

Design de Protesto: O design como ferramenta semiótica da atuação ativista contemporânea

The Design of Dissent: Design as a semiotic tool of contemporary activist action

RONSONI, Vinicius da Silva; Graduando; Universidade de Passo Fundo

177513@upf.br

Em um contexto social, político e cultural, onde há um acúmulo de opiniões divergentes uma das outras, o design gráfico, na sua concepção de ferramenta comunicacional, age como uma forma de expressão, servindo como um canal entre a mensagem e o público. O presente artigo propõe-se a analisar teoricamente como o design gráfico, através do uso de ferramentas semióticas, articula a produção e a transmissão de um discurso com viés ativista, além de buscarmos compreender como este discurso se torna parte das discussões políticas do Brasil contemporâneo através do perfil Design Ativista no Instagram.

Palavras-chave: Design Gráfico; Ativismo; Semiótica; Design Ativista.

In a social, political and cultural context, where there is an accumulation of opinions differing from one another, graphic design, in its conception of a communication tool, acts as a form of expression, serving as a channel between the message and the public. This article proposes to theoretically analyze how graphic design, through the use of semiotic tools, articulates the production and transmission of a discourse with an activist bias, in addition to seeking to understand how this discourse becomes part of political discussions in contemporary Brazil through the Design Ativista profile on Instagram.

Keywords: Graphic Design; Activism; Semiotic; Design Ativista.

1 Introdução

O jornal periódico Black Panther, que esteve em circulação entre os anos de 1966 e 1979, foi um dos grandes marcos na luta contra a segregação racial nos Estados Unidos. O designer Emory Douglas, idealizador de todas as publicações, não somente materializou através do design o discurso pela igualdade dos direitos civis das comunidades afro-americanas, mas também ajudou a criar uma discussão política por meio da constituição de um imaginário social. (VALENTIM DA SILVA, RIBEIRO, 2018). Em um contexto social, político e cultural, o design age como um agente transformador de significados, servindo de instrumento para questionar o modo de vida e o sistema vigente.

Albuquerque (2018) compreende que analisar o design dentro do contexto ativista é entendê-lo como uma forma de transmissão de novos conceitos e ideias, tirando-o do serviço ao capitalismo e transportando-o para o âmbito da transgressão, da mudança e da informação. Assim o design de protesto mostra-se como um contestador, uma forma de arte que questiona e enfrenta o sistema. Contudo, o transgressor acaba por viver em uma dualidade de narrativas, como explica Rubem Pater:

Quem se envolve com ativismo no design muitas vezes trabalha em estúdios comerciais durante o dia e cria memes e imagens ativistas à noite. Não trata-se de um caso de esquizofrenia, como se o designer se dividisse entre uma personalidade política e outra apolítica, mas sim de uma tática de sobrevivência para manter a saúde física e mental. Não dá pra separar o design da vida pessoal da mesma maneira como não dá para separar o design da política. (PATER, 2016, pg. 1)

Ao compreendermos o design gráfico como algo indissociável da política, como explicado por Pater, é possível termos noções de como o ativismo pode fazer uso do mesmo para criar narrativas visuais capazes de transmitir o discurso desejado, além de percebermos como o design gráfico pode se firmar como um articulador ativo de movimentos de protesto.

Através de uma atuação engajada, o design ativismo encontra nas redes sociais uma forma de disseminar seu discurso e influenciar discussões políticas, sociais e culturais. Martino explica que as redes sociais possuem um grande poder de manifestação, tendo em vista que, a partir do momento que acontecimentos reais são levados para o âmbito digital, “as discussões online têm o potencial para gerar atitudes e ações no mundo físico”. (MARTINO, 2014, pg. 58). Em um cenário onde a sociedade se encontra dentro de um acúmulo de opiniões e ideologias totalmente divergentes umas das outras, analisar e compreender como os aspectos visuais do design gráfico aplicados a um perfil de rede social podem ou não influenciar um discurso de protesto se faz de extrema importância.

Na busca de uma forma de combater a disseminação de fake news e apoiar a democracia brasileira, além de fomentar a criação e distribuição livre de arte e informação, nasce durante as eleições de 2018 o projeto Design Ativista, idealizado pelo jornal Mídia Ninja e IdeaFixa. O movimento promove diversas maratonas de design, convocatórias para a produção de peças e grandes encontros anuais que discutem o papel do design na sociedade. É a criação de outro sentido para o design, algo voltado para o que se acredita e não apenas para aquilo que gera algum tipo de capital. Analisar a atuação do coletivo torna-se imprescindível para a compreensão de como o design gráfico se insere dentro do ativismo brasileiro.

O presente artigo busca compreender como o design gráfico, através do uso de ferramentas semióticas, pode ser usado na transmissão de uma mensagem de ativismo sociopolítico, estudando também a importância do mesmo como agente transformador da sociedade. Partindo de uma pesquisa de natureza qualitativa exploratória, realizou-se uma revisão de literatura narrativa na busca por um embasamento teórico-científico interdisciplinar que ajudasse a compreender melhor o papel do design gráfico no campo sociopolítico ativista. Além disso, também foi realizado um breve estudo de caso do perfil Design Ativista na rede social Instagram, de forma a analisar como a prática do design ativismo se configura na transmissão da mensagem desejada.

2 Uma verdade que atravessa a superfície: do Ativismo ao Design

Marcado por seu caráter contestador, de recusa às normas vigentes do sistema, e pela sua habilidade de trazer à tona problemáticas enraizadas na sociedade, expondo e combatendo injustiças, o ativismo sempre esteve ligado às mais diversas esferas das sociedades, incluindo o campo do design. Batista (2012) aponta que o ativismo pode ser compreendido como uma “ação política indireta não-institucionalizada”, ou seja, movimentos sociais não organizados pelas instituições tradicionais de poder. Definição esta que pode ser ainda mais complementada.

Caracterizado como uma prática social histórica, o ativismo está associado a ações coletivas e movimentos sociais (BATISTA, 2012). Gohn (2010, p. 39 apud SARMENTO E VIANA) define que estes movimentos sociais fazem parte de um dos “atores sociais que protagonizam ações coletivas na sociedade civil”. O dicionário Michaelis define ativismo como:

- 1 Filosofia: Doutrina de vontade criativa que prega a prática efetiva para transformar a realidade em lugar da atividade puramente especulativa.
- 2 Política: Doutrina ou prática de dar ênfase à ação vigorosa, por exemplo, ao uso da força para fins políticos; militância política.
- 3 Política: Ação intencional que decorre de uma grande variedade de motivações políticas e pode assumir diversas modalidades de expressão, como, por exemplo, o envio de cartas à mídia impressa e eletrônica, comícios, greves, sabotagem, resistência passiva ao governo, manifestações de rua e, nos casos mais extremos, táticas de guerrilha e terrorismo.
- 4 Literatura: Gênero literário que atua diretamente no campo político e no social. (Por confundir-se muitas vezes com o panfleto e a propaganda, esse tipo de literatura frequentemente produz textos que não demoram a se tornar datados.)

Voltando nossos olhos especialmente para o ativismo político, e posteriormente ao próprio conceito de “ativista”, Jordan (2002, p.11 apud ASSIS, 2006, p. 13) o aborda como “ações coletivas que produzem transgressão e solidariedade”. Transgressão esta que ele aponta como “essencial ao ativismo porque toda ação coletiva não tem um aspecto político se não houver alguma transformação entre as demandas”. Assis (2006), compreende o ativista político como um radical envolvido em ações políticas que estão fora do âmbito institucional. “O ativista é um agente engajado, movido por sua ideologia e práticas concretas - de força física ou criativa - que visam desafiar mentalidades e práticas do sistema sócio-político-econômico, construindo uma revolução a passos pequenos” (ASSIS, 2006, p.14).

Podemos compreender então que o ativismo está ligado a um âmbito extremamente político e social, já que em sua premissa maior, a prática ativista busca gerar mudanças na estrutura do sistema vigente. Desta forma, quando pensamos no design de protesto/ativista, fica claro como este está associado ao próprio design político, podendo até ser compreendido como um ramo deste último. Porém, antes de nos debruçarmos sobre o ativismo no design em si, cabe analisar brevemente alguns aspectos que permeiam a esfera do design político.

Moura aponta que o “design é, como tudo na vida, político” (MOURA, 2008, p. 36 apud GRALHA, 2017, p. 19), logo, quando temos a compreensão de que o trabalho do designer gira em torno das demandas da sociedade, fica claro como ambos os campos estão interligados. Gralha (2017, p. 19) explica que ao nos referirmos à política no design, não estamos nos atendo ao trabalho de design em campanhas e ações políticas partidárias, mas sim, o design como uma “ferramenta essencial para a prática política de Estados”. Ao utilizar sua capacidade semiótica persuasiva, o design é capaz de propagar uma mensagem política à população, a influenciando a se identificar dentro de algum aspecto, seja ele de contestação ou não.

O design, em constante relação com a sociedade, pode fazer uso das suas ferramentas para influenciar uma visão, uma vez que qualquer decisão tomada e qualquer mensagem produzida pelo designer será tornada pública e irá influenciar comportamentos e opiniões, direta ou indiretamente. (GRALHA, 2017, p. 20)

Mas além da sua capacidade de influência em uma abordagem política, o design possui um potencial transformador, capaz de mudar realidades. Nesta perspectiva, o design deve ser compreendido dentro dos processos democráticos sem uma posição neutra, ou seja, a prática do design político toma partido em uma causa, questionando as imposições de um sistema capitalista vigente. Izidio e Ribeiro (2020, p. 4) apontam como muitas das iniciativas que se interessam pela criação de um pensamento político no design permitem a emergência de percepções, sensibilidades, relações e expectativas capazes de aproximar pessoas, conectar outras redes e efetivar elos para a superação da ansiedade e imobilização coletiva. Os autores ainda apontam que, através da constituição de um pensamento acerca do papel sociopolítico do design é possível abrir espaços para a “intervenção e mudanças pelos sujeitos para a construção de um design político”.

DiSalvo (2010 apud SERPA; JULIANO; ANASTASSAKIS, 2018) diferencia Design para política (design for politics) e Design Político (Political Design). Este primeiro, tem por finalidade servir de apoio e ferramenta de melhoria para procedimentos e mecanismos do governo por meio de serviços produzidos através do design. Já o Design Político visa criar espaços de contestação, e além disso, é possível também considerar o design como uma atividade capaz de gerar uma “investigação sobre a condição política”. É com esta criação de espaços de contestação que o design se coloca como um articulador de ideias de resistência e participante de ações que visam a promoção de narrativas contestatórias e reconhecimento de questões políticas na sociedade.

O designer, em sua atuação, não deve ser meramente um ser passivo, mas sim, um promotor de discussões e debates dentro do aspecto político. “Ao assumir um papel político e ético, a preocupação do designer centra-se mais na informação do que na persuasão, no conteúdo que na estética, nas pessoas que no lucro” (GRALHA, 2017, p. 28). Ainda citando Gralha, a autora expõe que o profissional possui o poder e a capacidade intelectual e ideológica de, através da prática do design, lutar contra sistemas de ideologias dominantes. O designer participante de um movimento político busca sempre maneiras ativas para promover a manutenção de

processos democráticos, utilizando-se de ações que envolvem a teoria e a prática do design (IZIDIO; RIBEIRO; 2020)

Frente ao exposto, fica clara a necessidade do designer de se firmar como articulador ativo no processo de contestação política, ou seja, “deve tomar as rédeas dos meios de produção, e não apenas se colocar ao lado da ‘tendência justa’, da ideologia correta” (PORTINARI; NOGUEIRA; 2016, p. 36). Walter Benjamin, em seu ensaio “O autor como produtor” de 1934, explicita um debate da sua época que se encaixa no contexto da urgência do designer como indivíduo ativo no processo político e contestador: “a tendência política, por mais revolucionária que pareça, está condenada a funcionar de modo contra-revolucionário enquanto o escritor permanecer solidário com o proletariado somente ao nível de suas convicções, e não na qualidade de produtor” (BENJAMIN, 1934, p. 125-126). Logo, pensar em ativismo no design, é justamente pensar em uma participação ativa nos processos de contestação dos sistemas políticos dominantes.

“O design ativista surge como instrumento para mudar significados, criando novas identidades e símbolos que desorientam códigos dominantes e levantam infinitas possibilidades de resistência anti sistêmica.” (ALBUQUERQUE, 2018, p. 7). Compreender o design ativista não é somente entender do que este campo do design se trata, mas também entender suas articulações dentro da sociedade, logo, utilizaremos de conceitos de alguns autores para melhor compreendermos o ativismo no design.

Magro, Moura e Henriques (2021, p. 131-146) compreendem que o design ativista se consolida como “uma prática que visa atuar de forma politizada sobre como os designers podem agir frente aos problemas do tempo presente”. Os autores ainda apontam que o ativismo em design é um movimento amplo, com uma gama de práticas, onde a consciência crítica e a cidadania se firmam como os dois pilares que sustentam a sua atuação.

Markussen (2011 apud GRALHA, 2017, p. 93) aponta que o ativismo no design pode se manifestar

sob a forma de (i) um artefato de demonstração que revela alternativas positivas que são superiores ao status quo; (ii) um ato de comunicação, no sentido de tornar a informação visível, elaborar sistemas de classificação, criar mapas e símbolos, etc.; (iii) ações convencionais que propõem ou apresentam legislações, polêmicas, testemunhos em reuniões políticas, etc. (iv) um artefato de serviço que forneça ajuda humanitária ou para um grupo ou população carente; (v) eventos como conferências, palestras, instalações ou exposições; e/ou (vi) um artefato de protesto, que nos confronta deliberadamente, para aumentar a reflexão sobre a moralidade do status quo (MARKUSSEN, 2011, p. 2)

A fala de Markussen explicita como o campo do design ativista é amplo, podendo se manifestar de diversas formas. Isto nos leva a compreender que tal forma de manifestação é capaz de se inserir nas mais diversas camadas da sociedade e tratar de assuntos que dizem respeito aos diversos âmbitos da sociedade.

Ann Thorpe elenca 4 critérios básicos para definir o design como ativista:

- Revela publicamente ou enquadra um problema ou questão desafiadora.

- Faz uma reivindicação contenciosa de mudança (exige mudança) com base nesse problema ou questão.
- Trabalha em nome de um grupo negligenciado, excluído ou desfavorecido.
- Ele perturba as práticas rotineiras, ou sistemas de autoridade, o que lhe confere a característica de ser não convencional ou não ortodoxo - fora dos canais tradicionais de mudança. (THORPE, 2009, p. 6)

A autora ainda pontua que “quer o ativismo do design seja instigado por designers ou por clientes ativistas, ainda é o trabalho do designer que deve usar meios espaciais e materiais para enquadrar questões e articular interrupções para o status quo” (THORPE, 2009, p. 10). É possível perceber que, tanto na fala de Thorpe, quanto na de Markussen, o status quo é citado como algo que deve ser mudado, logo, é passível de conclusão que o design ativismo deve trabalhar para que haja mudanças no cenário atual, seja ele no âmbito político, social ou cultural.

Fuad-Luke (2009, p. 27) conceitua o design ativista como “um pensamento, imaginação e prática aplicadas consciente ou inconscientemente para criar uma contra narrativa destinada a gerar e equilibrar alterações nos aspectos sociais, institucionais, ambientais e/ou econômicos.” O autor desenvolve também que, quando o profissional utiliza intencionalmente o design para resolver um problema ou movimentar uma causa ativista, seja através de um trabalho próprio ou em uma organização sem fins lucrativos, ele pode ser definido como “design-led activism”, ou seja, um ativismo feito e orientado pelo design (FUAD-LUKE, 2009, p. 26).

Analizando o design ativismo e sua relação com a cidadania, onde a prática ativista se dá por meio de um olhar e ação sobre as diferentes realidades que compõem a sociedade, os autores Magro, Moura e Guimarães (2020) apontam que o design ativismo busca

uma percepção sobre as diferenças em prol de ações que o designer pode assumir para o enfrentamento de situações existentes. Dentro do design ativismo é necessário o conhecimento de como pode ser feita essa atuação e mobilização por parte dos designers, para o enfrentamento de questões condicionadas à sociedade, que carecem de atenção e projeto. Logo, o design ativismo se torna uma ação aliada às práticas de cidadania, promovendo a dimensão cidadã dentro do campo do design (MAGRO; MOURA; GUIMARÃES; 2020, p. 6-7).

Silva e Ribeiro (2018) citam o design como um formulador de características, uma vez que, tanto materializa objetos feitos para o consumo ou para a livre expressão de ideias, quanto age como um articulador semiótico das elaborações linguísticas. Esta capacidade do design de criar uma narrativa de representação acaba por influenciar o indivíduo e possibilitar ao mesmo expressar suas opiniões e ideias ao mundo, além de posicionar-se politicamente.

O design ativista, através da sua capacidade de dar voz às minorias e usar de ferramentas semióticas para criar sentidos e representações, figura-se como um articulador sociopolítico das mensagens e ideais de protesto e mobilização popular. “Podemos então dizer que quando se cria um discurso ou um sistema de representação, possibilitamos as pessoas a expressar seus modos de vida para o mundo, a se posicionar politicamente, influenciam suas decisões e outras características” (SILVA; RIBEIRO, 2018, p. 7).

Steven Heller (2003 apud GRALHA, 2017, p. 26) cita que o designer possui um papel sobre o seu trabalho em relação à sociedade:

O designer deve ser responsável profissionalmente, socialmente e culturalmente pelo impacto que o seu trabalho tem na cidadania. De facto, todo o bom cidadão deve compreender que as suas ações têm reações. Todos os atos individuais, incluindo a prática do design para um cliente, exercem impacto nos outros. (HELLER, 2003)

Logo, ao pensarmos no designer ativista, o articulador por trás das ações, é evidente seu papel de extrema importância na prática do protesto, portanto, é através da sua tomada de decisão que narrativas são construídas. O ativismo no design está intrinsecamente ligado ao o que o profissional pensa e acredita.

Em “The Design of the Dissent”, o designer Milton Glaser, ao ser entrevistado pelo também colega de profissão Steven Heller, aponta algumas coisas: “ativistas geralmente têm a ideia de que o protesto deles é uma tentativa de melhorar uma condição existente.”; e ainda complementa: “a reação de protesto é sempre em resposta à sensação de opressão que é vivida por aqueles que protestam.” (GLASER; ILIC; 2005, p. 224-231). Pensar o design como uma ferramenta de protesto não é somente entender como ele pode ser usado para transmitir um discurso, mas sim entender que o design é parte imprescindível de uma engrenagem que busca por mudanças nas estruturas da sociedade vigente. O design de protesto se firma como um dos grandes atores da causa ativista.

3 A semiótica visual no Design de Protesto

Ao falarmos sobre a prática ativista dentro do campo do design e a construção de um campo de influência através do trabalho do próprio designer, será necessário delimitarmos como a Semiótica se dá dentro do Design de Protesto.

Santaella (1983, p.7) explica que a Semiótica “vem da raiz grega semeion, que quer dizer signo. Semiótica é a ciência dos signos” e complementa que “Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido” (SANTAELLA, 1983, p. 13). Oliveira define que “semiótica é o campo de conhecimento que oferece, além dos fundamentos teóricos, as ferramentas metodológicas para o estudo da construção dos significados” (2007, p. 77 apud AZAMBUJA; MENDES; SILVA, 2021, p. 16).

Medeiros (2010, p. 1) conceitua semiótica como “a ciência dos signos e dos processos significativos na natureza e na cultura.” Para Azambuja, Mendes e Silva, a semiótica “pode ser considerada a ciência da significação, por meio do estudo de linguagens, imagens, objetos e processos. O estudo dos mecanismos pelos quais nossa mente interpreta o mundo” (2021, p. 17).

Ao pensarmos a Semiótica como uma ferramenta de estudo das inúmeras linguagens capazes de gerar um significado, a sua relação com o campo do design se torna praticamente intrínseca, já que, uma das aplicações do design é justamente a criação de significados. Scoz aponta que, em uma perspectiva semiótica,

o Design é uma atividade construtiva que articula formas e conteúdos. Como gesto de linguagem, a atividade coloca em curso uma ordenação sintática visando cumprir requisitos projetuais de

naturezas distintas, do desenvolvimento de embalagens para alimentos ao projeto de habitáculos automobilísticos. Cada projeto é tomado como ato linguístico, uma ação criadora que joga com as possibilidades de um sistema: um arranjo de virtualidades que o designer atualiza em seus agenciamentos projetuais, com vistas a dar forma segundo planejamento prévio a um todo significativo. (SCOZ, 2011, p. 66)

Azambuja, Mendes e Silva apontam que para um designer, compreender o processo de criação de sentido através da aplicação semiótica é essencial, logo que é por meio deste que as possibilidades de envio de mensagens se ampliam, tal como “os processos de significação que o interpretante pode vir a desenvolver” (2021, p. 37). Contudo, cabe destacar que, no contexto contemporâneo, a utilização da semiótica é muitas vezes feita com o intuito do lucro e manutenção do sistema de mercado vigente, porém, na contramão deste viés capitalista, a aplicação da semiótica no design pode e deve ser usada para ampliar a possibilidade de interpretação de uma mensagem de protesto e luta sociopolítica.

Scoz define que “a semiotização dos produtos do design objetiva tanto apreendê-los como manifestações significantes quanto consolidar uma perspectiva de design como linguagem, ou seja, como um sistema de produção de sentido” (SCOZ, 2011, p. 52). Tal produção de sentidos é fundamental quando falamos do design em um sentido ativista, pois seu poder de persuasão, divulgação de mensagens e criação de sentidos consolida-se como imprescindível no trabalho do designer ativista.

Pimenta, ao apresentar algumas abordagens a respeito do ativismo via hipermídia e de como a análise semiótica pode ocorrer dentro destas abordagens, aponta que “não se busca algo da esfera dos hábitos já estabelecidos e consolidados, como é o caso das línguas, e sim possíveis mudanças dos hábitos do pensamento passíveis de serem alterados, frente à nova conjuntura do ‘capitalismo cognitivo’ e do ‘trabalho imaterial’.”(p. 6)

O autor ainda explica que o ativismo via hipermídia não visa apenas gerar significados, mas também mudar o modo como a comunidade online lida com as representações semióticas ligadas à atual conjuntura política (PIMENTA, p. 7). Tal constatação deixa evidente o fato de como a semiótica aplicada ao design é essencial para o ativismo no design e a transmissão da mensagem de protesto.

4 Caminho do ativismo contemporâneo: as Mídias Sociais

Da mesma forma que as ruas foram e continuam sendo uma via importante de manifestação política popular, as mídias digitais se configuram hoje como um novo meio pelo qual mensagens políticas e ativistas são veiculadas. Albuquerque (2018) explica que a internet possibilita que grupos se mobilizem de uma forma fluida, permitindo a divulgação de ideias e ações ativistas, assim, eles aproveitam a “inexistência de território fixo da web” e contestam o establishment e até a lei. Independentemente da posição política ou crenças vigentes, a internet se coloca hoje como um dos grandes pilares da manifestação política.

À medida que os meios de comunicação evoluíram, novas perspectivas surgiram em benefício da comunicação gerencial dos movimentos e da ampliação das estratégias de persuasão. Tanto pela ampliação das audiências quanto pela criação de novas formas de atuar coletivamente, a apropriação de ativistas sobre os recursos

comunicacionais caracterizou-se como uma tendência natural de potencialização das ações de protesto (BATISTA, 2012, p. 56).

Martino (2014), aponta que as mídias sociais possibilitaram uma transformação e transposição das noções existentes de política, agregando novas dimensões às discussões políticas. “Um blog ou perfil em rede social que marque posição a respeito de um estilo de vida pode ser entendido como um ambiente político - a identidade, em público, torna-se um problema político” (MARTINO, 2014, p. 86).

O autor ainda explica que a tecnologia em si já é um fator de ação política, tendo em vista que as mídias estão longe de serem apenas uma ferramenta técnica, já que elas existem em um contexto social e histórico do qual há a impossibilidade de serem separadas, interferindo igualmente nestes contextos. Dominar as tecnologias digitais está vinculado diretamente ao processo de formação do poder contemporâneo (MARTINO, 2014).

Esse domínio das tecnologias e mídias digitais proposto por Martino é o que explica as ações coletivas que promovem manifestações e movimentos em prol de causas sociopolíticas, tendo em vista que, a partir do momento que grupos ativista dominam tal rede, o lançamento de mensagens fica facilitado e o alcance do discurso se torna muito maior. Vasconcelos e Coutinho (2016, p. 9) explicam que toda “ação política virtual é hoje necessariamente coletiva, com todos os espaços de interação sendo coletivos e alimentados por qualquer pessoa”, o que nos traz inúmeras perspectivas de uma demanda da sociedade, fazendo com que os grupos compreendam as causas de cada indivíduo inserido no coletivo.

Batista, ao também tratar da internet como um ambiente de manifestação de ações coletivas, aponta que esta possui a capacidade de romper com os paradigmas comunicacionais, e além disso, ao possuir características naturais como a velocidade de acesso à informação, consegue garantir a redução dos custos de comunicação entre ativistas e reduzir significativamente o investimento de capital e de tempo para a difusão de ideias (2012, p. 64-65). Assim, a ação de grupos ativistas consegue chegar até as mais diversas camadas da sociedade, se infiltrando nos campos de poder que precisam de mudanças.

As mídias sociais são hoje uma das formas mais usadas para a exposição de ideias ativistas e ações em prol das demandas sociopolíticas da sociedade, unindo pessoas com ideais semelhantes em prol da necessidade individual e funcionando como as novas ruas das manifestações.

As mídias digitais e a comunicação em rede ao mesmo tempo agrupam e segmentam os indivíduos, possibilitando, ao mesmo tempo, uma exposição quase autorreferencial de si mesmo e o engajamento político em questões que ultrapassam em muito as questões do cotidiano. (MARTINO, 2012, p. 120)

5 Design Ativista: a produção ativista brasileira

Pensar o design de uma perspectiva ativista e política é compreendê-lo em um mundo onde a demanda por mudanças sociopolíticas tem caráter atual e urgente. Deste modo, o Design Ativista, projeto encabeçado pela Mídia Ninja juntamente com a equipe da Ideia Fixa, busca utilizar o design como ferramenta de mudança, colocando em pauta questões que envolvem a sociedade, mobilizando designers espalhados pelo país e promovendo debates na sociedade contemporânea. Desde direitos da comunidade LGBTQIAP+, negra e indígena até temas como fome, violência policial, fascismo e ações políticas, o Design Ativista movimenta uma grande

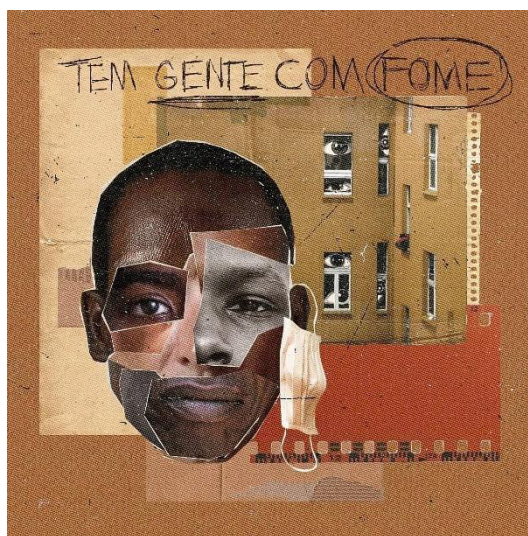
gama de pessoas em prol de um ideal comum, utilizando o design como uma ferramenta transformadora.

O design é uma ferramenta importante demais pra ficar só na mão das grandes corporações. Começamos como uma pequena comunidade, reunindo quem não aguentava mais ver tanta coisa errada sem poder fazer nada. A partir da primeira convocatória da Mídia NINJA e da Idea Fixa crescemos e nos tornamos milhares de profissionais, estudantes e amantes do design conectadas e conectados, botando a mão na massa pra transformar a realidade, em contato com movimentos e coletivos. Um verdadeiro levante criativo! Promovemos o que acreditamos de coração e temos certeza: toda crise gera uma grande oportunidade. (MÍDIA NINJA, 2019)

O projeto possui um grande reconhecimento por sua atuação online, principalmente através do perfil @designativista no Instagram, por onde realiza convocatórias para a produção de peças gráficas de protesto por designers, ilustradores e pessoas da área. Através do uso da hashtag #designativista, abre-se a possibilidade de que qualquer pessoa possa postar sua arte em apoio ao ideal defendido, atualmente a hashtag já possui mais de 60 mil posts. E além disso, O Design Ativista promove maratonas de design e grandes encontros anuais “que debatem sobre o papel do design na criação de uma sociedade mais humana e democrática” (MÍDIA NINJA, 2020).

Através das convocatórias, algumas delas relâmpago, o movimento impulsiona a produção de materiais gráficos, além de colocar em discussão assuntos importantes da sociedade. Algumas das convocatórias foram: “Acampamento Terra Livre”, movimento de mobilização indígena; “Tem Gente Com Fome”, campanha de combate à fome causada pelo descaso do governo durante a pandemia do coronavírus; “Ditadura Nunca Mais”, campanha de combate à ditadura frente aos atos de ameaça à democracia por parte do governo do então presidente Jair Bolsonaro; e “Direito de Comer Direito”, movimento de democratização de alimentos saudáveis e sem agrotóxicos para todas as pessoas.

Figura 1 – Tem Gente Com Fome



Fonte: Divulgação Instagram @designativista (2021)

Os “encontrões”, como são chamados, foram realizados inicialmente de forma presencial e posteriormente de forma online em decorrência da pandemia de Covid-19, e reúnem profissionais gráficos, comunicadores e afins da área em oficinas, rodas de conversas, debates e atividades, tudo em um espaço ocupado por coletivos e movimentos sociais das mais diferentes causas. O Encontro Design Ativista ocorre desde 2018, e em sua primeira edição foram 600h de programação, contando com a participação do designer holandês Ruben Pater, autor do livro *The Politics of Design*.

Rafael Vilela, co-founder da Mídia Ninja e um dos idealizadores por trás do Design Ativista, em um talk realizado em Dezembro de 2018 na sede da EBAC (Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia) em São Paulo, aponta que

a gente tem um potencial gigante de mudar o eixo do design como ele é realizado no Brasil, de um eixo econômico pra um outro tipo de atividade que beneficie outros interesses que não só os interesses comerciais e corporativos. A gente acha que o design tem essa potência gigante e a gente está aqui pra começar a pensar como fazer isso. (RAFAEL VILELA, 2018)

Scoz (2011; p. 51) explica que o design foi concebido como uma ferramenta de suporte ao crescimento industrial, sendo um “capitalista por excelência” e responsável por ajudar na “manutenção do sistema do Capital”. Debruçarmos nossos olhares sobre a atuação do Design Ativista é podermos estudar e perceber como o design pode ser utilizado como ferramenta de divulgação e influência de causas sociopolíticas e culturais, remando contra a crença de ser apenas um aparato da máquina capitalista responsável pela promoção do consumo.

Figura 2 – Breque dos Apps



Fonte: Divulgação Instagram @designativista (2020)

O projeto encontra na insatisfação com o sistema vigente o principal combustível para a produção de materiais que buscam, de inúmeras formas, fazer uso do design como uma ferramenta de protesto. Ao utilizar-se de representações simbólicas conhecidas pelo público e que se relacionam intimamente com o cotidiano de cada indivíduo, as peças gráficas produzidas pelos designers ativistas criam novos significados, despertam a atenção e influenciam opiniões e visões de mundo.

6 Considerações Finais

Como apontado anteriormente por Moura (2008), assim como tudo na vida, o design é político. No momento que entendemos que o design, em especial aqui o design gráfico, faz parte da engrenagem política, principalmente quando falamos sobre criação de narrativas visuais para promoção de um discurso, é possível compreender como este se insere dentro das práticas ativistas.

Ao pensarmos o design gráfico fora de seu contexto mercadológico percebemos que, não somente ele é usado por grupos ativistas como uma ferramenta para criar formas visuais para a transmissão do discurso, mas também é um agente ativo em causas sociopolíticas que buscam beneficiar comunidades contrárias ao sistema vigente. Através dele é possível achar formas de criar redes de comunicação entre pessoas que almejam os mesmos ideais e mudanças nos processos sociopolíticos contemporâneos.

Observando as peças e artes propostas pelo design ativismo é possível notar o uso da semiótica aplicada às narrativas de protesto como forma de criar significados e gerar percepções no público de modo a expandir as discussões acerca de problemas políticos e demandas da sociedade. Aqui, a semiótica é usada de forma a transmitir uma mensagem capaz de mudar a compreensão do público acerca de assunto ligados à conjuntura sociopolítica atual, além de dar forma ao discurso de grupos ativistas.

A criação do Design Ativista em 2018 configurou-se como resultado de uma forte demanda de diversos grupos por mudanças em prol de um bem comum. Analisar a forma como estes e estas designers utilizam seu trabalho de forma a engajar causas e atingir objetivos comuns é analisar como o design atua dentro dos processos políticos. A atuação do coletivo, mesmo que feita dentro de uma “bolha” compostas de pessoas que seguem as mesmas pautas, perpassa barreiras narrativas através de um simples compartilhamento de post em redes sociais, atingindo um público muito maior, e que pode ou não estar a par das mesmas pautas.

Martino (2014), como supracitado, explica que as mídias sociais, estando dentro de um contexto social e histórico, possibilitaram agregar novas dimensões às discussões políticas. O que é apresentado pelo autor vai de encontro com a forma pela qual o ativismo contemporâneo divulga suas ações e pautas. O perfil Design Ativista, através da hashtag #designativista, consegue expandir sua zona de influência, trazendo cada vez mais pessoas para as discussões, e funcionando como uma forma de noticiar, opinar e posicionar-se sobre assuntos da conjuntura política e social. Pensar as mídias sociais como um caminho para o design ativismo, é entender como as ferramentas comunicacionais podem ser utilizadas para a transmissão de ideias que vão contra à comunicação de massa.

Utilizar o design gráfico como forma de protesto caracteriza-se não somente como uma forma de utilizar ferramentas visuais capazes de tornar a mensagem mais clara e ampliar a influência do discurso, mas é também uma forma de ressignificar todo um campo de atuação. Comumente colocamos o design como apenas uma forma de funcionalizar e estetizar produtos, além de servir como uma engrenagem importante para o funcionamento do sistema capital vigente, porém, a partir do momento em que ampliamos nossa visão para outros caminhos de atuação, percebemos como ele se configura não somente como ferramenta importante do ativismo, mas também como um ser igualmente ativista.

7 Referências

ALBUQUERQUE, Elisabete Maria de. **Design Gráfico em Tempos de Ativismo**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2018.

ASSIS, Érico Gonçalves de. **Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo**. Dissertação (Mestrado). Universidade Do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. São Leopoldo (RS). 2006.

AZAMBUJA, Cristina Splenger; MENDES, Giselly Santos; SILVA, Silvia Cristina da. **Estética e semiótica aplicadas ao design**. Curitiba: Intersaberes. 2021.

BATISTA, Jandré Corrêa. **Apropriações Ativistas em Sites de Redes Sociais: Cartografia das Ações Coletivas no Twitter**. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre (RS). 2012.

BENJAMIN, Walter. **The Author as Producer**. Institute for the Study of Fascism. Paris. 1934.

EBAC. **Talk Design Ativista para quem não aguenta mais**. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-7T7IBRs3_w&ab_channel=EBAC> Acesso em: 27 set. 2021.

FUAD-LUKE, Alastair. **Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world**. London: Earthscan. 2009.

GLASER, Milton; ILIC, Mirko. **The Design of Dissent**. Rockport Publishers. 2005.

GRALHA, Sofia Andreia Cunha. **A Dimensão Política do Design: uma exploração prática**. Tese (Mestrado). Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, Portugal. 2017.

IZIDIO, Luiz Lagares; RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **Design em tempos de insurgências**. Colóquio Internacional de Design. 2020.

MAGRO, José Carlos; MOURA, Mônica Cristina de; GUIMARÃES, Márcio James Soares. **Design ativismo como prática cidadã contemporânea**. Colóquio Internacional de Design. 2020.

MAGRO, José Carlos; MOURA, Mônica; HENRIQUES, Fernanda. Design Ativista em Quarentena: uma Perspectiva Brasileira. **Estudos em Design**. Revista (online) Rio de Janeiro: v. xx, n. x [ANO], p. 131-146. 2021.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MEDEIROS, Diego Piovesan. **Semiótica Aplicada ao Design**. 2010.

NINJA, Mídia. **Design Ativista lança iniciativa de produção de conteúdo para virar votos nas eleições**. Disponível em: <<https://midianinja.org/news/design-ativista-lanca-iniciativa-de-producao-de-conteudo-para-virar-votos-nas-eleicoes/>> Acesso em: 10 jun. 2021.

NINJA, Mídia. **Design Ativista**. Disponível em: <<https://midianinja.org/?s=design+ativista>> Acesso em: 27 set. 2021.

PATER, Rubem. **Políticas do design: um guia (não tão) global de comunicação visual**. 1ª reimpressão. São Paulo: Ubu. 2021.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. **Duas Abordagens Semióticas do Ativismo via Hipermídia**. In: COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. [s.l.]. [s.d.].

PORTINARI, Denise Berruezo; NOGUEIRA, Pedro Caetano Eboli. Por um design político. **Estudos em Design**. Revista (online). Rio de Janeiro: v. 24, n. 3, p. 32-46. 2016.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Primeiros Passos).

SARMENTO, Rayza; VIANA, Lara. **A PESQUISA BRASILEIRA SOBRE ATIVISMO POLÍTICO ONLINE**: mapeamento de publicações em periódicos das áreas de Ciência Política e Comunicação (2000 a 2017). In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Compólitica. Brasília. 2019.

SCOZ, Murilo. **Mídias alternativas no caminho do sujeito**: uma abordagem semiótica. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2011.

SERPA, Bibiana; JULIANO, Clara; ANASTASSAKIS, Zoy. **Design Anthropology e Design Ativismo**: investigando métodos situados. In: 13º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Univille, Joinville (SC). 2018.

SILVA, Claudio Valentin da; RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **A semiótica visual de Emory Douglas na construção da identidade negra**: movimento Black Panther e militância das comunidades afro-americanas. 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Joinville (SC). 2018.

THORPE, Anne. **Defining Design as Activism**. 2011. Disponível em:< <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>.> Acesso em: 12 set. 2021.

VASCONCELOS, José Marques de; COUTINHO, Sérgio. **O ativismo digital brasileiro**. Fundação Perseu Abramo, São Paulo. 2016.