

O Design Social e a Ação Política: Caminhos para a Definição das Categorias da Necessidade na Prática do Design Social

Social Design and political struggle: Ways to Define Need Categories in Social Design Practice

DA SILVA, Matheus A. C. M.; Mestre; PUC-Rio

matheuscannone@gmail.com

CIPINIUK, Alberto; Pós-doutor; UERJ

acipiniuk@gmail.com

Este artigo discute a potencialidade do “*design social*”, a partir de uma definição das categorias de necessidade presentes na problemática projetual da prática do *design*. Entendemos por “categorias de necessidade” aquelas identificadas por Agnes Heller (1978) na obra de Marx e Engels. Analisam-se como a prática do *design* é situada como produto histórico do capitalismo, como forma de trabalho proletarizado e voltado para a extração de mais-valia relativa. Em seguida, analisam-se artigos de pares voltados para o Design Social, apontando a falta de questionamento sobre o problema de projeto. Então, reitera-se com a ajuda de autores do Campo, como as necessidades relativas ao problema do projeto não são questionadas. As categorias de necessidade são apresentadas, situando o *design* como prática ligada às necessidades sociais e artificiais, mas não às radicais. Conclui-se que é necessário um posicionamento do Design Social em relação às necessidades radicais devido a sua potencialidade transformadora.

Palavras Chave: *design Social; necessidade; necessidades radicais; luta social.*

This Paper discusses the potentialities of “social design” by defining the different categories of need that exist in the design’s concept of ‘problem’. We understand “categories of need” as those identified by Agnes Heller (1978) in Marx and Engles work. We present the design practice as a social product of capitalism, as a proletarized form of labour related to the extraction of relative surplus value. We then analyze papers from colleagues of the Social Design practice, pointing to the lack of critical thought over the concept of “problem”. Then, with the help of some authors from the Field, we defend that the concept of the problem is not deeply revised. We present the categories of need, positioning design as a practice related to social and artificial needs, but no to radical needs. We conclude that it is necessary to the social design Field to understand radical needs and its deep transformative power.

Keywords: *social design; need; radical needs; social struggle.*

1 Introdução

Pretendemos iniciar este estudo preliminar com uma provocação: seria possível discutir a eficácia e o impacto político de ações de Design Social? Em que medida poderíamos contribuir como *designers* para uma forma profunda de transformação de nossa sociedade? A partir de uma observação empírica da atual conjuntura do *design* que se apresenta como socialmente engajado, temos percebido, tanto por experiências práticas anteriores, tal como isso que se apresenta como Design Social, que pouco se discute ou se questiona sobre a intensidade do impacto do Design Social frente às problemáticas sociais e estruturais do capitalismo tardio¹ do qual nos encontramos.

Ao pensarmos em eficácia, estamos nos referindo ao impacto relativo à aquilo que as metodologias projetuais normalmente definem como o “problema de projeto” ou “problemas” a serem solucionados, tal qual colocado por Löbach (2001, p. 139-140), Manzini (2015, p.33-36), Monteiro (2019, p.22) e a *World Design Organization* (WDO)². Estes “problemas”, aparecem para a teoria do *design* de modo instrumental, como um dado fixo e natural da ordem social, ou seja, não contraditório que pode ser solucionado ou articulado pelas metodologias de *design* proporcionando uma contribuição econômica ou social positiva. Nos perguntamos se esta carência de um questionamento do caráter dos problemas projetuais não estaria desorientado ou até mesmo inviabilizado um comprometimento político de agentes do Campo, com a transformação e a luta social. Enfim, se é possível enunciar tal questão, gostaríamos de saber se este problema seria uma formulação equivocada ideologicamente ou se pertence a um debate técnico entre os pares de nossa prática profissional, algo próximo à uma razão prática mediada pela categoria.

2 A condição social do *designer*

Mas o que realmente significaria entender o problema como uma contradição? Defendemos que isso significa situá-lo dentro de uma estrutura econômica e política e de um determinado período histórico. Para Marx, por exemplo, isso configura entender o movimento ou a dinâmica de uma categoria profissional na realidade social onde ela se encontra. Uma prática profissional não é algo estático ou fixo em sua existência histórica, mas está em uma marcha constante. E não se trata de uma noção evolucionária mecanicista, se está caminhando para “frente” ou para “trás”, para à direita ou esquerda, mas verifica-se a sua mobilidade de lugar ou posições.³ A estrutura vigente hoje ainda está fundada no modo de produção capitalista (Contino, 2019, p. 14-15), contudo essa situação não é fixa ou *ad aeternum*. Para isso devemos compreender como a prática dos profissionais de *design* se encontra nessa estrutura.

¹ Por capitalismo tardio, nos referimos a um período histórico entre o final do século XX e a atualidade, com determinadas características do ponto de vista da produção e organização do trabalho, assim como da vida social e das lutas sociais. Ver: Conceitos iniciais para o debate sobre trabalho e ideologia *in: CONTINO, Joana Martins. Design, Ideologia e Relações de Trabalho: Uma Investigação Sobre a Indústria da Moda no Capitalismo Tardio. Tese (Tese em Design) - PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2019.*

² Ver: World Design Organization. bit.ly/37Alqgo. Acesso em 31 de Março de 2022.

³ NETTO, José Paulo. Introdução ao Método de Marx com José Paulo Netto (primeira parte). 18 de maio de 2016. Disponível em: bit.ly/3kyqfge. Acesso em: 27 Ago. 2021.

Para entendermos o capitalismo precisamos entender o processo de acumulação de riqueza, peça vital ao mesmo, que tem sua origem na extração de *mais-valia* na produção social (Marx, *apud.* Contino, 2019, p. 160-161). A *mais-valia*, em sua forma relativa⁴, está profundamente atrelada à diminuição dos tempos produtivos (tempo que envolve produção, circulação e consumo) (*Ibid.*, p.161), e configura um dos principais interesses políticos e econômicos da produção capitalista (Matias, 2014, p. 226-228).

A figura do *designer* vem operando historicamente como um agente responsável pela diminuição deste tempo entre a produção e venda de mercadorias (Matias, 2014, p. 273-274 e 216), esteja ele atrelado ao desejo de consumo de produtos físicos, a eficiência de produtos digitais (*apps* e *sites*) ou mesmo eficácia de modelos de serviço e negócios. Isso significa que a prática do *design*, como nos mostra Contino (2019) e Matias (2014), está profundamente conectada à dinâmica histórica da sociedade industrial, configurando uma forma de trabalho relativa a etapas de concepção e organização da produção importantíssimas para a reprodução do capitalismo.⁵

Compreender o *designer* como um trabalhador significa que, *a priori*, o *designer* se encontra em uma posição subalterna das estruturas produtivas e sociais, em que ele não é proprietário dos meios de produção, mas sobretudo um sujeito social que não decide como, para quem, nem porque o artefato deve ser fabricado (Contino, 2019, p. 93-94). Esta condição de submissão não se altera com a participação de *designers* em ocupações gestoriais no setor de serviços ou mesmo como proprietário micro empresarial (Matias, 2019, p. 275-278), muito pelo contrário, os atuais regimes de exploração do trabalho pautados na flexibilização do tempo de trabalho e dessas atividades profissionais se mostram ainda mais opressores e enfraquecedores da organização política de pessoas proletarizadas (Contino, 2019, p. 166-173).

Logo, a condição hegemônica do *designer* é como um sujeito proletarizado das sociedades contemporâneas. Essa condição, configura uma posição de classe⁶, uma oportunidade para esse sujeito de se colocar politicamente, não como agente privilegiado e independente, ou de maior responsabilidade na luta contra injustiças e problemas sociais, mas como alguém que está mais próximo de pessoas em condição marginalizada (por questões econômicas, de raça, gênero ou sexualidade) do que de posições dominantes da elite. Mostraremos aqui

⁴ Marx e Engels apontam que a categoria da mais-valia possui duas formas distintas, uma relativa e outra absoluta, a mais valia absoluta é ligada ao tempo da jornada de trabalho e limitada fisicamente (pela capacidade humana de trabalho) e politicamente por leis. Já a mais valia relativa é ligada ao controle (e principalmente a diminuição) do “tempo de produção” de bens e serviços (seja este resultante da mecanização, do aumento da produção ou da diminuição do tempo de venda/consumo). Ver: Controle do Trabalho: Fordismo e Reestruturação Produtiva in: CONTINO, Joana Martins. Design, Ideologia e Relações de Trabalho: Uma Investigação Sobre a Indústria da Moda no Capitalismo Tardio. Tese (Tese em Design) - PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2019.

⁵ Iraldo Matias defende a posição social do *designer*, e de demais práticas assalariadas de trabalho intelectual voltadas para gestão e organização produtiva (áreas tecnológica, administrativa, etc..) como gestoriais. Devido ao maior controle (mas não de posse) das cadeias produtivas, esses profissionais podem ser entendidos como uma camada social, ou classe intermediária dos processos produtivos, que não necessariamente configura uma proletarização em si (2019, P.257-261). Devido ao caráter ainda pouco definido e muito relativizado desta posição, não utilizamos a categoria gestorial neste trabalho e situamos o *designer* como proletarizado.

⁶ Marx vê que a proletarização leva a uma pressão ou redução da capacidade do ser social de realizar ou atingir seus interesses e necessidades, o que ao mesmo tempo o relega a uma vontade de transformação (Heller, 1978, p.89-91).

que esta condição social não está clara ao Campo do Design, o que consequentemente, limita sua percepção de ação política e das necessidades por ela articuladas.

3 As limitações do “problema” no *design* social brasileiro contemporâneo

Como já citado, analisamos alguns casos de iniciativas de pares na área do *design* social. Nestes artigos, retirados de edições do Congresso Brasileiro P&D Design de 2016 e 2018, percebemos uma carência de um questionamento sobre o caráter do problema projetual, sua origem ou articulação nas estruturas sociais vigentes. É importante pontuar que não pretendemos desqualificar as iniciativas de nossos pares do Campo, apenas pontuar questões em que identificamos, a possibilidade de um maior debate, e de um possível aprimoramento da prática.

O primeiro exemplo que analisamos é relativo à aplicação técnica ou instrumental disso que se denomina *design* social em parceria. Desenvolvida na PUC-Rio, esta metodologia tem como intenção trazer mudanças sociais à realidade contextual no qual o projeto foi desenvolvido (Couto *et al.*, 2019, p. 3). Os autores afirmam que, nesta metodologia⁷, os *designers* se inserem em um contexto social específico com a intenção de estabelecer relações de proximidade com as pessoas ali presentes, para eles, a forma mais eficiente de se compreender as relações ali postas e identificar problemáticas neste contexto (*ibid.*, p. 3-4). O *designer* então opera ensinando suas ferramentas projetuais permitindo o uso autônomo das mesmas pelos usuários ali presentes no contexto de projeto (*ibid.*, p. 5).

Nesta primeira abordagem já fica claro que o problema projetual é tratado com um dado fixo a ser desvelado na relação *designer versus* usuário, não exigindo uma iniciativa ou questionamento por parte do *designer* dos vetores sociais ou questões estruturais articuladas e envolvidas nessas necessidades. Logo, ao transferir o seu conhecimento sobre metodologias de projeto, o *designer* já teria produzido impacto social positivo, que não é questionado.

A segunda abordagem analisada busca se fundamentar no trabalho de Victor Papanek, argumentando que, frente às crises humanitárias do fim do século XX, o *designer* se viu na obrigação de, se possível, se descolar dessas atividades econômicas industriais e se voltar para o trabalho moral do desenvolvimento humano e transformação social (Mira *et al.* 2016, p. 2). Para isso, o autor defende a ação do *designer* como uma ação de consultoria voltada para camadas e comunidades “carentes” da população com a finalidade de melhor inseri-los na sociedade em geral (*ibid.*, 2016, p.2-3). O artigo demonstra a aplicação da metodologia em uma difusa instituição social de educação para jovens, um problema na infraestrutura da sala de aula é solucionado com a aplicação de imagens nas paredes e abertura de janelas (*ibid.*, 2016, p.4-8).

Nesta segunda abordagem, apesar de apresentar o contexto estrutural e político o *design* com mais detalhes, trata o problema projetual como uma questão técnica, um dado objetivo a ser abordado no projeto. Não existe uma etapa de reflexão sobre a instituição, suas limitações, um questionamento sobre o papel da instituição que configura o contexto do projeto em questão. Apenas as soluções técnicas são passíveis de crítica, não o contexto.

⁷ Observamos aqui que os pares que defendem essa vertente teórica, empregam o termo *design* social como “método” ou como algo não problemático e que possui um protocolo claro e objetivo a ser seguido. Um formulário de procedimentos concatenados que para ser eficaz, precisa ser cumprido à risca.

O terceiro caso, busca articular a metodologia de pesquisa ação com a prática do *design* social. Para estes pesquisadores, o *design* social é uma abordagem sociopolítica que reconhece as problemáticas sociais e ambientais do contexto em que se insere e procura solucioná-las sem uma negação dessa estrutura produtivas e tecnológicas vigentes, pois para eles, essas problemáticas devem ser solucionadas através da configuração de produtos de *design* (Camillo et al., 2019, p. 2). Para os pesquisadores, essa abordagem deve priorizar contexto de pequeno porte, em escala comunitária, em que eles defendem a possibilidade do uso de ferramentas de pesquisa-ação para identificação e solução prática de problemáticas locais (*ibid.*, p. 5). A pesquisa-ação é então utilizada como ferramenta para compreensão do contexto e identificação dos problemas em uma relação participativa entre *designer* e usuário (*ibid.*, p. 6-7).

Nesta terceira abordagem, os pesquisadores até reconhecem a permissão que a metodologia de pesquisa-ação concede de se re-avaliar e revisar a totalidade do processo projetual (Camillo et al., 2019, p. 5), existe também um esforço por parte dos pesquisadores de defender um maior comprometimento intelectual e político do *designer* na compreensão do contexto de atuação (*ibid.*, p.6-7). Porém, não existe nenhum argumento específico em relação ao caráter do problema, ele é um dado identificado no processo em parceria com o usuário. O questionamento aqui busca avaliar e compreender a condição social marginalizada do usuário, mas não se estende na forma de uma compreensão da origem estrutural de suas problemáticas nem mesmo da profundidade do impacto que a “solução de problemas” pode trazer.

Nosso quarto e último caso analisado, talvez seja o que mais se aproxima de uma crítica ao problema projetual presente no *design* social. Esta abordagem, fundada em uma percepção de *design* ativismo, argumenta que, o *design* social, como praticado hegemonicamente é reformista, um produto de uma estrutura neoliberal e que, o *design* ativismo, seria uma alternativa centrada na ação política militante que tem, como objetivo, a contestação da realidade social e ação revolucionária (Serpa et al., 2019, p. 3-4). Nesta abordagem, as autoras argumentam que o *design* assume uma posição investigativa, em que a compreensão do contexto e de suas contradições é prioridade em relação a proposição de uma solução de *design* (Di Salvo apud Serpa, 2019, p. 2-5). O exemplo trazido de aplicação da metodologia é em uma instituição voltada para a educação da luta feminista no qual as *designers* assumiram um papel de mediação em debates entre as participantes selecionadas, utilizando sua prática de *design* para contribuir como ferramentas visuais no debate (*ibid.*, p. 7-12).

Esta quarta abordagem é talvez a única que se aproxima de um efetivo questionamento do problema projetual, pelo menos, na dimensão da metodologia, que não só reconhece as deficiências na prática do *design* social como responde às mesmas priorizando o papel investigativo e libertando o *designer* da necessidade da produção de uma solução técnica. Porém, ao encararmos a execução proposta pelas pesquisadoras, o papel do *designer* se resume a criar um espaço para um debate fundado na troca de experiências oriundas dessas problemáticas sociais, não nos parece existir uma tentativa de prover ferramentas que caminem esse debate para um questionamento da origem destas contradições sociais e que mobilize a ação política.

4 Algumas considerações sobre a necessidade no *design*

Agora é importante pontuar que não somos os primeiros a fazer este questionamento relativo ao “problema” e sua relação com as necessidades no Campo do Design.

Pretendemos aqui indicar alguns autores que já o fizeram e tecer alguns comentários preliminares sobre suas observações, apontando suas deficiências em relação à condição social da prática do *design*. Para então, sustentarmos como que a posição social do *designer* o permite lutar contra a conjuntura hegemônica do capitalismo e pela transformação social.

Como identificou Iraldo Matias, correntes funcionalistas da teoria do *design*, protagonizadas por Maldonado e Bonsiepe, chegaram a analisar criticamente os problemas projetuais, separando-os entre carências humanas e a dimensão simbólica do desejo (2014, p. 171). Para esta corrente, fundada em um marxismo vulgar, as carências humanas são dados também naturalizados pré-existentes que precisam ser atendidos (*Ibid*, p. 171-172). Já a dimensão simbólica (relativa ao *Styling*) é o formalismo do mercado que precisa ser retirado (*Ibid*, p. 179). Esta análise ainda nos parece insuficiente, pois não discute aquilo que vai além da “forma”, nem situa, historicamente, a origem dessas carências humanas, muito menos pensar meios para se articular o *design* com a luta política.

Papanek em sua obra fundamental da prática do *design* social, já buscava tratar o “problema” criticamente como necessidade socialmente situada e produzida, apontando que a sociedade industrial configurou artificialmente uma cultura insustentável do ponto de vista produtivo e ecológico e destrutiva do ponto de vista cultural e social (2006, p. 15-21 e 93-100). Papanek defendeu também a importância do *designer* de compreender a totalidade social em que se encontra (*ibid.*, p. 291). Porém, como aponta Iraldo Matias, Papanek centraliza a noção do trabalho intelectual projetivo como prática do *design* dando ao mesmo um caráter a-histórico, que o afasta da totalidade produtiva do capitalismo e esvazia sua crítica social (2014, p. 58). Além do que, a sua crítica ao consumo e às culturas industriais é reducionista, uma crítica moral (2006, p. 102), fundada em uma negação da mecanização e no descarte da divisão técnica (não social) do trabalho (*Ibid.*, p. 293-297).⁸ Como também já demonstramos aqui com projetos concretos, algumas metodologias de *design* social influenciadas pelo autor também não foram capazes de compreender o problema como uma contradição em movimento e não como dados fixos a serem resolvidos.

Recentemente, Mike Monteiro buscou atualizar a crítica de Papanek para a realidade do mercado de serviços de hoje. O autor ainda posiciona o *designer* como centro da problemática social do mundo capitalista, para ele, *designers* projetaram o mundo que vivemos e, os mesmos, possuem a posição e o dever de organizar esta estrutura (2019, p. 12-15 e 35-37). Para ele, o *designer* deve atuar como “gatekeeper” em empresas que possuam controle na economia mundial, operando para a controlar os danos das mesmas na sociedade e no mundo (*ibid.* p. 30-31 e 84-90). Por mais que negue a compreensão da figura do *designer* como especial ou superior a qualquer outra prática (*ibid.* p. 15-16), ao abordar contradições sociais do mundo, Monteiro, tal qual Papanek, ainda centraliza os problemas das sociedades contemporâneas como fruto de uma incapacidade moral e ética de *design* e projeto (*ibid.* p. 10-11). Aqui pretendemos relativizar essa posição, buscando compreender tais contradições como produto da estrutura do capitalismo no seu processo histórico e não como uma carência técnica projetiva, para isso, Mike Monteiro chega também trazer algumas contribuições positivas. Dentre elas, o reconhecimento do *designer* como um trabalhador, que o afasta da figura do artista gênio individualizado dotado de uma criatividade inata (“unicórnio”) e o re-insere no contexto da estrutura produtiva (*ibid.* p. 58-63), esse *designer* então se encontra na frente as mesmas condições de trabalho que

⁸ É importante lembrar que para Marx o desenvolvimento das forças produtivas pelo capitalismo é algo positivo, que tem a capacidade de socializar a vida material (Heller, 1978, P. 32).

qualquer outro trabalhador (*ibid.* p.15), o que leva Monteiro a defender a sua sindicalização e organização política enquanto categoria profissional (*ibid.* p. 150 e 172-178), aproximando o mesmo da luta social e dessa disputas de classes.

Um outro autor para se trazer aqui é Carl DiSalvo, o mesmo faz uma crítica às abordagens dominantes do *design* social no Campo, ao articularem o problema de projeto, em que o foco na solução muitas vezes leva o *designer* a não compreender profundamente as contradições sociais ali envolvidas (2009, p.11-13). Ele também demonstra que essa falta de articulação do problema limita a ação democrática do *design*, reduzindo a ideia de democracia a contradição de acesso *versus* falta de acesso a meios de comunicação e ação (*Idem.* 2010, p. 1-2). DiSalvo defende uma abordagem de *design* social ativista (*design* ativismo) em que o papel do *designer* é um papel político, não de solucionar problemas sociais, mas de contribuir democraticamente através da divulgação e exposição de contradições sociais, construindo públicos e questionamentos ao redor dessas mesmas (*Idem.* 2009, p. 15-16). Para ele, o *designer* deve utilizar suas capacidades técnicas e sociais de projeto para materializar essas contradições e facilitar sua articulação pelas camadas da sociedade por elas envolvidas, estimulando a disputa política (*Ibid.*, p. 4-5).

Por mais que DiSalvo traga um questionamento sobre a realidade envolvida no problema de projeto e trace um caminho produtivo para que *designers* possam ter caminhos de ação mais efetivos em uma abordagem ativista, ainda temos algumas considerações a fazer sobre a visão do autor. Primeiramente, quando DiSalvo defende uma abordagem política de *design*, ele aponta que a sociedade contemporânea é demarcada por uma realidade conflitante entre forças de oposição, e que, fazer democracia é contribuir para que esses embates políticos sejam mais homogêneos e equilibrados (2010, p. 2-3). Essa leitura da estrutura política da sociedade empregada por DiSalvo nos parece inerte e se aproxima à rebeldia romântica de muitas outras contestações. Tende a naturalizar os lugares sociais dominantes e subalternos como constantes a serem equilibrados pela democracia. Aqui, novamente, buscamos entender a realidade social como uma realidade social em movimento, isso significa que os conflitos políticos de grupos e classes é um processo também em movimento⁹, que engendra vitórias e derrotas para as diferentes forças políticas em jogo, não apenas um conjunto de forças fixas a serem equilibradas por alguma ação técnica, método ou protocolo, tenha o nome que tiver. Nossa segunda provocação frente a proposição do autor é fundamentada na sua argumentação sobre a formação de públicos, pois para DiSalvo, o papel do *design* político é materializar as contradições em objetos de *design* que possam desvelar os problemas sociais e formar públicos dispostos a lutar por eles (*Ibid.*, p. 5-6). Porém nos perguntamos aqui até que ponto o objeto ou conjunto de objetos são capazes de em si mesmos formar movimentos ao redor de causas sociais.

5 A questão da necessidade em Marx e as necessidades sociais e radicais

Posto que defendemos contra noções ou conceitos fixos, indicamos Agnes Heller, que buscou na teoria social de Marx, identificar um conjunto de categorias que abordassem as necessidades produzidas e estimuladas pelo modo de produção capitalista e as sociedades burguesas que ele engendra e assim delimitarmos o poderíamos considerar uma “verdadeira” necessidade. Não um conceito fixo no *topos uranos* platônico, mas algo

⁹ Para Marx, as lutas sociais são produto da contradição entre o trabalho e a capacidade do mesmo de satisfazer necessidades (Heller, 1978, p. 91).

inequívoco e pertencente à dinâmica histórica concreta na qual vivemos. Daí, entre as diversas categorias identificadas pela autora, pretendemos destacar quatro que são de extrema importância para o Campo do Design e consecutivamente fundamentais para definir com clareza e objetividade o que configura “necessidades”, servindo de norte aos *designers* que pretendem se engajar na luta política.

Para Heller, uma sociedade pode ser entendida como um conjunto de necessidades definidas (Heller, 1978, p. 40). A autora apontou que, para Marx, as necessidades têm origem na dinâmica de movimento da produção que é resultado da objetivação humana, característica principal do ser social. Consequentemente, a produção é o principal agente que empurra uma sociedade na direção de transformação, sendo esta dinâmica responsável pela satisfação e criação de novas necessidades (*Ibid.*, p. 41). No processo histórico, as necessidades não aparecem como tais, elas se configuram na forma de paixões, desejos e capacidades, distintas dos objetos que as satisfazem, logo necessidades são distintas de demandas específicas, atreladas a um objeto específico, mesmo que estejam diretamente relacionadas ao mesmo (*Ibid.*, p. 42). As necessidades são expressões conscientes da vida social e, sua forma principal, são as chamadas necessidades sociais (*Ibid.*, p. 69).

As necessidades sociais são como um conjunto geral de carências socialmente produzidas e que se expressam individualmente nos seres sociais (Heller, 1978, p. 70). Essas carências assumem duas formas fundamentais nas sociedades atravessadas pelo capitalismo, as relacionadas à demanda efetiva e as de caráter universal (*Ibid.*, p. 71-73). As “necessidades sociais” (entre aspas) são relativas a demanda efetiva de *commodities* produzidas socialmente, ou seja, essa necessidade está profundamente articulada com a configuração de artefatos (produtos e serviços) de sociedades capitalistas (*Ibid.*, p. 72). Já as necessidades sociais de caráter universal ou universalizante são carências que não podem ser satisfeitas através da forma mercadoria e estão relacionadas ao crescimento populacional (*Ibid.*, p. 73), ligadas à educação, saúde e cultura.¹⁰

Até aqui apontamos as duas principais formas em que as necessidades se expressam socialmente em sociedades atravessadas pelo capitalismo, ou seja, sociedades dominadas pela forma burguesa. Mas existem duas outras formas de necessidade que Heller identifica na obra de Marx, e que são de extrema importância para compreendermos a prática do *design*. Com a formação do capitalismo, a relação de necessidade se aliena¹¹ e, como seres sociais, passamos a atrelar nossas necessidades à demanda de objetos específicos (Heller, 1978, p. 52). Essa relação configura uma necessidade distinta da necessidade social atrelada à produção de um certo objeto, essa nova necessidade é o que Marx vê como uma necessidade artificial, ligada à dimensão de posse e propriedade (*Ibid.*, p. 51). Para entendermos melhor o que configura uma necessidade artificial concretamente, pensamos que a mesma está mais atrelada à relação de “posse pela posse”, da obsolescência programada, do acúmulo de riqueza ou mesmo do consumo conspícuo ou consumismo. O que é relativamente distinto das necessidades sociais atreladas às práticas e valores das

¹⁰ É importante ressaltar que hoje, essas necessidades vivem um processo de comodificação ou mercantilização (com o crescimento de projetos de privatização de serviços de educação e saúde por exemplo), o que possivelmente altera seu caráter de necessidade, porém devido ao foco deste artigo não pretendemos desenvolver este debate.

¹¹ Heller trabalha com uma leitura da categoria da alienação de Marx, em que a alienação é uma forma social e política de limitação, não distorção dessas capacidades sociais humanas e suas organizações (1978, p.46).

sociedades industriais (simbólicos ou funcionais), por mais que ambas se expressam nos mesmos produtos e serviços.

Sendo que a prática do *design* é fundada no processo de organização da produção industrial, fica claro que uma de suas funcionalidades é configurar produtos de serviços atrelados à satisfação de necessidades sociais. Porém, como já afirmamos aqui, o papel do *designer* como agente da produção vai além, operando também como articulador da *mais-valia* relativa. Nesse caso, a diminuição dos tempos produtivos está profundamente associada à configuração de necessidades artificiais, que expressa a necessidade de posse e consumo necessária para estimular o uso de produtos e serviços além de uma demanda social efetiva. Logo, a prática do *design* está profundamente atrelada às três formas de necessidades situadas até aqui. A sua abordagem social, ao encarar o problema tecnicamente ou de modo instrumental, como um dado, reproduz o espaço de trabalho dominante da prática e opera dentro do domínio das necessidades sociais, buscando atender a carências de grupos e classes sociais que não possuem meios materiais de satisfazê-las. Porém, Heller nos mostra que a transformação social, no que tange sua relação com a categoria da necessidade, opera em um outro domínio, distinto dessa nesses dias sociais, isto é, aquele relativo às necessidades radicais (Heller, 1978, p. 84).

As necessidades radicais são em si um produto do conflito entre organização da estrutura produtiva e as relações sociais por ela estabelecidas (Heller, 1978, p. 90-91). Marx já havia demonstrado que, no seu processo de desenvolvimento ou em sua dinâmica, o capitalismo produz a propriedade privada, essa prioridade é a primeira negação da existência da propriedade individual (*Ibid.* p.78). Isso significa, que em sociedade atravessadas pelo capitalismo, a propriedade individual não é algo que pode ser universalizado. Nessas sociedades, as pessoas são o que Marx denominou de sujeitos “acidentais”, cuja posição social não é definida pelo nascimento em si, mas por uma divisão social do trabalho, essa posição é o que permite o sujeito social de configurar e satisfazer (ou não) suas necessidades sociais (*Ibid.* p.82-83). Daí, se o princípio de organização da produção dessa sociedade é relativo ao acúmulo de riqueza (da produção pela produção), os sujeitos que se encontram em uma posição dominante desejam manutenção deste processo de acúmulo, enquanto aqueles que se encontram em posições subalternas desejam sobreviver e satisfazer suas necessidades e interesses não garantidos (*Ibid.* p.83-84). A posição subalterna, aquela relativa ao trabalhador¹², é de grande importância para nós pois, como aponta Heller, é no processo de trabalho que esses sujeitos proletarizados buscam satisfazer suas necessidades sociais e interesses individuais. É ao tomarem para si a consciência de que sua posição subalterna os impede de fazê-lo plenamente que os mesmos configuram a necessidade de transformação social, as necessidades radicais (*Ibid.*, p. 88-91).

Logo, são essas necessidades que se materializam na forma das lutas sociais, desde lutas pela redistribuição de riqueza (lutas salariais e por direitos de trabalho), como em lutas pelo desenvolvimento e satisfação dos interesses dos proletarizados (lutas feministas, anti-racistas e LGBTQ+ por exemplo). Porém, não se resumem a essas características, podendo

¹² É importante destacar o que configura isso que denominamos trabalhador, no tempo de Marx, era apontado como proletariado industrial, fazendo parte desse grupo social. Porém, com o desenvolvimento do século XX e a expansão dessa forças produtivas, autores marxistas contemporâneos reavaliaram essa compreensão, demonstrando que todos os que dependem do trabalho assalariado ou da venda de sua força de trabalho para sobreviver são trabalhadores proletarizados no capitalismo contemporâneo (Contino, 2019, P. 45-46).

se articular e transcender a suas formas burguesas e superar as contradições históricas do capitalismo (Heller, 1978, p. 91-92).

6 Conclusão

A partir desta análise apontamos aqui que, devido a uma carência de compreensão sobre sua própria condição social, o *design* social carece de uma compreensão das diferentes necessidades que se articulam na realidade de nossa sociedade atravessada pelo modo de produção capitalista. Necessidades que se “escondem” por detrás da forma reducionista do problema projetual. Daí defendemos que sua potência, como ação política transformativa, se torna limitada.

Isso não significa afirmar que as formas já consolidadas de *design* social, que operam na dimensão das necessidades sociais, não possuem sua importância, mas gostaríamos de apontar que existem outras possibilidades de ação pouco exploradas ao buscarmos articular esta prática com as necessidades radicais e a luta social. Pensamos o *designer* como um ativista? Com certeza o que pretendemos aqui se encaixa mais como uma forma de *design* ativista ou militante, afinal, estamos pensando em lutas sociais de classes e grupos, pensando um *designer* que se enxerga e se coloca politicamente, não como um projetista dotado de uma capacidade ou papel específico que articula relações de parceria com usuários ou que se mobiliza individualmente dentro da empresa que trabalha, pensamos o *designer* como mais um trabalhador proletarizado, ou minoria social, que se coloca politicamente como mais um militante, mais um camarada na frente da luta política que é plural e mais abrangente do que a dos seus pares do Campo do Design. Essa condição permite o *designer* a buscar entender aquele contexto político em que o mesmo está inserido e, se possível, mas não obrigatoriamente, contribuir como agente projetista em prol do avanço desta luta. Nessa condição, de forma similar ao que colocou DiSalvo, o *designer* não se vê mais obrigado a produzir uma solução para as contradições sociais que o cerca, pois essa não é mais sua única ferramenta de justiça social.

7 Referências

- CAMILLO, Maiara G. D.; PASQUALOTTO, Felipe P.; SOUZA, Richard P. L. de; MERINO, Giselle S. A. D.; "Pesquisa-Ação como Resposta Metodológica aos Desafios de Design Social", p. 1767-1776 . In: **Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design** (2018). São Paulo: Blucher, 2019.
- CONTINO, Joana Martins. **Design, Ideologia e Relações de Trabalho: Uma Investigação Sobre a Indústria da Moda no Capitalismo Tardio**. Tese (Tese em Design) - PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2019.
- COUTO, Rita Maria de Souza; RIBEIRO, Flavia Nizia Fonseca; BETTS, Bárbara Alves; CARVALHO, Paulo Sergio de Souza; LINHARES, Paulo Vítor Dias; NASCIMENTO, Camila Jordão Rabha; "Design em Parceria em projetos de Tecnologia Social: o caso Parque Vivo", p. 1657-1666 . In: **Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design** (2018). São Paulo: Blucher, 2019.
- DISALVO, Carl. **Design, democracy and agonistic pluralism**. Proceedings of the design research society conference. 2010.
- _____. **Design and the construction of publics**. Design Issues: Volume 25, Number 1 Winter 2009.

HELLER, Agnes. **The Theory of Need in Marx**. Londres: Allison & Busby, 1978.

LOBACH, Bernd. Design Industrial: **Bases para a Configuração dos Produtos Industriais**. São Paulo: Blucher, 2001.

MANZINI, Ezio. Design, **When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation**. Cambridge: MIT Press, 2015.

MATIAS, Iraldo. **Projeto e Revolução: Do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design**. Florianópolis: Editoria em debate, 2014.

MIRA, Fabrício; Mantova, Ana Renata; Lago, Lílian; Curimbaba, Rodrigo Gomes; Pinheiro, Olympio José; "Design Social: Um Estudo de Caso das Salas de Aula da Fundação Casa", p. 3217-3226. In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design** [Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.

MONTEIRO, Mike. **Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What we can do to Fix It**. São Francisco: Mule Design, 2019.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change**. Londres: Thames & Hudson, 2006.

SERPA, Bibiana; JULIANO, Clara; ANASTASSAKIS, Zoy; "Design Anthropology e Design Ativismo: investigando métodos situados", p. 1580-1596. In: **Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design** (2018). São Paulo: Blucher, 2019.