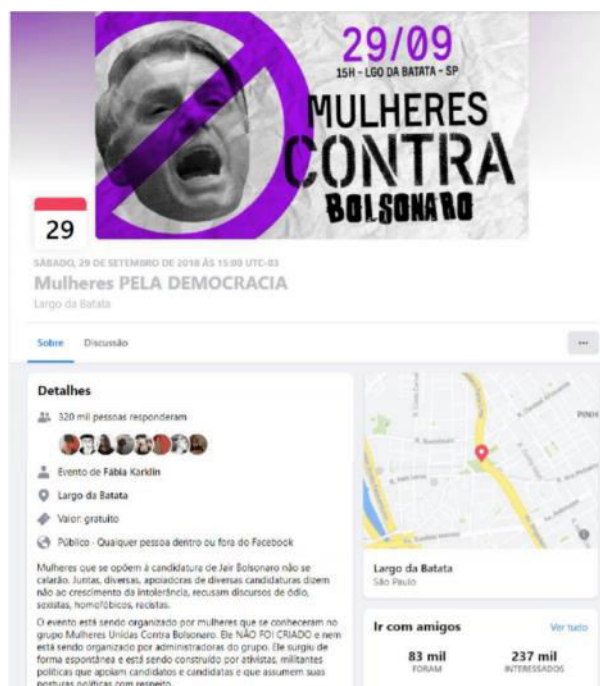
Fonte: Folha de São Paulo (2018)

O ato #EleNão e todas as estratégias que o viabilizaram possuíam inúmeras articulações de design em suas linhas de produção, que alteram efetivamente toda uma ordem estética, e que por sua vez são atos políticos e concretos no espaço. Em uma fala pontual, Michely (organizadora do ato em Goiânia - GO) sintetiza toda a relação dos espaços (urbano e cyber) com a política: *“Nada substitui o corpo presencial [na rua], da mesma forma que nada substitui*



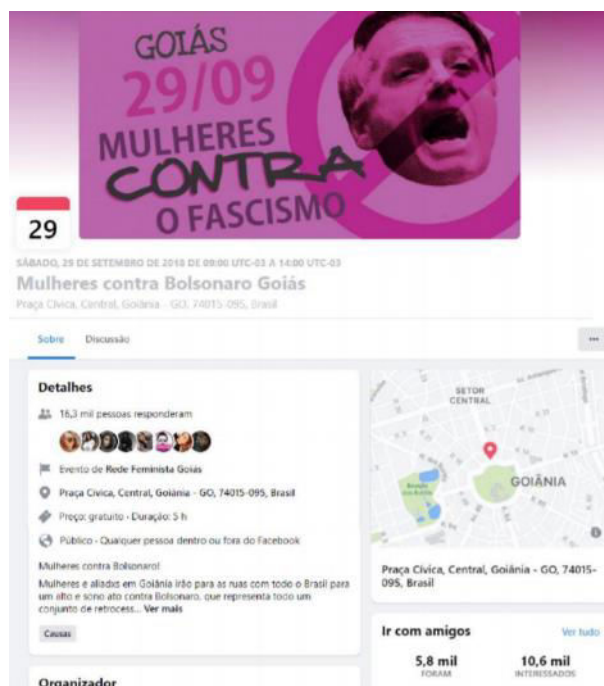
o alcance da internet” (Figuras 15). Nesse sentido, evidencia-se o entrelaçar desses espaços como ação e causalidade. Tornou-se evidente como a tela media esses espaços onde o corpo sozinho é incapaz de chegar. Veicula afecções estéticas, que afetam o público, dando sentido ao que o sujeito percebe, com base no que tem de bagagem capacitadora de identificação para tanto. Quando motivou em muitos uma discussão generalizada, a pauta ganhou espaço de visibilidade e assim a hashtag #EleNão chegou aos Trending Topics do Twitter.

Figura 17 – Imagens dos eventos no Facebook



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Figura 18 – Imagens dos eventos no Facebook



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Como foi muito apontado nas entrevistas, as organizadoras associam fortemente o sucesso desses atos nacionais à clareza e objetividade da comunicação em discurso e na produção imagética, que, como poucas vezes, foi sucinta, direta e objetiva: #EleNão. Além disso, esse grande alcance da pauta também se deve à iminente violência generalizada que mulheres e minorias, sempre muito ameaçadas por Bolsonaro, já temiam há muito tempo. Esses atores já conheciam o candidato e sentiam o risco iminente que tal candidatura significava, logo, para as comunidades LGBT e feministas, Bolsonaro já significava uma carga bem estruturada de retrocessos e violências; o que explica a participação em peso de mulheres de diversos posicionamentos políticos e da comunidade LGBT. Há uma linha reta traçada às experiências dessas pessoas com Jair Bolsonaro, fazendo com que seus significados sejam remetidos ao medo íntimo e individual de poder sofrer consequências por seus discursos de ódio. Ao design ficou a responsabilidade de ordenar esses afetos ao público correto e não por acaso, o movimento #EleNão foi insistentemente caracterizado como um dos atos mais artísticos vivenciados por parte de todos os entrevistados.

Os afetos alcançam por meio das assimilações entre meio e sujeito; e a internet alcança os sujeitos como nada antes poderia alcançar. A internet afeta pela tela, através da história que veicula e acende medos e esperanças em cada um, tocando em seus íntimos desejos – traçando similitudes dentro de cada um, tornando o assunto relevante; digno de uma opinião ou participação. Um por um, faz-se a teia social. O sucesso do movimento se deu especificamente porque lidou com o íntimo de muitos: o medo e, consequentemente, a esperança.

É importantíssimo também observar o projeto de experimentação social em que as redes sociais se tornaram, em especial, nesse caso eleitoral. É evidente que a articulação das redes se dá por meio da psique e seu sucesso se dá exatamente por isso. Apesar de individualizarem as referências de toda uma população, potencializando a alienação e transformando apenas o medo ou a esperança em espaços comuns, o que se evidencia com o movimento #EleNão é,



em partes, uma espécie de articulação emancipatória disso. Apesar da grande representação de individualização social que as redes sociais representam, enquanto alguns a utilizam pela dominação, alienando pelo medo; há também o espaço de emancipação, tornando assim o design e suas visualidades, em algo essencial para a afecção e aproximação entre público e assunto. Isso é algo que se provou pelo relato de Michely, por exemplo, quando fala que foi a primeira vez em que a estética dos conteúdos do ato se manteve mais objetiva e sem interferência da estética comumente utilizada pela esquerda (com muitas palavras de ordem e com a cor tradicionalmente vermelha), e que se evidenciou pelo número de novas pessoas que compareceram ao ato como nunca havia ocorrido antes.

Apesar da lógica individualista que move o projeto dessas plataformas de rede social, ante o grande problema posto às ciências humanas, e diante de um mecanismo da proporção que as redes sociais representam, alternativas só poderiam se materializar através de adaptações, gambiarras e hackeamentos dentro do próprio sistema. Ainda que redes sociais retirem perspectivas da realidade, por outro lado disseminam discussões sobre esse próprio tema e também conectam quem está disposto a questionar. É por esse aspecto do simulacro da tela que novas possibilidades passam a circular, não como ideia utópica de um possível alcance, mas – parafraseando Rancière (2020, p. 60) – “como operários que devolvem à utopia seu caráter de ‘irrealidade’ prática, bem como seus arranjos de palavras e imagens, próprias para a reconfiguração do território visível, do pensável e do possível” porque, apesar dos desafios que a realidade nos impõe, é a partir desses desafios mesmos que nasce a potência de solução. Nesse sentido, segundo Rancière (2020, p. 60), “[a arte] introduz nos corpos coletivos imaginários, linhas de fratura, de desincorporação”. A circulação desses quase-corpos determinam modificações na percepção sensível do comum, da relação entre o comum da língua e a distribuição sensível dos espaços e ocupações. Desenham, assim, comunidades que contribuem para a formação de coletivos de enunciação que repõem em questão a distribuição dos papéis, dos territórios e das linguagens – em resumo, desses sujeitos políticos que recolocam em causa a partilha do sensível.

A mesma internet que segrega também conecta saberes. Através das discussões e problematizações do Twitter, do Facebook e de grupos de WhatsApp, a hashtag cresceu e alcançou ainda mais pessoas. A visibilidade é o princípio da identificação. Assim, milhares de pessoas tomaram as ruas, por um movimento oriundo de um “não-lugar” (isto é: a tela a que Marc Augé aborda), mas que impulsionou ao mesmo lugar: o Largo da Batata, a Praça do Papa, a Praça Cívica e tantos outros. Todos juntos no mesmo momento, com as mesmas convicções, esperanças, medos e anseios. Quando Butler (2019, p. 65) questiona: “Como a população sem fala pode falar e fazer as suas reivindicações? Que tipo de rompimento é esse no campo do poder? E como essas populações podem reivindicar aquilo de que necessitam para persistir?”, são através de mecanismos como a internet e o design que se mediam e dão forma às performatividades das ruas, que baseiam direitos fundamentais através de atos, greves e manifestações de forma geral.

## 8 Considerações finais

As considerações alcançadas a partir da análise do material foi de que o design proporciona a organização social porque atua por meio da estética, compondo o ambiente no qual os sujeitos se encontram. O sujeito é um ser social e, por esse fato, depende de formas comunicacionais de trocas de informação para sua sobrevivência, por isso o ambiente em que o sujeito está inserido é completamente decodificado para que ele ali consiga estar em segurança e com seus desejos essenciais ao alcance. A consequência da leitura de um espaço é

a sua natural decodificação (LYNCH, 1960). A isso se chama “afeto”. Como toda mudança começa pelo sujeito, e é pelo sujeito que o design se articula, é natural que haja a demanda de tais trocas com o meio, e que, sendo o meio composto por inúmeros sujeitos, o espaço torna-se cenário de trocas intensas de diversos desejos que ocasionalmente se chocam uns com os outros, fazendo com que surja a política. Por isso, a política é intrinsecamente ligada ao corpo vivo que ocupa um espaço, sendo todo espaço parte de um comum e, portanto, parte de disputas entre desejos concomitantes.

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

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

Com a observação das análises feitas a nível das influências que o movimento #EleNão foi capaz de exercer nos espaços sociais contemporâneos – isto é, espaço virtual da internet e urbano da concretude cidadina – foi possível perceber uma longa linha de criações que propiciaram que tais significados fossem articulados como se deram. Desde a cor vermelha tradicionalmente ligada aos movimentos sociais; a cor roxa ligada ao feminismo; até mesmo a programação que dispõe modos de usos de plataformas a até a organização de pensamento de usuário para quaisquer que sejam as criações, perpassam por uma intencionalidade criativa própria do design, a nível de visualização de um propósito e articulação de meios para seu alcance.

Pela análise visualizou-se essa linha de artefatos produzidos, com impacto nos afetos, que passam pela articulação de uma transformação política. A política como fim focal aqui é simplesmente o ponto final de qualquer articulação social e, tendo o design articulação a nível social, a política acaba por ser um espaço nítido das consequências dos projetos. Sendo o design um articulador e mediador de afetos, é importante trazer também a atenção da responsabilidade do que se produz e a necessidade de atenção à pluralidade da reflexão no design. Margolin (2014, p. 307) fala de como “é preciso levar o pensamento de design a se preocupar com a situação maior em que o produto existiria” e parafraseia John Chris Jones: “é mais verdadeiro dizer que os métodos do design se destinam ao projeto de ‘todas-as-coisas-juntas’, a situação, [...] significando funções e os usos das coisas, os ‘sistemas’ em que elas são organizadas ou os ‘ambientes’ em que elas operam.” (JONES apud MARGOLIN, 2014, p. 307). Esses sistemas abordados são: “os conjuntos operacionais de que a vida moderna está sendo formada e produzida: sistemas de trânsitos, programas de computador, programas educacionais, hipermercados e etc. Essa é a escala do design” (MARGOLIN, 2014, p. 307), realocando as proporções tradicionalmente imaginadas isoladas no design.

Margolin (2014, p. 307) ainda acrescenta: “qualquer juízo ou experiência que tenha sido usado para criar os programas [softwares] deve agora ser a eles incorporado e conseqüentemente ser observável”, pois, como é possível visualizar pela própria experiência das relações das

redes sociais com articulações políticas, essas plataformas se provam muito mais do que meras veiculadoras de anúncios, mas como grandes máquinas de alienação em massa. O Facebook é um grande exemplo disso que Margolin (2014) argumenta ao chamar a atenção da responsabilidade dos programas criados, devendo caber nesses projetos as motivações e ambições de quem projeta, de forma observável, como compromisso de transparência do que estrutura tais iniciativas. Por isso, o que Margolin propõe é uma perspectiva mais filosófica acerca das produções do design; explicando que o mais importante é melhorar a educação do ensino de design, considerando a cultura, história e filosofia, pois sem essas perspectivas acrescentadas no processo de design, ‘teremos apenas um fluxo contínuo de pequenos designers e artesãos, ou, na melhor das hipóteses, de pessoas de paste-up’ (MARGOLIN, 2014, p. 175), por isso é urgente a providência de uma estrutura cultural no ensino de design.

É por acreditar nessa dimensão ampla do design que esta pesquisa se fundamentou no desejo de evidenciar esta longa jornada de ordem projetual e de manufatura que fundamenta toda a ordem do design. O objetivo de observar uma manifestação política de ordem cyber e urbana para abarcar toda a imensidão a qual o design perpassa, conclui, portanto, que o pensamento histórico, social e filosófico dentro do design é uma necessidade urgente para a educação de tantas novas gerações que vêm se formando sem a consciência das consequências sociais reais do que produzem.

## 9 Referências

AGAMBEN, Giorgio. **Meios sem fim: notas sobre a política**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?: e outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2009.

**Atos de mulheres contra Bolsonaro reúnem milhares em mais de 30 cidades**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 29 set. 2018. Poder. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/atos-de-mulheres-contr-bolsonaro-reunem-milhares-em-mais-de-30-cidades.shtml>. Acesso em: 12 jul. 2021.

AUGÉ, Marc. **Não-Lugar: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2003.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BECKER, Fernanda. **#EleNão: após tomar as redes, movimento liderado por mulheres contra Bolsonaro testa força nas ruas**. El País Brasil, São Paulo, 30 set. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018\\_413729.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.html). Acesso em: 1 jul. 2021.

BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Ubu, 2017.

FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Nau, 2013.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 21. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

LUPTON, Ellen. **El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño**. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Lisboa: Edições 70, c1960.

MARGOLIN, Victor. **A política do artificial: ensaios e estudos sobre design**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

PAPANEK, Victor. **Design for the real world**. 3rd. ed. London: Thames & Hudson, 2020.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2020.

ROSSI, Amanda; CARNEIRO, Julia Dias; GRAGNANI, Juliana. **#EleNão: a manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos**. BBC News Brasil, São Paulo, 30 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 1 jul. 2021.

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

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

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

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

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.