



Design Social: definição constituída no complexo social

Social Design: definition constituted in the social complex

ALMEIDA, Marcelo Vianna Lacerda de; Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora
marcelo_design_lacerda@hotmail.com

Resumo

Este trabalho tem como objetivo trazer uma reflexão acerca do que o campo do design define como design social. A partir da observação de que o problema deste termo se localiza no entendimento do que é o complexo social pelos designers, propomos uma discussão à luz de autores de teoria crítica, no intuito de esclarecer não somente o que se efetiva como design social, mas indicar que o funcionamento peculiar de um campo de produção simbólica, tal como o do design, atravessa esta importante questão. Janet Wolff e Pierre Bourdieu são esses autores de teoria crítica que, diferentemente de aceitar a atividade de concepção como produção de um sujeito fundamento da ação, nos mostram a necessidade de proceder a uma espécie de desmontagem do mecanismo que obscurece a realidade coletiva da produção projetual do campo do design.

Palavras Chave: design social; complexo social; produção simbólica.

Abstract

The aim of this paper is to reflect on what the field of design defines as social design. From the observation that the problem with this concept is found in the understanding of what the social complex is for designers, we propose a discussion, with critical theory authors, in order to clarify not only what in effect becomes social design, but to show that the peculiar workings of a field of symbolic production, such as that of design, runs through this important question. Janet Wolff and Pierre Bourdieu are these authors of critical theory that, not accepting the activity of conception as the production of a subject that is the basis of action, show us the necessity of proceeding to a form of disassembly of the mechanism that obscures the collective reality of project production in field of design.

Keywords: social design; social complex; symbolic production.



1 Introdução

Este trabalho tem por objetivo esclarecer aquilo que se denomina design social, uma vez que as definições propostas pelo campo do design nos parecem insuficientes para dar conta do que se verifica como o complexo social. Veremos que será bastante proveitoso o exame dos conceitos que circunscrevem essas definições, propiciando a emergência de importantes questões que possam nos esclarecer acerca desta possível vertente da atividade do design. A chave que nos permitirá efetuar essa análise está em considerar o design como algo histórico, ou se preferirmos, parte do processo histórico que determina as relações sociais e suas práticas.

Acreditamos ser importante, neste caso, atentar para certos fundamentos que a princípio podem parecer estranhos ou radicais à esfera de atuação do design, mas que já são correntes em outras áreas que realizam concepção¹, como por exemplo, arquitetura, artes visuais, publicidade e cinema. Nestes domínios, a concepção ou a atividade projetual existentes em suas práticas já são compreendidas em sua dimensão social, e desse modo tratadas por autores das Ciências Sociais, externos a qualquer área de atuação profissional. Por vezes, a sensação que se tem diante das formulações produzidas a partir das indicações trazidas por esses autores é que há uma tentativa de “destruição” ou “ataque” à atividade do design. Contudo, é preciso tornar claro que não ocorre tal afronta ao design ou aos designers, mas uma espécie de desmontagem do mecanismo - na verdade uma construção social - que engendra uma imagem da atividade capaz de obscurecer ou limitar o seu real entendimento. Julgamos, assim, ser fecunda a possibilidade de abordarmos o fenômeno de maneira crítica e madura, afastando qualquer véu de ilusão sobre a atividade do design, para penetrarmos, com a ampliação da fundamentação teórica existente no campo, a realidade dessa prática projetual.

Observamos já de longo tempo, na área do design, a difusão de uma variedade de terminologias que frequentemente não conseguem definir fatos que deveriam caracterizar, visto que tais designações, em geral, tendem a ser cunhadas por profissionais ainda conjecturando acerca das coisas com que se defrontam ou por autores também designers que estão do mesmo modo, sem uma base teórica mais rigorosa, a se indagar sobre aspectos da atividade projetual. Daí, reafirmamos como necessário o estabelecimento de contornos mais definidos para o design, evitando noções imprecisas ou mitificadas acerca dos fenômenos observados que gerem uma epistemologia assentada sobre reflexões im procedentes.

2 Análise das definições e noções correlatas

Vejam agora definições de design social existentes, as quais parecem determinar, a princípio, um modo diferenciado de se praticar design ou de o designer se posicionar perante a sua atividade profissional, entretanto, estas não resistem a uma análise de maior rigor, pois não detêm uma base teórica que justifique um modo específico de design.

¹ Aqui nos referimos à atividade subjetiva de elaboração de representações que se destinam à fabricação de produtos tridimensionais ou mensagens visuais, tais como imagens gráficas de divulgação de produtos ou eventos. A concepção, também entendida como uma etapa da atividade projetual, tem sua origem na Idade Moderna e separa a fase de planejamento do objeto da de sua produção. BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. Cap. 3, O mercado de bens simbólicos. p. 103-104; WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. Cap. 1, Estrutura social e criatividade artística. p. 28-32.



Design Social é entendido como uma ferramenta de inovação e de comunicação, capaz de transformar necessidades e desejos humanos em produtos e sistemas de modo criativo e eficaz, adequados não somente do ponto de vista econômico, mas também, sociais, culturais e ecologicamente responsáveis.²

O design para a sociedade consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais específicas de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente; assim como, algumas populações como pessoas de baixa-renda ou com necessidades especiais devido à idade, saúde, ou inaptidão.³

Percebemos na primeira definição, que o termo design social traduz uma ideia genérica, a qual abrange aspectos sociais, culturais, econômicos, ecológicos, bem como a consideração pelos desejos e necessidades da sociedade, fazendo com que tal definição não seja distinta da designação básica de design enquanto atividade projetual. De outro lado, já podemos aí entrever um entendimento apenas coloquial do que é o social, na medida em que se distingue a categoria “social” das demais categorias “cultural” e “econômico”, como se estas também não constituíssem o complexo social. Na segunda definição, além de essas mesmas categorias estarem apartadas entre si, já se distingue de forma mais clara como a compreensão do campo do design acerca do que é o social advém de tópicos vulgarmente conhecidos como “sociais”: a carência de recursos financeiros de comunidades; a exclusão dos indivíduos detentores de alguma deficiência; a despreocupação com os aspectos ecológicos na produção de bens de consumo; e a marginalização das características culturais pertencentes a diversos grupos da sociedade.

Esta noção de social, enquanto um espaço particular da sociedade, não é exatamente nova no campo do design. Victor Papanek, designer e autor de publicações⁴, foi um de seus principais precursores e já em meados dos anos de 1970 defendia a prática de um design entendido como responsável, em razão de estar direcionado a populações necessitadas de recursos materiais, especialmente aos habitantes das nações então denominadas subdesenvolvidas ou do terceiro mundo. Papanek sustentava que os designers deviam realizar projetos nestes países expropriados de seus recursos financeiros, no intuito de que os produtos assim projetados pudessem fornecer a essas nações autossuficiência diante do mundo desenvolvido. Dentre as suas preocupações, estava a de que o design deveria levar em conta a ecologia e os recursos naturais, efetuando a escolha sistemática por materiais recicláveis para emprego nos produtos projetados. Houve controvérsia relacionada ao seu primeiro livro⁵, na medida em que neste se apontou a necessidade de uma atuação profissional diversa daquela normalmente direcionada à grande indústria, isto é, uma atividade projetual voltada para as comunidades excluídas das riquezas

² CASA & MERCADO. Revista eletrônica especializada em Arquitetura e Design de interiores. Seção Urbanismo. Fórum de Design Social. São Paulo. Disponível em: <<http://www.casaemercado.com.br/materia.php?hldMateria=331>>. Acesso em: 19 jan. 2015; STAUDT, Daiana. **Projeto Design Social: valorização de produtos artesanais com enfoque no turismo local**. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 10., São Luís, 2012. Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís, Maranhão: UFMA, 2012. v. 2. p. 4462-4473.

³ PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. In: International Symposium on Sustainable Design / Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. 1., Curitiba, 2007. Anais do I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba: UFPR, 2007. p. 1-10.

⁴ PAPANEK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change**. New York: Pantheon Books, 1971; _____. **Design for human scale**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1983; _____. **The Green Imperative: Natural Design for the Real World**. New York: Thames and Hudson, 1995.

⁵ PAPANEK, Victor, *op. cit.*, 1971.



produzidas pelo sistema capitalista. Embora as ideias de Papanek trouxessem um elemento contestador à forma então hegemônica de conduta profissional, nelas se nota a mesma noção trivial do que seja o funcionamento social. Nessa linha de concepção, há outros autores que atualmente expõem outros aspectos acerca do que seria design social, embora de maneira igualmente usual, são eles: Victor Margolin⁶, Jorge Frascara⁷ e Gui Bonsiepe⁸. Todos, de certo modo, tendem a confluir suas ideias para o mesmo entendimento de que o “social”, conforme visto, compreende apenas entraves presentes no cotidiano de determinados grupos sociais não atendidos pelo fluxo do capital. Gui Bonsiepe, autor que teve larga atuação na América Latina, concentrou suas preocupações no modo como o design poderia promover a independência econômica desses países submissos ao mundo industrializado e imaginou que um fenômeno isolado fosse capaz de transformar uma situação geopolítica mundial, de enorme complexidade social.

No que se refere ao problema da ecologia e do uso responsável de matérias primas, é importante que os projetistas devam contribuir com projetos de produtos e mensagens visuais menos destrutivos ao meio ambiente, na medida em que selecionem criteriosamente os materiais e os processos de fabricação que recomendam em seus projetos - sejam em escala industrial ou na economia de comunidades locais⁹. Trata-se de um problema mundial que deve ser enfrentado pelo campo do design como um todo e se entende que não há necessidade de estabelecer uma modalidade de design para abordar esta questão. Além disso, é oportuno notar que a atenção dada à renovação dos recursos naturais e à ecologia não consiste em novidade e nem se restringe à área de atuação do design, pois temos ciência de que movimentos de grupos sociais advertindo para o uso desmedido dos recursos naturais já remontam aos anos de 1960, com o questionamento dos valores ocidentais capitalistas pela *Contracultura*. De certa maneira, podemos constatar que o campo do design até demorou a incluir em sua agenda as questões de ecologia e de sustentabilidade que já vinham se propagando pelo mundo desde então e, nesse sentido, se verifica que a atenção sistemática dada a essa matéria pelos designers só ocorreu quando a sociedade já estava envolvida em tais inquietações. Portanto, não nos surpreendemos que as ideias de Papanek não tenham logo se tornado produtivas no campo do design, ainda que já houvesse consideração com a renovação dos recursos naturais. A razão está no fato de que essas manifestações tiveram origem nos anos de 1960 e 1970, na esteira tanto dos protestos contrários ao excessivo consumo propostos pelo movimento da *Contracultura*, quanto das experiências políticas revolucionárias de esquerda em algumas nações pobres do terceiro mundo -

⁶ MARGOLIN, Victor. **A Política do Artificial**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014; MARGOLIN, V. e MARGOLIN, S. **A social model of design: issues of practice and research**. *Design Issues*, v. 18, n. 4, 2002.

⁷ FRASCARA, Jorge. **Design and Social Sciences: making connections**. New York: Taylor & Francis, 2002; _____. **Communication Design - principles, methods and practice**. New York: Allworth Press, 2004.

⁸ BONSIPE, Gui. **Diseño Industrial, Tecnología y Dependencia**. México: Edicol, 1978; _____. **Design, cultura e sociedade**. Florianópolis: Blücher, 2011.

⁹ Exemplos deste tipo de iniciativa: “[...] trabalho que Paul Polak [...] na Índia e em Bangladesh, criando ferramentas para micro irrigação para agricultores pobres. Um dos projetos [...] aproveita os escombros do furacão Katrina para produzir móveis em Nova Orleans. [...] também a bomba de baixo custo movida a pedal (do designer norueguês Gunnar Barnes), que permite que mesmo os mais pobres agricultores acessem a água no subsolo para usar na época da seca e aumentar a produção”. SMITH, Cynthia. ‘O DESIGN social cria soluções para a pobreza’, afirma curadora de museu em Nova York. [23 de outubro, 2013]. **O Globo**. Entrevista concedida. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-design-social-cria-solucoes-para-pobreza-afirma-curadora-de-museu-em-nova-york-10496274#ixzz2jaOZ8Qlv>>. Acesso em: 14 jul. 2014.



elementos inegavelmente incômodos aos interesses da produção industrial capitalista. Uma vez que os designers estavam em busca de reconhecimento profissional nas sociedades industriais modernas, o encaminhamento de tais preocupações, nesse contexto, entraria em conflito com os interesses do capital industrial, afetando a inserção desses projetistas no mercado de trabalho. Percebe-se, nesse caso, que o social não é matéria simples. Por essa razão, se nota como o campo do design não foi capaz de conduzir, isoladamente, reivindicações advindas dos grupos sociais e somente passou a se engajar em tais demandas quando se tornaram legítimas em toda a sociedade, e dessa forma, conciliáveis com seus interesses contidos na atuação profissional.

Embora não esteja presente nas definições observadas, mas em trabalhos teóricos de design relacionados ao tópico design social¹⁰, a noção de um design colaborativo também merece ser examinada. Trata-se de uma ação relevante, pois propicia o desenvolvimento de projetos de design a partir do conceito de diálogo entre o designer e a comunidade, permitindo a participação dos membros desta última no processo projetual. É interessante que se encoraje o grupo social a interferir no design do produto resultante do projeto e o designer a se posicionar não apenas como observador externo, mas a interagir com os indivíduos da comunidade, de maneira que estes, cientes de suas necessidades, possam colaborar na construção do projeto. Além disso, se apresenta mais um campo de atuação para o designer que, em vez de planejar produtos apenas para empresas que industrializam e distribuem produtos para o consumo de larga escala, passa a trabalhar junto com a produção das comunidades, ainda que esta não alcance a seriação.

Entretanto, se examinarmos esse modelo colaborativo que determinaria um design do tipo social, veremos que este social existente na responsabilidade do designer sempre diz respeito à sociedade como um todo, logo se há a possibilidade de participação de um grupo social em um projeto de design, esta interferência deve estar aberta a qualquer coletividade - abastada ou desprovida de recursos financeiros. Ou seja, o designer está sempre sendo conclamado à sua responsabilidade na sociedade quando se dispõe a efetuar a concepção de produtos para o uso, isto é, a considerar o outro em toda a sua dimensão humana no processo projetual. Além disso, designers de qualquer vertente ou área de atuação configuram, através de seus projetos, porções da cultura material da sociedade, e, conseqüentemente, transmitem valores e conceitos que afetam concretamente a vida cotidiana dos indivíduos e dos grupos sociais. Todavia, não podemos nos esquecer de que o complexo social é permeado por ações e reações dos homens a todos os produtos, sejam estes provenientes ou não da esfera do design.

Dessa maneira, nos parece uma perspectiva limitada do social conceber uma modalidade projetual específica, em função do planejamento de produtos em colaboração com as comunidades. De mais a mais, a resposta ao grave problema de um grupo social desprovido de recursos pode não ser tecnológica ou de proposição projetual; mas vontade política¹¹. Pois, uma vez estabelecido um propósito público mais amplo, se torna possível reunir esforços oriundos de várias áreas profissionais - e aí se inclui o design - para que juntos proponham políticas mais

¹⁰ AMORIM, Wadson Gomes; TEIXEIRA, Maria Bernadete Santos; MOL, Adriano Aguiar. **Design colaborativo: imersão e sinergia com vista na sustentabilidade da produção de uma cooperativa de artesãos.** In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 12., Belo Horizonte, 2016. Anais do XII Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Belo Horizonte: UNA, 2016. p. 1030-1040.

¹¹ MÉSZÁROS, István. As contradições do capitalismo. [23 de junho, 2011]. **Carta Capital.** Entrevista concedida a Matheus Pichonelli e Ricardo Carvalho. São Paulo. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/as-contradicoes-do-capitalismo>>. Acesso em: 26 abr. 2015.



abrangentes para os diversos problemas que impedem os indivíduos de ter uma vida melhor e integrada à sociedade. Também é necessário advertir para o fato de que hábitos e interesses de resistência cultural de determinado grupo social podem tornar inviável a alteração desejada por instâncias externas a este grupamento. A autêntica transformação social se realiza, quando há implicação de todos com as questões políticas que cercam a comunidade, incluindo aí a disposição desta para entender a própria posição cultural legítima que pode, eventualmente, não se adequar às formas e aos interesses da produção projetual do design.

3 O social como complexo integrado

Podemos observar em todas as noções anteriormente analisadas - e aqui é preciso ficar claro o valor das iniciativas do design de endereçar projetos focados nas necessidades de grupos sociais -, como é problemático considerar o social circunscrito ao desejo ou à necessidade de um segmento, ainda que excluído, da sociedade. O social é mais como um tecido, que se constitui de modo permanente a partir do cruzamento de interesses, discursos e ações das diversas instituições e grupos sociais. De acordo com a *Encyclopaedia Britannica*,

A estrutura social consiste em um arranjo característico e sólido de instituições através do qual os seres humanos em uma sociedade interagem e convivem. A estrutura social é frequentemente tratada em conjunto com o conceito de mudança social, que lida com as forças que alteram a estrutura social e a organização da sociedade (tradução nossa).¹²

A definição, simples e direta, já esclarece que a estrutura social não se limita a um espaço específico da sociedade, mas abarca uma formação completa, na qual indivíduos produzem interações através das diversas instituições sociais. Segundo Janet Wolff, em sua análise mais localizada nas condições da produção artística, “a arte é um produto social”¹³, isto é, a autora não está afirmando que a arte seja produto de um estrato social mais ou menos excluído da sociedade. Todavia, um produto elaborado a partir de relações sociais. Logo mais à frente, Wolff é ainda mais clara quanto ao social: “Tudo o que fazemos está localizado em estruturas sociais, e, portanto, é afetado por elas.”¹⁴ E continua, na mesma compreensão da definição enciclopédica, apontando para o fato de que as nossas ações não se situam fora da estrutura social, mas sempre em mútua relação com esta estrutura:

Disso não se segue que, para sermos agentes livres, tenhamos, de alguma forma, de nos liberarmos das estruturas sociais e agir fora delas. Pelo contrário, é a existência dessas estruturas e instituições que nos permite toda e qualquer atividade, e isso se aplica igualmente a atos de conformidade a atos de rebelião. [...] inclusive a ação criativa ou inovadora, surge na conjunção complexa de numerosas determinantes e condições estruturais.¹⁵

Mesmo em um tópico que muitos poderiam imaginar como autônomo à estrutura social, como tecnologia, Gilles Deleuze salienta que esta também se constrói socialmente:

¹² Social structure. In: ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA. Inglaterra e Estados Unidos da América: Encyclopaedia Britannica, 2008. Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/social-structure>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

¹³ WOLFF, Janet, *op. cit.*, 1982. p. 13-15.

¹⁴ *Ibid.*, p. 23.

¹⁵ *Ibid.*, p. 23-25.



“[...] uma sociedade se define por seus amálgamas, não por suas ferramentas [...]. As ferramentas só existem em relação às combinações que possibilitam ou que as tornam possíveis”.¹⁶

Ou seja, o autor nos indica que o social se estrutura como uma série de junções de diversos elementos e vetores que formam o complexo social, da qual a tecnologia é um de seus componentes. E completa com uma afirmação categórica que “máquinas são sociais antes de serem técnicas”¹⁷, nos mostrando que a tecnologia se realiza a partir de um arranjo social integrado em tempo e espaço históricos, e não como uma ação isolada de investimento técnico-científico em ferramentas e dispositivos técnicos.

Fica claro então que, uma vez que o social consiste nesse processo total de interação entre diversos agentes e instituições sociais, o designer e o seu modo de atuação não podem ser vistos como elementos estabelecidos em uma instância externa à sociedade que, isentos dessa interação, se habilitam a alterar essa trama social. Também a pretensão de transformação mais ampla da estrutura social, em contexto mundial, através de projetos de design¹⁸ resulta em uma tarefa utópica, pois construída pelo entrelaçamento de uma profusão de hábitos sociais e interesses ideológicos esta estrutura multifacetada não se dispõe a ser modificada apenas pelo desejo de alguns setores da sociedade. Alterações dessa dimensão somente podem ocorrer por meio de rupturas históricas após longos períodos de tempos, quando já não se sustenta determinado modo de produção econômico e social, e nos poros da sociedade já se interpõem novos elementos que aguçam essa contradição¹⁹. Problemas de grande porte, sabemos, necessitam de entendimento mais amplo da sociedade, onde questões históricas, geopolíticas e de economia (política) se justapõem e englobam a cultura material, indiferentes a soluções decorrentes de projetos de produtos ou de serviços²⁰.

¹⁶ DELEUZE, G., GUATTARI, F. *apud* CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador. Visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. p. 17-19.

¹⁷ DELEUZE, Gilles *apud* CRARY, Jonathan, *op. cit.*, p. 38-41.

¹⁸ “[...] fica evidente a existência de um Design projeta acontecimentos e produz coletivos sujeitos”. PEROBA, Ana Rita Valverde. **Design Social: um caminho para o designer de moda?**. 2008. Dissertação (Mestrado em Design, Arte e Tecnologia) - Departamento de Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. p. 16-21. “[...] o profissional de design passa a ser um agente de transformação social, pois é capaz de modificar e melhorar o meio em que vive e a vida dos participantes das ações”. MELLO, C. I. et al. Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato. **Inclusão Social**, v. 5, n. 1, jul./dez. 2011. p. 112. “Um evento leve, destinado a pensar o potencial do Design como Agente de Mudanças”. “Voltado para todos que acreditam no poder do Design. Designers, Pensadores, Executivos, Transformadores, Criativos, Empreendedores, Investidores, Visionários... Ou seja, para Você”. DESIGNP/VIDA,. CONFERÊNCIA 2017. Tema Central “O Design como Agente de Mudanças”. São Paulo, Escola Britânica de Artes Criativas (EBAC), 2017. Disponível em: <<http://www.designparavida.com/conferencia-2017/>>. Acesso em: 18 jan. 2017.

¹⁹ **Economistas Políticos**. Adam Smith et. al. [trad.: Pedro de Alcântara Figueira]. São Paulo: Musa Editora; Curitiba: Segesta Editora, 2001. Introdução - O significado Histórico da Economia Política. p. 11-30. Esboço Primitivo de Parte de A Riqueza das Nações - Capítulo 2 - Da Natureza e das Causas da Opulência Pública. p. 35-49.

²⁰ Nesta perspectiva se encontram noções errôneas tais como a de Amartya Sen, na qual a pobreza é uma privação de capacidades básicas e não a expressão de baixa renda, ou mesmo a inexistência desta. O argumento desse autor indica que o problema da pobreza pode ser revertido pela capacidade criativa dos indivíduos, ignorando o fato histórico de que a esta carência tem origem na expropriação de quantidade de trabalho dos indivíduos, próprio da lógica interna do sistema capitalista. Sobre Amartya Sen: OICH. OBSERVATÓRIO INTERNACIONAL DE CAPACIDADES



Verificamos então que o equívoco primordial na definição de design social diz respeito ao fato de que o social, conforme vimos, não consiste em algo autônomo diante das demais esferas da sociedade, por mais que desejemos o fim da desigualdade social como consequência de um melhor equilíbrio da distribuição de riquezas por todas as camadas da sociedade. Também nesse caso, o almejado equilíbrio não depende exclusivamente de uma melhoria de vida dos grupos ou comunidades excluídas das riquezas da sociedade; há uma interligação entre essa carência e o domínio da produção de riquezas. Entretanto, essa noção equivocada do social tem uma origem, que é a base científica empregada pelo campo do design ordenada sob um racionalismo mecanicista. Sob este pragmatismo de traço positivista, se nota uma ciência que, de certo modo, exerce uma análise que entende o agente da atividade do design como sujeito unificado²¹, livre de ideologia, uma vez que é o fundamento do conhecimento ou da ação da prática projetual. Fazendo uma analogia, temos então o sujeito projetista ou o próprio design social na condição de fundamento ou essência da qual decorrem as ações de transformação orientadas para determinados grupos sociais - o “social”.

De maneira diferente, entendemos que, na perspectiva do social como uma estrutura integral, a abordagem daquilo que circunda a atividade do design deve se dar pelo viés da teoria crítica²², possibilitando espécie de desarticulação do aparato que constitui o design como princípio unificado e inquestionável. Tal fato demanda aceitação de um novo enfoque do design, pois também as noções idealizadas que cercam essa condição essencial do sujeito projetista serão desfeitas pela exploração desafiadora da abordagem crítica²³. Percebe-se a necessidade do emprego desse tipo de investigação sobre a atividade do design, pois se a etapa central de seus projetos, a concepção - ou coloquial “criação” -, não é exercida por um sujeito *a priori*, ainda subsiste como elaboração subjetiva no espaço social. Tal subjetividade precisa ser problematizada, pois, longe da ideia de uma idiosincrasia pessoal, se constitui no modo como o indivíduo interioriza e expressa, por meio de ações, a ordem social. Ou seja, um sujeito designer que se constrói e age em meio as forças ideológicas na sociedade.

Em função da orientação científica predominante no campo do design, se nota que a

HUMANAS, DESENVOLVIMENTO E POLÍTICAS PÚBLICAS. Site de discussão acerca de recursos humanos, saúde, desenvolvimento e desigualdades. Brasília. Disponível em: <<http://capacidadeshumanas.org/sobre-amartya-sen/>>. Acesso em: 12 set. 2105. MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital. Capítulo 5, O processo de trabalho e o processo de valorização. São Paulo: Boitempo, 2013.

²¹ Sujeito unificado entendido como o Sujeito da Ciência Moderna, inquestionável fundamento do conhecimento e não fragmentado pela ideologia produzida nas relações sociais. Nesse tipo de abordagem teórica, se observa o sujeito do *cogito* (cartesiano) presente na relação entre o sujeito projetista e a *res extensa* (usuário, objeto, matéria prima), própria da atividade do design.

²² Embora o termo “crítica” já seja amplamente utilizado na área de pesquisa das Ciências Sociais, o campo do design ainda não o acolhe propriamente. Prende-se ainda ao seu uso mais coloquial: o julgamento desfavorável das qualidades de uma obra ou de seu autor, o qual implica em uma ideia de censura e condenação. No uso das ciências, essa expressão se origina do termo grego que significa “a arte de discernir” e é derivada da palavra “critério”. O termo designa uma análise rigorosa das condições e consequências de conceitos produzidos socialmente, uma vez que estes se engendram sobre ideias, valores e crenças próprias, capazes de traduzir e ao mesmo tempo construir uma situação histórica.

²³ Não se entende, por exemplo, como o autor Karl Marx não seja empregado pelo campo do design, visto que é um pensador central para o entendimento da sociedade na qual o design se institucionalizou e desenvolve sua atividade. É inestimável sua teoria dos valores de uso e de troca das mercadorias, bem como as consequências da inserção da maquinaria na consolidação do modo de produção capitalista. MARX, Karl, *op. cit.*, Seção I, Mercadoria e Dinheiro; Capítulo I, A Mercadoria.



maioria dos seus profissionais reluta em admitir que design é um fato da cultura²⁴. Contudo, não é difícil entender este princípio, visto que as diversas necessidades dos homens e os objetos que as atendem tomam forma como resultado das relações concretas desses mesmos homens em sociedade; não por uma predisposição biológica ou metafísica. A comprovação desse fato ocorre na área do design gráfico ao observarmos como vários princípios de elaboração de formas, tidas como ultrapassadas, retornam sucessivamente ao uso, sem que os preceitos vigentes possam abolir estes antecessores²⁵. Mesmo em relação à pretensa objetividade atribuída ao design de produto, se verifica como diferentes áreas de conhecimento vêm sendo apropriadas em cada momento histórico por esta área de atuação, no intuito de fornecer diferentes metodologias para conceber aquilo que se pretende como um melhor produto para o usuário²⁶. Esta compreensão do design como prática social é distinta daquela que o considera como uma atividade essencialmente técnica e nos mostra que, uma vez que essa produção não precede a sociedade, necessita de um exame a ser efetuado a partir de teorias que considerem o homem como parte da construção social. Nesse sentido, se entende que haja uma vinculação do design à área das Ciências Sociais, que é a esfera do saber que se ocupa dos homens e suas relações sociais, ou se preferirmos, relações culturais²⁷.

4 Campo de produção simbólica do design

Um ponto a ser observado é que a crescente preocupação dos designers com projetos direcionados a comunidades desprovidas de recursos²⁸ e a correlata divulgação de informações parecem ir ao encontro do fato de que o acesso aos produtos do design pelos menos favorecidos é muito restrito. Situação corroborada por Cynthia Smith, em entrevista fornecida por ocasião da edição de 2013 da *Semana Design Rio*, quando afirmou que “designers com formação profissional

²⁴ Nesse sentido, equivale a dizer *um fato da sociedade* ou *um fato social*.

²⁵ Podemos observar que, em áreas de atuação profissional onde o conhecimento científico é decisivo na tomada de decisão acerca do procedimento a ser empregado, a questão se torna bastante diferente. Se adotarmos a Medicina como exemplo, veremos que, uma vez que um novo procedimento cirúrgico ou método para cura de uma doença é descoberto, torna os antecessores ultrapassados de maneira que estes, salvo algumas exceções, não mais retornam ao sabor de um gosto cultural. De outro lado, para que um novo procedimento supere os anteriores, há necessidade que este passe pelo crivo rigoroso da comprovação de sua eficácia, o que nos permite verificar a discussão científica criteriosa nesse campo de atividade.

²⁶ Algumas destas áreas são: Ergonomia; Semiótica; Psicologia; Neurociências; Economia; Administração e Marketing. Por sua vez, apropriadas para as seguintes abordagens metodológicas: Cognição/Relação entre usuário e produto; Semântica do produto; Estratégias de construção e gestão da marca/*Branding*; Design de experiência; Design centrado no usuário; Design de serviços e Design *thinking*; entre outras.

²⁷ Não se justifica definir o design como simples atividade técnica, pois, se assim fosse, além da necessidade de estar amparada por um corpo de conhecimentos das Ciências Exatas para garantir a eficácia de seus procedimentos, também se renunciaria a algo caro à atividade de um projetista, que é justamente a possibilidade de atuar na concepção - como elaboração subjetiva - de um produto.

²⁸ “PALESTRA de Guido Ooms e Karin van Lieshout do escritório OOOMS Design na Esdi/UERJ. No próximo 6/11, Guido Ooms e Karin van Lieshout do escritório OOOMS Design (<http://www.ooms.nl/>) farão palestra na Esdi (Escola Superior de Desenho Industrial). Na Esdi/UERJ, a dupla apresentará produtos inovadores que desenvolveu em diversas áreas do design e, em particular, através do projeto ‘than Trash became Ffrash’ realizado na Indonésia onde trabalhou com comunidades de baixa renda numa coleção de produtos a partir do lixo encontrado nas ruas pelos moradores no bairro”. EVENTOS Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/events/734007906646433/>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

focaram apenas em uma pequena parcela da população mundial”²⁹. Da mesma forma, a exposição ocorrida no museu onde é curadora - intitulada “Design para os outros 90%” - apontou para a questão de que a quase totalidade do público ainda não é atendida pelos projetos de design, reconhecendo como designer que esta produção tende a se dirigir para classes ou grupos sociais restritos e dotados de recursos financeiros. Ou seja, o design social concebido pelos profissionais se assemelha a um esforço destes no sentido de saldar um débito decorrente da própria forma de exercer a sua atuação profissional. No entanto, este contraste apresenta um grande interesse para o nosso exame, pois revela um funcionamento do campo do design frequentemente obscurecido pela sua ciência tradicional, que nos auxilia a pensar o design social.

Este funcionamento que rege o campo do design e conseqüentemente define a sua prática profissional é a busca, na sociedade, pela legitimidade de sua atividade. Em razão de não haver qualquer possibilidade de se determinar uma epistemologia para o produto do design, ou seja, comprovar que exista de forma intrínseca ao objeto projetado um verdadeiro design³⁰, se faz necessário defender a existência deste atributo por outras vias, e estas externas ao objeto. Tal empreendimento fica a cargo de instâncias do campo de produção do design³¹, principalmente as de legitimação e consagração, as quais detêm a responsabilidade por tornar o design reconhecido, na medida em que enunciam e difundem pela sociedade as virtudes supostamente essenciais e singulares da atividade projetual, de maneira que a torne inconfundível com qualquer outra; logo legítima.

A compreensão desse *modus operandi* do campo do design é unicamente possível com o emprego de autores de teoria crítica, capazes de expor de maneira esclarecedora como as relações sociais condicionam as estruturas das diversas esferas de produção de objetos da cultura material. Pierre Bourdieu³² e Janet Wolff³³ são os autores que trazem uma importante contribuição para o entendimento dessa disposição do campo do design, pois, embora apliquem a perspectiva sociológica sobre a esfera da produção simbólica e artística, suas indicações nos permitem entender a analogia existente entre os campos no que se refere a um modo de produção de objetos dotados de especial valor social.

A partir especialmente da teoria dos campos de produção simbólica produzida por Bourdieu³⁴, se verifica que o campo de produção do design assim constituído engendra o autêntico design, através de um processo circular mais amplo de legitimação efetivado por três principais instâncias: produção, legitimação e consagração, e recepção. A instância de produção, de acordo com a própria denominação, é constituída por empresas contratantes e designers que juntos produzem obras autênticas do design, visto que nelas se cumprem os corretos princípios e

²⁹ SMITH, Cynthia, *op. cit.*, disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/o-design-social-cria-solucoes-para-pobreza-afirma-curadora-de-museu-em-nova-york-10496274#ixzz2jaOZ8Qlv>>. Acesso em: 15 out. 2014.

³⁰ É preciso esclarecer que esta dificuldade resulta do fato de que, na quase totalidade dos casos, não se reconhece o design de um produto por observação empírica ou através do seu uso. A comprovação de que no produto tenha se processado um especial projeto, com a finalidade de atender com eficácia a determinada função, se dá por meio de enunciações acerca dessa virtude do produto, a qual não se verifica como intrínseca, mas externa a este.

³¹ BOURDIEU, Pierre, *op. cit.*, 2003, p. 116-135; _____. **A produção da crença**. Porto Alegre: Zouk, 2006, p. 23-39.

³² BOURDIEU, Pierre, *op. cit.*, 2003; _____. *op. cit.*, 2006; _____. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

³³ WOLFF, Janet, *op. cit.*, 1982. _____. **Aesthetics and the Sociology of Art**. London: Taylor and Francis/Routledge, 1982.

³⁴ BOURDIEU, Pierre, *op. cit.*, 2003, p. 105-116.



esquemas de configuração do campo de produção. A instância de legitimação e consagração se compõe de diversas instituições, tais como museus, associações de classe profissional, periódicos especializados e universidades, entre outras, que se responsabilizam por consagrar tudo que cerca a produção do campo do design. As ações destas instituições incluem seleção, conservação e exposição de objetos de “bom design”; emissão de julgamentos acerca dos princípios e esquemas de produção dos objetos, dos próprios objetos e dos seus autores designers; e reprodução de um quadro profissional disposto à manutenção dos mesmos princípios e esquemas de produção certificados como legítimos. A instância de recepção se constitui do público consumidor dos produtos considerados como portadores de design e cabe a esta o papel de aprofundar os valores consagrados dessa produção, na medida em que demonstra o reconhecimento e o consumo de objetos dotados dessa característica distintiva.³⁵ Desse modo, ainda que à primeira vista a produção dos designers seja apresentada como essencialmente utilitária ou funcional, esta somente se realiza, isto é, adentra o circuito da aquisição e do uso na medida em que é ratificada como notório design, conduzindo mesmo o público leigo a admiti-la como tal. Verifica-se, portanto, que o design não se dá por alguma necessidade natural, mas através de uma produção social³⁶, isto é, pela relação entre agentes estabelecidos em um espaço social específico de produção simbólica.

Esta produção do campo do design atinge eficácia, porque a certificação do objeto dotado de autêntico design é efetuada por autoridades consagradas do campo³⁷ através de um julgamento arbitrário manifestado como natural. Trata-se de um juízo em princípio inquestionável, pois os enunciados são apresentados com uma pretensa objetividade técnica que obscurece a legitimidade produzida pelas instâncias do campo. Tais enunciados presentes nos conteúdos de ensino, textos de *releases* ou em reportagens e entrevistas acabam por inculcar as virtudes do que seja o genuíno design sobre o público em geral, assegurando o reconhecimento de uma produção, que de outro modo poderia ser posta em questão.³⁸ Além disso, no objetivo de afastar qualquer ameaça a essa legitimidade, se observam as incessantes tentativas dos agentes do campo³⁹ de estabelecer sua produção como especial, exclusiva, opondo o design às demais atividades projetuais e de concepção de objetos da cultura material, seja na área dos elementos gráficos bidimensionais ou dos produtos tridimensionais⁴⁰. Nessa ação também se constata

³⁵ BOURDIEU, Pierre, *op. cit.*, 2003, p. 108-125.

³⁶ *Ibid.*, p. 154-178; WOLFF, Janet, *op. cit.*, **A produção social da arte**, 1982. p. 45-59.

³⁷ Instituições ou indivíduos dotados de legitimidade para arbitrar aquilo que é design ou não. Exemplo simples dessa autoridade é o professor da instituição de ensino. Com a função de preservar a legitimidade da atividade profissional, opera a reprodução dos valores hegemônicos do campo diante dos alunos, os quais não possuem recursos próprios do saber para relativizar os conteúdos inquestionáveis apresentados por estes professores. Desse modo, os estudantes dos cursos de design passam a perpetuar os princípios e esquemas legítimos de produção do campo em produtos e peças gráficas, visto que não conseguem distinguir, nestas noções difundidas pelos professores e teóricos do campo, o arbitrário que se apresenta velado como natural.

³⁸ Nesta operação, é interessante observar a apropriação da linguagem oral/escrita com a finalidade de definir valores legítimos para o produto ou a imagem, uma vez que a linguagem está mais bem disposta para, através de sua convenção, produzir significados precisos. DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente**. Rio de Janeiro: Vozes, 1992. MITCHELL, W. J. T. **Iconology: image, text, ideology**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987.

³⁹ WOLLNER, Alexandre. Wollner: três décadas com bem mais que “marquinhos” [julho/agosto, 1988]. **Design & Interiores**. Entrevista concedida a Adélia Borges. São Paulo, v. 2., n. 9, p. 86-93, jul./ago. 1988.

⁴⁰ Entre os principais campos de atividade projetual situados nessa linha de oposição, estão os seguintes: Arquitetura; Publicidade; Arte; Engenharia (incluindo desenhistas projetistas e projetistas industriais); Artesanato (incluindo



semelhante oposição à produção cultural do artesão, considerada popular e desqualificada como “ingênua e sem projeto”⁴¹. Nota-se, então, a razão pela qual o destino dos projetos dos designers, conforme visto anteriormente⁴², serem os estratos mais abastados da sociedade, uma vez que na homologia relativa à procura por legitimidade social, ocorre a adequação entre aqueles que produzem e os que consomem distintos objetos. Nessa perspectiva, surgem perguntas incontornáveis: como pode ocorrer um posicionamento definido como social pelos designers, quando o alicerce de sua atividade demanda o afastamento da produção daqueles que justamente ocupam os estratos carentes de recursos e legitimidade social? Como pretendem devotar o seu interesse “social” àqueles que, desprovidos de distinção, podem ameaçar o reconhecimento do “genuíno” design na sociedade ao causar desordem nas referências de autenticidade do campo?

5 Conclusão

Acreditamos que agora, a partir de uma percepção mais clara das implicações do social em todas as esferas da atividade humana, fica evidente o porquê de caracterizarmos *design social* de modo diferente das definições apontadas pelo campo do design. Em um âmbito maior, temos o social como um todo estruturado por relações concretas entre indivíduos, grupos e instituições sociais, sem que haja qualquer instância isolada capaz de produzir ou efetivar ações fora dessa estrutura. Nessas relações se constroem uma série de práticas sociais, infundidas por noções que as fazem ser reconhecidas como práticas “autênticas” e “naturais”. Tal construção reproduz e manifesta então a “verdade” acerca de um aspecto da vida em sociedade que, neste caso em estudo, se revela na produção de uma “verdadeira” prática profissional. Desse modo, observamos que um “social” delimitado como categoria separada da sociedade é apenas idealizado, sem existência real, pois cada grupo social e a sua correlata prática estão enredados em um conjunto próprio de interesses que, inevitavelmente, há de convergir ou se confrontar com o dos demais grupos. Na esfera do campo de produção simbólica do design, podemos verificar esta mesma dinâmica social, quando as instâncias do campo operam por meio de interações entre os diversos agentes no objetivo de alcançar a legitimidade da atividade projetual. Nessa cooperação entre os agentes, alguns destes também estão dispostos pelos campos de produção de suas próprias atividades profissionais, concorrendo para estabelecer a consagração, tanto da atividade do design quanto de suas posições em seus campos de produção⁴³. Seguindo pela mesma lógica, mas agora no sentido de oposição, vemos como o campo do design se contrapõe ao campo da publicidade, por exemplo, já que este último ameaça a posição legítima do primeiro no que se refere ao domínio da atividade de projetos de peças gráficas e identidades visuais de empresas.

pintores, cartazistas tidos por comerciais, tatuadores e grafiteiros); e outras áreas profissionais onde, pelo conhecimento profundo que o profissional detém de sua atividade, concebe ferramentas e utensílios, tais como médicos e cirurgiões.

⁴¹ Em vários momentos de institucionalização da profissão pelo mundo, quando o design esteve disposto como uma demanda da industrialização, o artesão e o artista foram basicamente os profissionais para os quais se endereçou oposição para justificar a legitimidade da atividade projetual.

⁴² Cf. nota 29.

⁴³ Como exemplo, temos os jornalistas especializados em determinada área de atividade, em diversos meios de comunicação. Estes profissionais tanto concorrem para a legitimidade do campo de produção simbólica da atividade sobre a qual escrevem - e nisto se entende a legitimidade de produtores, obras, e princípios e esquemas de produção - quanto se empenham por posições consagradas já no seu próprio campo de produção de atividade jornalística, uma vez que demonstram reconhecer o que é legítimo naquilo sobre o qual elaboram o conteúdo jornalístico especializado.



Percebe-se desse modo que, ora grupos se articulam pelos interesses conjuntos da legitimação de sua produção, ora se opõem a tantos outros grupos que podem colocar entraves a tal legitimidade.

Em função desses apontamentos, podemos determinar que design social não consiste em algo específico enquanto atividade projetual exercida na sociedade. Essa noção de uma atuação profissional técnica efetivada por um projetista, enquanto sujeito fundamental da ação, não mais se sustenta. Assim como a própria noção de um design social orientado para o social como instância externa ao projetista e à sociedade. Na verdade, todo design é essencialmente um design social, já que se constitui a partir das relações sociais, ou seja, a sua prática e os objetos resultantes desta prática somente têm existência como efeito das conexões entre os agentes de um campo de produção simbólica. Dito de outra maneira, o design se institui como atividade projetual, não porque o conjunto de seus profissionais detenha um processo singular de elaboração de projetos voltados para diferentes segmentos da sociedade, mas em razão de se estruturar como um espaço social cuja permanência se dá pelo reconhecimento e reprodução de regras culturais legítimas de produção.

Esta é a questão indispensável que cerca não somente a noção de um design social específico, mas a própria produção do campo do design, pois na perspectiva do complexo da interação social, a ideia de uma ação social direcionada a estratos particulares da sociedade não permite que o sujeito projetista e sua prática se coloquem como parte da problemática social, mas em posição singular diante daqueles a quem endereça seu auxílio. Em outras palavras, essa noção convencional do campo idealiza a relação entre projetista e usuário no âmbito do projeto, não possibilitando que ambos possam ser entendidos como sujeitos atuantes e construídos na estrutura social. Daí a importância de situarmos o design como objeto de questionamento, providos de teoria crítica que nos faculte desvelar a realidade de sua prática profissional. Design, inegavelmente, se estabelece fundamentalmente como produção social, o que nos permite então afirmar que a definição *design social* até então proposta pelo campo do design é uma redundância, e uma eventual denominação para essa orientação profissional seria *design comunitário*.

6 Referências bibliográficas

ÁVILA, Gabriel da Costa. **Epistemologia em conflito. Uma contribuição à história das guerras da ciência**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____. **A produção da crença**. Porto Alegre: Zouk, 2006.

_____. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo, Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

CARTA CAPITAL. Revista eletrônica especializada em política. São Paulo. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br>>. Acesso em: 26 abr. 2015.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador. Visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

- DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no ocidente. Rio de Janeiro: Vozes, 1992.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. Brasília: Brasiliense, 1988.
- _____. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- Economistas Políticos**. Adam Smith et. al. [trad.: Pedro de Alcântara Figueira]. São Paulo: Musa Editora; Curitiba: Segesta Editora, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. Rio de Janeiro: Nau, 2003.
- FRASCARA, Jorge. **Communication Design - Principles, methods and practice**. New York: Allworth Press, 2004.
- LOCKE, John. **Dois tratados sobre o governo**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MAUSS, M. "Ensaio sobre a dádiva". **Sociologia e Antropologia**, v. 2. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1974.
- MELLO, C. I. et al. Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato. **Inclusão Social**, v. 5, n. 1, jul./dez. 2011.
- MITCHELL, W. J. Thomas. **Iconology**: image, text, ideology. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987.
- PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. In: International Symposium on Sustainable Design / Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. 1., Curitiba, 2007. Anais do I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba: UFPR, 2007.
- PEROBA, Ana Rita Valverde. **Design Social: um caminho para o designer de moda?**. 103 p. Dissertação (Mestrado em Design, Arte e Tecnologia). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.
- SMITH, Cynthia. 'O design social cria soluções para a pobreza', afirma curadora de museu em Nova York. [23 de outubro, 2013]. **O Globo**. Entrevista concedida. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/o-design-social-cria-solucoes-para-pobreza-afirma-curadora-de-museu-em-nova-york-10496274#ixzz2jaOZ8Qlv>>. Acesso em: 15 out. 2014.
- STAUDT, Daiana. **Projeto Design Social: valorização de produtos artesanais com enfoque no turismo local**. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 10., São Luís, 2012. Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís, Maranhão: UFMA, 2012.
- WEIBEL, Peter; LATOUR, Bruno. **Iconoclash**. Massachusetts: MIT Press, 2002.
- WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.