



O que aprendemos com o Design Socialmente Responsável?¹

What have we learned from Socially Responsible Design?

Matheus Augusto Cannone Miranda da Silva, PUC-Rio.
matheuscannone@gmail.com

Denise Portinari, PUC-Rio.
denisep@puc-rio.br

78

Resumo

Este artigo questiona o legado do *design* como prática fomentadora de ações sociais democráticas. Discutimos os limites da ideologia do Design Socialmente Responsável, que entende o *design* como ferramenta de transformação social, a partir de três vertentes principais: Design para Necessidade, Design Social e Design para Inovação Social. Situamos essas abordagens em um contexto de neoliberalização da vida social, marcado pelo enfraquecimento dos movimentos populares e pelo avanço de políticas de autoafirmação. Identificamos nessa ideologia um alinhamento com lógicas empresariais e um distanciamento de organizações dos oprimidos e proletarizados, o que reforça estruturas do capitalismo vigente. Em contraponto, defendemos uma aproximação do *design* com as lutas sociais e suas formas particulares de organização como via de superação dessas limitações.

Palavras-chave: Design para Inovação Social, Design para Necessidade, Lutas Sociais, Design Social.

Abstract

This article questions the legacy of design as a practice that fosters transformative social action. We discuss the limits of Socially Responsible Design, which frames design as a tool for social transformation, focusing on three key strands: Design for Need, Social Design, and Design for Social Innovation. We situate these approaches within the broader context of the neoliberalization of social life, marked by the weakening of popular movements and the rise of self-affirmation politics. We identify in this ideology an alignment with entrepreneurial logics and a disconnection from the marginalized communities forms of organization, thus reinforcing existing capitalist structures. As a counterpoint, we advocate for design's engagement with social struggles and their particular modes of organization as a path forward.

Keywords: *Design for Social Innovation, Design for Need, Social Struggle, Social Design.*



¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.



Introdução

Em 2022, o movimento massivo de apoio à candidatura do Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, garantiu sua vitória frente à continuidade do projeto fascista do Bolsonarismo. O projeto petista apostava na união com as direitas, um mal necessário para garantir uma hegemonia antifascista. Hoje (2025), em três anos do terceiro governo Lula, o cenário está bem distante do ideal. A consolidação de um novo teto de gastos públicos recua ainda mais os investimentos em saúde e educação e ameaça pisos constitucionais (Leite, 2024; Martello, 2024). O governo teme assumir posições com causas progressistas (como o direito ao aborto) por medo da retaliação de uma extrema-direita que segue organizada (Perrin, 2024; Manoel, 2024).

Safatle (2020), ao discutir o estado da resistência ao Governo do ex-Presidente da República Jair Messias Bolsonaro (2019-2022), aponta uma incapacidade da esquerda brasileira de impor um horizonte político alternativo. Ele evidencia um completo esgotamento do modelo de conciliações formado com a Nova República (Safatle, 2020). O resultado deste esgotamento é a redução do projeto político de esquerda a uma versão diluída do neoliberalismo, que nega a sua superação, e se apresenta como uma falsa polaridade do bolsonarismo, uma esquerda morta e distante das massas (Maia, 2023). A origem deste fenômeno remonta a uma recuada das esquerdas globais do final do século XX. Para Dean (2022), as esquerdas se viram impotentes frente a ascensão das reformas neoliberais de privatização e do desmonte estatal; passando a assumir uma posição mais defensiva no campo político que garanta, ao máximo, a sobrevivência de pessoas oprimidas.

Essa conjuntura fortaleceu a crença individualista na luta política, pautada por uma ideologia de ação cada vez mais centrada na afirmação da particularidade, na instrumentalização de responsabilidades e ações individuais (Dean, 2022). Segundo Jodi Dean (2021), nas sociedades neoliberais, tendemos a valorizar a ação política e luta individual (a partir de nossa própria posição e sociabilidade dentro desta estrutura) contra as opressões e injustiças, na melhor das hipóteses, nos organizando em pequenos grupos de resistência social. Abandonamos instrumentos políticos mais coletivos, como o partido político, reduzindo-os a um dispositivo de representação eleitoral (Dean, 2021).

Mas o que o *design* tem a ver com luta e organização social? Se as sociedades, há pelo menos sessenta anos, vêm sofrendo a perda de seus instrumentos coletivos de ação política e mergulhando na individualidade da neoliberalização (Dean, 2022), o campo do *design* vem buscando formas de instrumentalizar sua prática para a transformação social (Del Gaudio, 2015;



Margolin; Margolin, 2019). Essas abordagens buscam operar paralelamente à prática do *design* de mercado (Frascara, 2015; Papanek, 2006) e compreendem as capacidades individuais de *design* como meios para criações “socialmente responsáveis”, legitimando sua prática como meio de ação política no mundo (Papanek, 2006; Margolin; Margolin, 2019; Manzini, 2015).

Definimos, a partir de uma abordagem marxista de crítica ideológica, esta tendência como uma ideologia² de “Design Socialmente Responsável”. Esse termo já foi previamente apresentado no campo com diferentes sentidos (Papanek, 2006; Margolin; Margolin, 2019). O escolhemos, pois ele captura a ideia de que o *designer*, como profissional, tem a obrigação moral de assumir causas sociais 'nobres' de bem-estar social como problemas de *design*, ou seja, passíveis de solução ou melhoria por ferramentas projetuais.

Identificamos que esta ideologia se manifesta no decorrer destes sessenta anos em três grandes correntes do campo: O Design para Necessidade, o Design Social e o Design para Inovação Social. Discutiremos, em linhas gerais, as três correntes, buscando dar um panorama desta ideologia em sua trajetória histórica.

O Design Socialmente Responsável

Foi no contexto da disputa geopolítica da Guerra Fria, entre os anos 1950 e 1980, que políticas de auxílio ao desenvolvimento passaram a dominar as estratégias ocidentais de influência na periferia. Essas iniciativas abrangem desde os programas do ICA (*International Cooperation Administration*) (Alpay *et al.*, 2003; Clarke, 2021) às estratégias do FMI (Fundo Monetário Internacional) e do Banco Mundial (Margolin; Niemeyer, 2009). É no coração destes programas, nos anos 1960 e 1970, que surge a primeira forma de Design Socialmente Responsável, o Design para Necessidade (Clarke, 2021; Clarke, 2015). Essa abordagem foi fundada na concepção de que o *design* era uma ferramenta capaz de operar uma melhoria da qualidade de vida de pessoas em situações de extrema necessidade, principalmente na periferia do sul global (Height, 1977). Eram projetos desenvolvidos através de atuações colaborativas com grupos e comunidades locais (Papanek, 2006), com a intenção de atender suas necessidades a partir de uma concepção utilitária de “necessidade básica” (Cornford, 1977). Os resultados desses projetos foram produtos e serviços rudimentares, concebidos a partir de uma ideologia que associava culturas de sociedades periféricas ao tradicionalismo e à baixa complexidade tecnológica (Schumacher, 1973; Schumacher, 1979). Um exemplo dessas iniciativas seria o famoso caso do rádio de lata de sopa, implementado por Papanek em parceria com a UNESCO

²A categoria Ideologia é trabalhada aqui no sentido marxista, em que ideias dominantes de um campo são entendidas como expressões das relações socioprodutivas vigentes (Marx; Engels, 2007; Iasi, 2014).

(Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) na Tailândia dos anos 1960.³

Figura 1: Rádio de Lata para a UNESCO



Fonte: Clarke, 2021, p. 186.

É já conhecida a afirmação de que o Design para Necessidade configurava uma estratégia limitada e romântica de ação social, caracterizada pelo seu patriarcalismo assistencialista, que foi acumulando críticas de pares do campo desde os anos 1970. Temos, por exemplo, nos anais do congresso do ICSID (*International Council of Societies of Industrial Designers*) em 1976, artigos que já apontavam questionamentos interessantes sobre o caráter do “Design para Necessidade”, como o reducionismo de necessidades à mera subsistência (Gomez, 1977) e a atribuição de atividades e capacidades políticas da cidadania ao trabalho do *designer* (Lloyd Jones, 1977).

Dentre os principais críticos do Design para Necessidade, temos Gui Bonsiepe, Bruce Nussbaum, Victor Margolin e pesquisadores brasileiros como Gabriel Patrocínio. Nussbaum (2010) afirma que o Design para Necessidades era uma forma de assistencialismo imperialista⁴;

³O rádio consistia em um dispositivo simples para comunicação de informações públicas de propaganda do estado (Papanek, 2006).

⁴Nussbaum (2010) utiliza-se do termo imperialismo para se referir a uma postura colonialista e salvacionista de *designers* ocidentais que tentavam solucionar problemas sociais em países periféricos. Nós trabalhamos aqui com a categoria marxista de imperialismo, em que o termo busca explicar as relações socioeconômicas que se estabelecem no capitalismo entre países centrais e periféricos (Fontes, 2010).



já Bonsiepe (1977; 2015; 2018), Margolin (2015) e Patrocínio (2015), negam essa acusação. Para esses autores, o assistencialismo/ativismo do Design para Necessidade era romântico e oposto às estratégias econômicas mais amplas presentes nos programas de desenvolvimento assistido da UNIDO (*United Nations Industrial Development Organization*), Banco Mundial e FMI. Essa oposição está muito presente, na época, no discurso de Bonsiepe (1977; 1978) e na declaração de *Ahmedabad* (UNIDO-ICSID, 1979).

Acreditamos que ainda é necessário ir além de uma crítica ao assistencialismo, aprofundando a análise dessa corrente. A carreira de Papanek mostra que o *designer* era uma figura bastante contraditória e politicamente oportunista (Clarke, 2021). Na mesma época em que construía sua abordagem crítica do consumo e buscava “ajudar” países periféricos, o *designer* desenvolveu inúmeras tecnologias para o complexo militar industrial estadunidense, sendo algumas utilizadas no Vietnã (Clarke, 2021). A atuação do *designer* em iniciativas projetuais com estudantes de *design* durante eventos pan-escandinavos, tinha um forte papel geopolítico de manutenção da influência estadunidense nesses países neutros da Guerra Fria (Clarke, 2021). Por fim, Clarke (2021) traz depoimentos de colegas da época que comprovaram uma intenção, por parte de Papanek, de instrumentalizar os movimentos estudantis pós-1968 (principalmente nas escolas de *design*) para fomentar suas ideias.

A Ideologia da Tecnologia Apropriada, que fundamentou o Design para Necessidade, questionava o desenvolvimento das práticas sociais; defendia uma recuperação do trabalho artesanal e da metafísica religiosa na vida cotidiana (Schumacher, 1973). Ela compreendia que os países periféricos no século XX não deveriam almejar o desenvolvimento sociotécnico (Schumacher, 1973). Schumacher não era um mero romântico influenciado pelas ideologias econômicas indianas; o economista fora um dos principais idealizadores do programa Keynesiano de desenvolvimento e reconstrução que marcou a Europa do pós-guerra (Willoughby, 1990). Programa que teve papel central na desarticulação de organizações políticas e da luta social no norte global até o final dos anos 1960 (Antunes, 2009).

Há quem compreenda que o fetichismo com o trabalho semiartesanal intensivo e a aversão a um debate sobre desenvolvimento são mal entendidos, e não configuram uma defesa do tradicionalismo pré-industrial por parte do economista alemão (Patrocínio, 2015). Acreditamos que é ingênuo desconsiderar que o fetichismo de Schumacher tenha aparecido coincidentemente em tal cenário.

Nas décadas seguintes a 1970, o capitalismo vivenciou, em escala global, uma intensificação de rotinas de trabalho em diversos setores produtivos (Antunes, 2009). Esse processo foi uma



decorrência da estagnação do capitalismo no final do século XX, cujas tendências de queda da lucratividade no sistema econômico global já estavam no horizonte da década de 1970 (Benanav, 2019a). O trabalho intensivo pode ser compreendido como uma estratégia de manutenção de lucratividade, visto que a sua capacidade de extração de mais-valia é superior (Marx, 2017). A ideologia “Schumacheriana” pode ser facilmente uma estratégia de manutenção do trabalho precarizado em países periféricos. O Design para Necessidade, ao incorporá-la, reproduz um modelo de subsunção das sociedades periféricas às políticas de concentração de riqueza de países centrais. Essa lógica de dependência já estaria presente na própria natureza dos programas de financiamento (UNIDO, Banco Mundial e FMI), que se limitavam a garantir uma hegemonia ocidental, contribuindo para a vitória estadunidense na Guerra Fria e manutenção de seu poder imperialista (Fontes, 2010). Logo, a ideologia do Design Socialmente Responsável surge no Design para Necessidade como uma prática imperialista da Guerra Fria.

Hoje (2024), mesmo fora da conjuntura geopolítica da Guerra Fria, ainda podemos encontrar reflexos dessa corrente em projetos contemporâneos, principalmente na tendência ideológica de “Design Centrado no Pobre” (Serpa, 2022). Apesar de essa abordagem ter incorporado métodos centrados no usuário em sua prática, ela ainda presume sujeitos oprimidos e pobres como usuários e consumidores finais (Serpa, 2022); afastando-os de qualquer envolvimento ou opinião sobre o processo produtivo que atende às suas necessidades específicas (Serpa, 2022). Um exemplo seriam produtos de empreendimentos sociais, como o Água Camelo.

Desenvolvido no Brasil, o Água Camelo constitui um empreendimento que busca oferecer filtragem e transporte de água em regiões sem acesso à água potável por meio de equipamentos individuais e coletivos de fácil e rápida implementação, como mochilas e filtros de parede para pequenas comunidades (Camelo, 2024). Mesmo operando com produtos visualmente sofisticados, esse sistema de fornecimento de água oferece uma solução rudimentar sem endereçar o porquê da ausência (da água potável) ou propor uma solução com maior permanência e integração comunitária. Preservam-se os elementos imperialistas da brutalização e do trabalho intensivo herdados da tecnologia apropriada.

Figura 2: Exemplo de equipamento fornecido pelo Água Camelo



Fonte: Soares e Caetano (2020).

Apesar de o Design para Necessidade dar origem à ideia de Design Socialmente Responsável, essa não é a única abordagem contemporânea que busca instrumentalizar o *design* para finalidades de transformação e melhoria social. Desde o final dos anos 1990, a teoria de um modelo social de *design* para outros tipos de usuários, que transcendem os mais pobres de países periféricos, vem sendo desenvolvida internacionalmente.

Um primeiro expoente seria o modelo social de *design* discutido por Margolin e Margolin (2019), em que os *designers* defendem a possibilidade de adaptar as abordagens dos anos 1970 para servir a contextos de serviço social, como programas públicos de bem-estar e ONGs. Sua abordagem trata os usuários desses serviços como clientes, operando em parceria com profissionais de saúde para mitigar problemas sociais cotidianos (Margolin; Margolin, 2019). Um outro expoente dessa tentativa foi Jorge Frascara. Sua abordagem de *design* gráfico para “o povo”, propõe um serviço comunitário de *design* para atender a demandas da esfera pública, como segurança, saúde e educação; com a finalidade de mitigar problemas cotidianos de convivência social (Frascara, 2015).

É evidente que o capitalismo tardio já viveu inúmeras estratégias de reestruturação produtiva desde o início de sua mais séria crise de lucratividade nos anos 1970. A profunda instrumentalização da alta tecnologia para fins de intensificação do trabalho e controle da produtividade (Antunes, 2018) vem tornando menos expressivas as estratégias de baixa tecnologia (como as propostas por Schumacher e Papanek). Esse processo é possível devido à implementação de regimes flexíveis de trabalho e da generalização do subemprego (Benanav,



2019b). Com novas estratégias de organização produtiva, novas estratégias de aplicação do Design Socialmente Responsável também surgirão.

Segundo Guy Julier (2017), a reestruturação do bem-estar social europeu e estadunidense nos anos 1980-1990 foi orientada por processos de financeirização no Estado, criando-se uma grande demanda por *design* para o serviço público. Essa aplicação do *design* (ainda presente hoje) busca diminuir custos públicos com serviços mais eficientes e atender a novos modelos de gestão público-privada; que demandam serviços de comunicação competitivos e tomadas de decisão com viés mercadológico (Julier, 2017). O Design Social seria uma simples adaptação do Design para Necessidade à gestão do bem-estar social; em um estado neoliberal com menos recursos públicos e mais demandas sociais, consequentes da precarização geral do trabalho.

Mas o campo já não teria respostas para os problemas do Design Socialmente Responsável? Não estaríamos superando seu assistencialismo e o determinismo social com abordagens cocriativas e mais infraestruturais de inovação social que corretamente integram o *designer* em um contexto social?

Tendo origem na gestão política de Milão nos anos 1990, o Design para Inovação Social consiste na aplicação de métodos profissionais de *design* (*Design Thinking*) para fomentar iniciativas com finalidades de melhoria social, tais como: organizações filantrópicas, programas públicos regionais e cooperativas auto-organizadas de pequena escala (Manzini, 2019; Manzini, 2015; Franzato, 2020). Essas iniciativas são entendidas como “coalizões de *design*”, espaços comunitários fundados na cooperatividade, capazes de configurar novos estilos de vida e formas de reprodução sustentáveis da vida social (Manzini, 2017). O Design para Inovação Social busca oferecer alternativas a ineficientes estratégias de transição sustentável e a condições desfavoráveis de habitação e convivência em um mundo extremamente individualizado (Manzini, 2019; Chaves, 2017; Franzato, 2020). O papel do *design* seria de um catalisador, que busca aplicar estratégias de gestão para fomentar valores, crenças e ferramentas de competitividade; garantindo sobrevivência a essas iniciativas cooperativas em uma conjuntura social competitiva de mercados em constante transformação (Freire, 2021).

Apontam-se como alguns exemplos: 1) redes de produção e distribuição de alimentação orgânica; 2) sistemas para cuidados de idosos (Manzini, 2015); 3) projetos de fomento a pequenas empresas (Seedinglab, 2015); 4) redes de fomento à economia local de bairros (DESI, 2019); 5) programas de educação tecnológica *DIY* (faça você mesmo) (DESI, s.d.); e 6) programas de fortalecimento da pequena economia local em cidades (Federizzi; Borba, 2021).



Mas o que seriam essas estratégias de gestão e qual a sua origem? O processo de toyotização⁵ levou a prática do *design* a aprofundar, consideravelmente, sua atuação na produção de conhecimento e estratégias comerciais para o mercado (Matias, 2014). Na medida em que o capitalismo se torna hipercompetitivo em uma realidade de profunda desvalorização da produção e do trabalho, cresce a apreensão do universo social de usuários/consumidores e aprofundam-se as características gestórias inerentes ao trabalho de *design* (Julier, 2017; Matias, 2014). O campo do *design* passa a organizar métodos próprios para aprimorar sua eficácia comercial na forma da importação, cada vez maior, de métodos e abordagens administrativas empresariais (Matias, 2014).

Os métodos de *Design Thinking* implementados aqui são as próprias estratégias de gestão do capitalismo toyotizado. É no mínimo questionável que essas iniciativas, querendo fomentar novas formas cooperativas e criativas de organização coletiva, procurem se organizar a partir de modelos empresariais de gestão. Esses são os mesmos modelos que fundamentam as próprias organizações monopolistas e insustentáveis que elas buscam combater ou suplantar.

Franzato (2020), seguindo leituras de Manzini, argumenta que a aplicação de estratégias de gestão não precisa se restringir à realidade empresarial, pois essas seriam formas fundamentais de organização socioprodutiva de nosso tempo. Seria a estrutura empresarial a única forma de organização social compatível com os meios de produção e as necessidades sociais contemporâneas? A quem interessa reduzir a forma de organização e gestão coletiva humana a modelos empresariais de organização capitalista tardia?

As abordagens de Design para Inovação Social/estratégico empacotam seus métodos projetuais em ferramentas (*toolkits*) que são sucessivamente vendidas e implementadas em contextos sociais diversos, completamente descolados do universo empresarial no qual foram concebidas; são um conjunto de crenças, uma ideologia a ser vendida àqueles envolvidos em um determinado contexto projetual que promete resultados em troca de uma fidelidade teórica (Ansari, 2019). Analisando o impacto de abordagens de Inovação Social no Paquistão, Ansari (2019) aponta a existência de um caráter imperialista, herdado da tradição do Design para Necessidade, que sufocaria espaços já existentes de atuação política na cultura.

Em uma leitura similar, Bibiana Serpa (2022) questiona o Design para Inovação Social, apontando como seus métodos são incapazes de compreender processos de opressão e

⁵ O processo de reestruturação produtiva e financeirização dos últimos 40-45 anos, já comentados acima, também é conhecido como Toyotização, devido à associação ao modelo de gestão do trabalho da Toyota, marcado pelo maior controle subjetivo dos trabalhadores e pela flexibilização de relações trabalhistas (Antunes, 2009).



proletarização. Nesse sentido, o *design* que pretende ser cocriativo e centrado no usuário se torna “produtocêntrico”, voltando-se para a obtenção de resultados e realização de seus métodos projetuais empreendedores (Serpa, 2022). Esse *designer* aparece como um mero mediador entre a pobreza e as formas de opressão que, de forma predatória, exploram um certo contexto ou problema social visando engendrar ali estratégias de lucratividade (Serpa, 2022).

É evidente que o Design para Inovação Social configura apenas um amadurecimento do Design Social do final do século passado e não fornece uma leitura crítica efetiva das transformações do capitalismo frente à sua estagnação histórica. Como apontamos na introdução, o cenário contemporâneo é de crescente austeridade e neoliberalização econômica, com o aprofundamento da ameaça a direitos e serviços públicos constitucionais. O processo de austeridade é uma das principais estratégias de controle do capitalismo estagnado, manifestando-se como meio para intensificar condições de exploração e enfraquecer capacidades de luta contra opressão e regimes de trabalho intensificados (Benanav, 2019b).

Nesse contexto, o Design para Inovação Social nos parece uma estratégia neoliberal de contenção ou mitigação da austeridade, a partir do estímulo de empreendimentos sociais de pequeno porte, estando muito distante de uma ferramenta efetiva de transformação social. Manzini (2019) destaca o caráter heroico dos indivíduos que realizam autossacrifícios para o bem comum de suas comunidades locais, mas o que seriam esses “heróis” senão os sujeitos dominados por uma orientação política individualizada que comentamos na introdução?

O Design para Inovação Social é uma estratégia empresarial que busca fomentar iniciativas individualizadas e pouco amadurecidas de resistência comunitária e regional. Ao serem estruturadas em modelos empresariais de pequeno e médio porte, essas iniciativas são esvaziadas de qualquer potencialidade real de luta política. Busca-se, na melhor das hipóteses, mitigar necessidades sociais que emergem desse contexto de austeridade, exploração e piora na qualidade de produtos e serviços. Não existe uma estratégia efetivamente capaz de fomentar resistências ou consolidar formas de reprodução da vida distintas de um capitalismo de pequeno porte, mais formalmente humanizado, que, ao fim, reforça a ordem hegemônica. Um dos efeitos desse tipo de iniciativa é a capilarização dos modelos e da lógica empresarial, ampliando a sua penetração em espaços relativamente distantes do universo empresarial, como comunidades auto-organizadas. Cabe lembrar aqui a afirmativa bastante incisiva de Stern e Siegelbaum:

[...] o design contemporâneo não é apenas um desdobramento ou uma decorrência do neoliberalismo, mas também um importante fator contributivo para a sua articulação e implementação. (Stern; Siegelbaum, 2019, p. 265, tradução nossa).

O que fazer?



O Design Socialmente Responsável, mesmo em suas abordagens cooperativas, se mostra uma simples reprodução da prática do *design* comercial, ou seja, um produto da divisão social do trabalho capitalista atrelado à reprodução e valorização do capital (Contino, 2019). Frente a essa dura realidade de cooptação e culto ao “faça você mesmo”, nos perguntamos para onde ir, ou o que fazer?

Segundo Dean (2022), para evitar uma posição puramente defensiva, devemos nos reconectar com o legado militante da esquerda. Ela se refere principalmente à esquerda socialista e sua tradição sindical e partidária. O partido não pode ser reduzido à forma histórica dos partidos comunistas do século XX; por trás de sua aparência, eles cultivam uma forma de organização capaz de articular diferentes demandas sociais e questões de opressão (Dean, 2021).

Partidos e sindicatos concebem suas estratégias a partir e pela força das massas, sem depender do heroísmo individual ou de métodos de gestão particulares, tais como as abordagens propostas pelo campo do *design*. Diferentemente das coalizões de Manzini (2017), essas organizações não promovem um trabalho “comunitário” orientado pela resolução de conflitos; eles são espaços de politização e solidariedade política, onde a polarização e disputa são centrais para sua ação no mundo (Dean, 2021). Essa outra forma de cooperação não é resultado de modelos de negócios, mas de uma condição comum frente à opressão, unida pela construção de laços conflituosos de companheirismo entre estranhos (Dean, 2021). Enquanto ONGs e empresas sociais se orientam para a produção de impactos diretos, com produtos ou serviços (Serpa, 2022), organizações político-partidárias operam como mediadoras da luta social, disputando poder contra a ordem do capitalismo vigente.

Organizações político-partidárias oferecem um espaço de atuação muito mais ofensivo e amplo que o Design Socialmente Responsável. Poderia essa militância oferecer outros meios de ação para *designers*? Afinal, somos todos trabalhadores assalariados e oprimidos (alguns mais, outros menos) em um capitalismo estagnado e neoliberal.

Para Serpa (2022), sua atuação na Universidade Livre Feminista foi essencial para a construção de um senso crítico sobre os limites do *design* estratégico. Organizações militantes operam como espaços pedagógicos coletivos, onde o saber não é simplesmente importado e adaptado a uma certa realidade social; mas uma produção crítica a serviço do avanço da luta política (Serpa, 2022). A hipótese de Serpa (2023) é que a inserção do *designer*, como um companheiro de luta, lhe permitirá reavaliar criticamente suas práticas profissionais, concebendo novas formas de atuação e configuração. O *designer* poderia construir uma outra forma de ação a partir da realidade prática da organização (teoria da *práxis*), adaptando seus



saberes e ferramentas para contribuir com as questões, necessidades e desafios do movimento, independente de estratégias de mercado (Serpa, 2023). Essa hipótese se fundamenta não apenas no caráter político-pedagógico da luta social, mas também no caráter subjetivo das organizações político-partidárias. Para Dean (2021), os conflituosos laços de solidariedade militante colocam no mundo uma outra forma de sociabilidade, genérica e comum. Em um partido ou movimento, somos muitos e somos companheiros, buscamos articular nossas diferenças; não para sermos diversos, mas para construirmos algo comum (Dean, 2022). O *designer* seria transformado em um sujeito genérico, um companheiro com habilidades e saberes, diminuindo o protagonismo do *design* como canal para solução de problemas.

O caso do Design da Terra, uma experiência recente em um assentamento do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) no Ceará, reitera essa hipótese. No processo de elaboração de uma assinatura eletrônica, evidenciaram-se profundas incompatibilidades entre os métodos empresariais do *design* e a forma organizativa do assentamento. Segundo os pesquisadores, não existia um objetivo comercial claro, nem era possível aplicar métodos de Codesign nas assembleias organizativas (Marinho; Barros; Do Nascimento, 2023). Os demais problemas do assentamento não podiam ser isolados como tal, ou atendidos como serviços. Questões como irrigação e educação política não eram separadas entre si, mas partes de uma luta geral contra o agronegócio, que envolviam disputas, ocupações e mobilização nacional (Informação Verbal).⁶ O único meio de os *designers* se envolverem era aceitando aquela forma de organização e se integrando à luta do MST (Informação Verbal).⁷

A inserção de *designers* em organizações de luta social demanda futuras experimentações; é uma proposta relativamente nova e pouco explorada no campo. Temos apenas relatos de experiências e hipóteses que não permitem formular estratégias mais detalhadas. Ainda não temos documentação de *designers* com atividades partidárias em outras organizações anticapitalistas, como partidos de esquerda radical, por exemplo. Nossa hipótese é introdutória, mas o legado da organização político-partidária, tão presente no século XX, parece oferecer caminhos para além do Design Socialmente Responsável. Convidamos *designers* interessados a olhar para sua conjuntura nacional e local, buscando organizações que não se pautem por modelos empresariais, mas pela disputa política direta; que pensem suas estratégias a partir da prática política heterogênea e anticapitalista, estando em constante movimento autocrítico como

⁶ Referência à fala dos pesquisadores Claudia Teixeira Marinho (UFC) e Bruno Ribeiro do Nascimento (UNIFOR) na mesa intitulada: Design da Terra: Reflexões sobre a prática projetual no contexto do MST, ESDI/UERJ, 21 de agosto de 2024.

⁷ *Ibid.*



o marxismo latino-americano (Cortéz, 2020). Organizações fundadas na solidariedade “entre aqueles que se encontram de um mesmo lado da luta” (Dean, 2021, p. 95).

É possível que o leitor deste artigo compreenda essa crítica como um retrocesso ou limitação da possibilidade de uma atuação mais ampla do *design* no Estado ou em ONGs, mitigando problemas sociais. Entendemos que esse retrocesso é tático, afinal, algo que fica muito evidente em nossa crítica do Design Socialmente Responsável é que o *designer* é um agente a serviço da estrutura hegemônica. Talvez seja necessário dar um passo atrás e mergulhar em organizações militantes para que, futuramente, uma nova forma de configuração, realmente a serviço da sociedade, possa aparecer: um “*design*” para além do *design*.

Referências

ALPAY, E.; KORKUT, F.; ER, Ö. U.S. Involvement in the Development of Design in the Periphery: The Case History of Industrial Design Education in Turkey, 1950s-1970s. **Design Issues**, MIT Press, v. 19, n. 2, p. 17-34, abr. 2003.

ANSARI, A. Global Methods, Local Designs. In: RESNICK, E. (Org.). **The Social Design Reader**. Londres: Bloomsbury, 2019.

ANTUNES, R. **Os sentidos do Trabalho**: Ensaio sobre a Afirmação e a Negação do Trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

_____. **O privilégio da servidão**: O Novo Proletariado de Serviços na era Digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

BENANAV, A. Automation and The Future Of Work—1. **New Left Review**, Londres, v. 119, p.5-38, 2019. Disponível em: <https://newleftreview.org/issues/ii119/articles/aaron-benanav-automation-and-the-future-of-work-1>. Acesso: 5 dez. 2024.

_____. Automation and The Future Of Work—2. **New Left Review**, Londres, v. 120, p.117-146, 2019. Disponível em: <https://newleftreview.org/issues/ii120/articles/aaron-benanav-automation-and-the-future-of-work-2>. Acesso: 5 dez. 2024.

BONSIEPE, G. Precariousness and Ambiguity: Industrial Design in Dependent Countries In: BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Orgs.). **Design for Need**, The Social Contribution of Design. Oxford: Pergamon Press, 1977. p. 13-19.

_____. **Teoría y práctica del diseño industrial**: Elementos para una manualística crítica. Colección Comunicación Visual. Gustavo Gili: Barcelona, 1978.

_____. Between Favela Chic and Autonomy. Design in Latin America. In: PINTHER, K.; WEIGAND, A. (Orgs.). **Flow of Forms** **Forms of Flow**: Design Histories between Africa and Europe. Transcript Verlag: Bielefeld, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/9783839442012-001>. Acesso: 5 dez. 2024.

BONSIEPE, G.; PATROCÍNIO, G.; NUNES, J. M. 40 anos depois. Entrevista com Gui Bonsiepe. In: PATROCÍNIO, G.; NUNES, J. M. (Orgs.). **Design & Desenvolvimento**: 40 anos depois. São Paulo: Blucher, 2015.

CAMELO. **Água** **Camelo**, 2024. Serviços. Disponível em: <https://aguacamelos.com.br/servicos/>. Acesso: 5 dez. 2024.



CHAVES, L. I. Design for Social Innovation: Distributed Economy, Collaborative Network and Creative Communities, p. 21-24. In: **Anais do Simpósio Brasileiro de Design Sustentável e International Symposium on Sustainable Design 2017**. São Paulo: Blucher, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.5151/sbds-issd-2017-004>. Acesso: 29 ago. 2024.

CLARKE, A. J. Design for Development, ICSID and UNIDO: The Anthropological Turn in 1970s Design. **Journal of Design History**, Oxford Academic, V. 29, n. 1, p. 43-57, ago. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/jdh/epv029>. Acesso: 14 jul. 2024.

_____. **Victor Papanek: Designer for the Real World**. Cambridge: MIT press, 2021.

CONTINO, J. M. **Design, Ideologia e Relações de Trabalho: Uma Investigação Sobre a Indústria da Moda no Capitalismo Tardio**. 2019. Tese (Tese em Design) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.48339>. Acesso em: 14 dez. 2023.

CORNFORD, C. Introduction. In: BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Orgs.). **Design for Need, The Social Contribution of Design**. Oxford: Pergamon Press, 1977. p. 7-8.

CORTÉZ, M. Una pobre ontología del origen y la pureza. Sobre Marx, marxismos y crítica decolonial. In: MAKARAN, G.; GAUSSENS, P. **Piel Blanca, Máscaras Negras: Crítica de la razón decolonial**. Cidade do México: Bajo Tierra Ediciones, 2020.

DEAN, J. **Camarada**, um ensaio sobre pertencimento político. São Paulo: Boitempo, 2021. 208 p.

_____. **Multidões e Partido: Um ensaio sobre organização política**. São Paulo: Boitempo, 2022.

DEL GAUDIO, C. Os desafios para o design no âmbito social e as perspectivas futuras: o conceito de infraestruturação e a redefinição do papel do designer. In: OLIVEIRA, A. J. de; FRANZATO, C.; DEL GAUDIO, C. (Orgs.). **Ecovisões Projetuais: Pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blucher, 2015.

DESI. **Rio DESIS Lab**, 2019. O Projeto do Meu Bairro. Disponível em: <https://desis.rio.br/projetos/o-projeto-do-meu-bairro/>. Acesso: 5 dez. 2024.

_____. **Rio DESIS Lab**, [s.d.]. Projeto Lab Escola 3D. Disponível em: <https://desis.rio.br/lab-escola-3d/>. Acesso em: 5 dez. 2024.

FEDERIZZI, C. L.; BORBA, G. Design para Inovação Social no âmbito da cidade: da teoria a práticas no Estado de São Paulo. In: FREIRE, K. de M. (Org.). **Design estratégico para a inovação cultural e social**. Porto Alegre: Ed. dos Autores, 2021.

FONTES, V. **O Brasil e o Capital-Imperialismo: Teoria e História**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

FRANZATO, C. Diseño estratégico para la innovación social y la sostenibilidad. **Estudios em Design**, v. 28, n. 1, [S. l.], 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.35522/eed.v28i1.882>. Acesso: 29 ago. 2024.

FRASCARA, J. **Diseño gráfico para la gente**, Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2015.

FREIRE, K. de M. Design Estratégico para a Inovação Social. In: FREIRE, K. de M. (Org.). **Design estratégico para a inovação cultural e social**. Porto Alegre: Ed. dos Autores, 2021.

GOMEZ, A. The Need for Design Education in Developing Countries. In: BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Orgs.). **Design for Need, The Social Contribution of Design**. Oxford: Pergamon Press, 1977. p. 39-41.

HEIGHT, F. Foreword. In: BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Orgs.). **Design for Need, The Social Contribution of Design**. Oxford: Pergamon Press, 1977. p. 2-3.



IASI, M. L. Alienação e Ideologia: a carne real das abstrações ideais. In: DEL ROIO, M. (Org.). **Marx e a Dialética da Sociedade Civil**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

JULIER, G. **Economies of Design**. Londres: Sage, 2017.

LEITE, G. Lula entre a Saúde e os rentistas. **Outras Palavras**, São Paulo, 13 jun. 2024. Disponível em: <https://outraspalavras.net/crise-brasileira/lula-entre-saude-e-os-rentistas/>. Acesso: 29 ago. 2024.

LLOYD JONES, P. Designing for Need - Radio Talk. In: BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Orgs.). **Design for Need**, The Social Contribution of Design. Oxford: Pergamon Press, 1977. p. 91-94.

MAIA, H. A vergonhosa morte da esquerda brasileira. **Revista Ópera**, São Paulo, 20 jun. 2023. Disponível em: <https://revistaopera.operamundi.uol.com.br/2023/06/20/a-vergonhosa-morte-da-esquerda-brasileira/>. Acesso: 29 ago. 2024.

MANOEL, J. "Não vou falar sobre o aborto", diz ministra Cida Gonçalves. **YouTube**, 19 mar. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vVKjfk20OzI>. Acesso: 28 ago. 2024.

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

_____. Designing coalitions: Design for social forms in a fluid world. **Strategic Design Research Journal**, v. 10, n. 2, 2017, p. 187-193. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/sdrj.2017.102.12>. Acesso: 6 jun. 2025.

_____. Social Innovation and Design: Enabling, Replicating and Synergizing. In: RESNICK, E. (Org.). **The Social Design Reader**. Londres: Bloomsbury, 2019.

MARINHO, C. T.; BARROS, C. B. F.; DO NASCIMENTO, B. R. Design da Terra: Reflexões sobre a prática projetual no contexto do MST. In: COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTE: ARTE, DESIGN, (RE)INVENÇÃO POLÍTICA E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL. 2023, Fortaleza (CE). **Anais...** Fortaleza (CE): UFC, 2023 Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/iv-coloquio-de-pesquisa-em-design-e-arte/708954-DESIGN-DA-TERRA--REFLEXOES-SOBRE-A-PRATICA-PROJETUAL-NO-CONTEXTO-DO-MST>. Acesso em: 06/06/2025

MARGOLIN, V. Design para o desenvolvimento: mapeamento do contexto. In: PATROCÍNIO, G.; NUNES, J. M. (Orgs.). **Design & Desenvolvimento**: 40 anos depois. São Paulo: Blucher, 2015.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. A social model of design, issues of practice and research. In: RESNICK, E. (Org.). **The Social Design Reader**. Londres: Bloomsbury, 2019.

MARGOLIN, V.; NIEMEYER, L. Design para o desenvolvimento: para uma história. **Arcos Design**, [S. l.], v. 4, n. 1, 2009. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/82473>. Acesso: 14 jul. 2024.

MARTELLO, A. Saúde e Educação podem perder R\$ 500 bilhões em nove anos com eventual mudança sobre o piso, mostra Tesouro Nacional. **G1 Globo**, São Paulo, 28 mar. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/03/28/saude-e-educacao-podem-perder-r-500-bilhoes-em-nove-anos-com-eventual-mudanca-sobre-o-piso-mostra-tesouro-nacional.ghtml>. Acesso: 28 ago. 2024.

MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política: livro 1: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2017.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia Alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.



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

NUSSBAUM, B. Is Humanitarian Design the New Imperialism? **Fast Company**, [S. l.], 7 jun. 2010. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/1661859/is-humanitarian-design-the-new-imperialism>. Acesso: 29 ago. 2024.

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

PATROCÍNIO, G. Design e os países em desenvolvimento: a dialética entre o design para a necessidade e o design para o desenvolvimento. In: PATROCÍNIO, G.; NUNES, J. M. (Orgs.). **Design & Desenvolvimento**: 40 anos depois. São Paulo: Blucher, 2015.

PERRIN, F. Não quero reduzir mulher ao aborto, diz ministra Cida Gonçalves. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 17 mar. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/03/nao-quer-reduzir-mulher-ao-aborto-diz-ministra-cida-goncalves.shtml#:~:text=Cida%20diz%20n%C3%A3o%20querer%20reduzir,planejamento%20familiar%2C%20incluindo%20m%C3%A9todos%20contraceptivos>. Acesso: 28 ago. 2024.

SAFATLE, V. Como a esquerda brasileira morreu. **EL País**, São Paulo, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-02-10/como-a-esquerda-brasileira-morreu.html>. Acesso: 4 dez. 2024.

SCHUMACHER, E. F. **Small is Beautiful**: Economics as if People Mattered. Nova York: Harper Perennial, 1973.

_____. **Good Work**. Londres: Jonathan Cape, 1979.

SEEDINGLAB. **SeedingLab (Unisinos) e SEBRAE**, 2015. Transformando Meu Serviço. Disponível em: <https://www.unisinos.br/seedinglab/iniciativas/sebrae/>. Acesso: 5 de dez. 2024.

SERPA, B. O. **Por uma politização do design**: caminhos entre o feminismo e a educação popular. 2022. Tese (Tese em Design) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <http://www.btd.uerj.br/handle/1/19197>. Acesso em: 15 dez. 2023.

_____. Militant Design Research: A Proposal to Politicize Design Knowledge-making. **Diseña**, [S. l.], n. 22, 2023, p. 3-15. Disponível em: <https://doi.org/10.7764/disena.22.Article.4>. Acesso: 29 ago. 2024.

SOARES, J.; CAETANO, L. Estudante do Rio cria mochila que filtra água suja e a torna própria para consumo. **G1 Globo**, Rio de Janeiro, 6 ago. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/08/06/estudante-do-rio-cria-mochila-que-filtra-agua-suja-e-a-torna-propria-para-consumo.ghtml>. Acesso: 9 jun. 2025.

STERN, A.; SIEGELBAUM, S. Special Issue: Design and Neoliberalism. **Design and Culture**, [S. l.], v. 11, n. 3, p. 265-277, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17547075.2019.1667188>. Acesso: 14 jan. de 2024.

UNIDO-ICSID. **Ahmedabad Declaration on Industrial Design for Development**. Ahmedabad, 1979. Disponível em: https://designmanifestos.org/wp-content/uploads/2019/12/ahmedabad_declaration_1979.pdf. Acesso: 9 jul. 2024.

WILLOUGHBY, K. W. **Technology Choice**: A Critique of the Appropriate Technology Movement. Boulder: Westview Press, 1990.

Sobre o autor



Matheus Augusto Cannone Miranda da Silva

Doutorando em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2022); mestre em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2021) e graduação em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2017). Tem experiência com teoria crítica do *design*, atuando principalmente nos seguintes temas: design, design social, design ativismo, *design* e trabalho, capitalismo tardio e lutas sociais.
<https://orcid.org/0000-0001-9740-5677>.

Denise Portinari

Graduação em Psicologia (PUC-Rio, 1984), Mestrado em Psicologia Clínica (PUC-Rio, 1988) e Doutorado em Psicologia Clínica (PUC-Rio, 1998) com bolsa sanduíche em New School for Social Research (1996). Docente do Departamento de Artes e Design (PUC-Rio) e PPG Design (PUC-Rio). Líder do Grupo Barthes de pesquisas sobre corpo e subjetividades, Coordenadora do Laboratório da Representação Sensível, do PPG Design da PUC-Rio.
<https://orcid.org/0000-0002-5882-0541>.