

O QUE O DESIGN PODE APRENDER EM UM CAMPO *TRANS*

Juan Sebastián Ospina Álvarez
diseno.sebas@gmail.com
Universidad de Caldas - Colômbia

ISSN 2316-6479

Resumo

A cultura visual tem percorrido um caminho importante na análise das visualidades, se permitindo produzir e entender as imagens em um sentido crítico e social. O design tem percorrido também um importante trajeto na construção das imagens, espaços e objetos, mas devido à sua “objetividade abusada”, este tem começado a aparecer socialmente como um campo “egoísta” que satisfaz gostos pessoais do profissional designer e processos comerciais. Ainda, o design trabalha desde e para sociedades elitistas e heterossexistas. Será que um olhar sobre a cultura visual poderia dar luzes ao design para resolver algumas problemáticas sociais?

Palavras Chave: design; cultura visual; gênero

Abstract

Visual culture has come a significant way to analyze visualities, allowing produce and understand the images in a critical and social sense. The design also has come a significant way in the constructions of the images, spaces and objects, but because of its objectivity abused, this has begun to appear socially selfish as a field that meets personal preferences and business process designer. Furthermore, the design works from and for elitist and heterosexist communities. Would be possible that a look to visual culture could guide the design to solve some social problems?

Key words: design; visual culture; gender.

Sobre a cultura visual

A cultura visual, espaço de pesquisa que nasce nos limites das estruturas teóricas e metodológicas das ciências tradicionais, se apresenta como um campo *transversal* que trabalha de maneira mais ampla com as visualidades cotidianas. Assim, podemos ver a cultura visual como “um campo emergente de pesquisa transdisciplinar e trans-metodológico, que estuda a construção social da experiência visual, é ainda extraordinariamente fluido, um conceito mutável sujeito a múltiplos conflitos” (DIAS, 2008, p.38). A cultura visual teve um forte impulso nos anos sessenta, época na qual alguns grupos vinculados aos movimentos sociais, estudantis, contraculturais, feministas, sexuais, raciais, entre outros evidenciaram sua concepção das sociedades a partir das emergentes relaciones de poder. Depois, nos anos setenta, a partir do empoderamento da-

queles sujeitos quem tinham estado de fora dos discursos dominantes, houve um especial interesse nas representações destes que haviam sido chamados de “marginalizados” (HALL, 2006).

As feministas tiveram uma grande influência nas representações de gênero. Inicialmente elas procuraram tornar mais visível a mulher sem a necessidade do olhar masculino, ou seja, apresentar o corpo da mulher como sujeito social e não só como objeto do desejo. Estas mulheres aproveitaram os novos meios de comunicação como a fotografia e o vídeo, para apresentar o que os artistas tradicionais não tinham representado. Nos últimos anos do século XX as novas experiências culturais e produções artísticas fizeram com que as comunidades populares estivessem presentes não só como consumidoras, mas também como produtoras de discursos visuais em um contínuo diálogo com as comunidades de elite, clássicas, eruditas, ou como possam ser chamadas as comunidades que por séculos tiveram o *domínio pictórico*.

A valorização da cultura popular fez que esta não só fosse levada às academias e às salas de aula, mas também que tomasse lugar nos centros de pesquisa, inicialmente pequenos e conformados por dissidentes da arte e produtores das imagens da elite.

Desta maneira, a vida cotidiana começou a ser o centro dos estudos culturais e sociais. Na atualidade, o conceito *cultura visual* é usado com a intenção de expor um campo de estudo que é comum para todas as áreas que trabalham com imagens e visualidades. As visualidades, como explica Martins (2006), são as narrativas visuais com um olhar cultural da imagem, que não só se fixa nos entendimentos dos signos, mas que vai até a análise das relações de poder que apresentam tais imagens nos contextos onde são produzidas e colocadas espacial e temporalmente. Também pode se entender a cultura visual como uma estratégia política ou como a *política cultural* onde as imagens, independentemente de sua origem, são valorizadas como práticas culturais que permitem compreender os pontos de vista tanto de emissores quanto de receptores, ao mesmo tempo em que possibilita pensar os contextos de sua origem.

Estudos culturais, estudos visuais e design

Os estudos culturais nasceram da problematização dos discursos sociais e das novas formas de abordar os fenômenos culturais a partir das linhas de pensamento que se instalaram no período da chamada pós-modernidade. Entre estas novas linhas encontram-se o pós-estruturalismo, as intertextualidades, a teoria queer, entre outras correntes do conhecimento que aparecem na segunda

metade do século XX. No marco deste período surgiram disciplinas como a antropologia visual e a sociologia cultural, além de grandes campos como os estudos visuais, onde confluem práticas de diferentes campos do conhecimento que introduzem novas e adequadas abordagens às problemáticas de uma sociedade que estava apresentando mudanças antes impensáveis. Prosseguindo com a origem dos estudos culturais, estes também apareceram para romper com o binarismo “alta cultura” e “cultura popular”, questionando o elitismo cultural ao trazer manifestações que não eram consideradas como relevantes. Em outras palavras, os estudos culturais são

Saberes nômades, que migram de uma disciplina para outra, que percorrem países, grupos, práticas, tradições, e que não são capturados pelas cartografias consagradas que tem ordenado a produção do pensamento humano (GUASH, 2003, p. 13, tradução minha)

Tendo presente a importância que teve/tem a imagem nos estudos culturais, se estabelece um campo ainda mais específico que se centra nas produções pictóricas sem esquecer que estas fazem parte da cultura. Esse novo campo é denominado *estudos visuais*. Além de ampliar o campo de trabalho sobre o visual, procuram reivindicar uma *democratização* das imagens, por considerar que a cultura não se limite à suas formas tradicionais ou experimentais, mas se estabelece como apropriação cotidiana das diferentes manifestações. Um novo entendimento da cultura se apresenta como um dos campos onde os grupos subordinados se resistem às imposições dos grupos dominantes (COSTA, 2000).

É a partir da constituição dos estudos visuais que nasce a cultura visual, como um campo ainda mais específico em relação ao estudo das imagens e seu papel nas sociedades. A cultura visual apresenta-se como uma concepção inclusiva na qual todas as manifestações artísticas e do design são estudadas sem submissão às tradições históricas, aos cânones dos antigos corpos acadêmicos (GUASH, 2003).

Cultura visual e design

Sem dúvida, o design tem uma história um pouco mais antiga do que a cultura visual. Em relação à sua popularidade como conceito, estes não deveriam ser vistos como campos completamente alheios e atemporais. A massiva produção de objetos cotidianos, que vincula fatores estéticos, ocorrida, sobretudo, na segunda metade do século XX, aumenta socialmente o interesse pelo visual. O design, a partir da sua relação com o artesanato, a construção de objetos de

uso cotidiano e a vinculação dos elementos estéticos, estabelece-se então dentro da cultura da imagem como:

uma prática cujo objetivo é a produção de artefatos de uso, mas que são também e ao tempo simbólicos. Esta condição dupla vincula os aspectos funcionais com os aspectos significativos, com a dimensão cultural das suas realizações (MEYGIDE, 2003, p. 166, tradução minha).

Assim como nas artes o design vive um processo de transformação no século XX, quando se romperam as fronteiras entre desenhos clássicos e desenhos alternativos e/ou populares. Muitas vezes, quando se estabeleceram tais diferenças, falou-se do design como a arte popular da idade moderna ou como a arte funcional, pois os objetos de uso cotidiano começaram a ser “belos”. Como consequência deste fato, em repetidas ocasiões, o design tem sido concebido como uma disciplina *egoísta*. Mas como mudar essa imagem egoísta que existe do design? Como aponta Ricard (2003),

O designer, desde sua mesa de desenho, não pode conhecer todo aquilo que não vê, não toca, não sente, por muita imaginação prospectiva que tenha, é difícil que possa contemplar todos os problemas de uso ou de convivência que um objeto terá na sua vida ativa (p.92, tradução minha)

O design como atividade interdisciplinar usa elementos dos diferentes campos do saber, o que é justamente uma das suas características principais. Porém, parece que, ao desenhar, nem sempre se têm em conta os aportes dessas outras disciplinas que fazem parte do seu enfoque e que normalmente estão mais próximas dos âmbitos social e cultural. Usar as contribuições metodológicas de áreas como a sociologia, a antropologia e a psicologia, além dos comuns métodos projetistas do design, para recolher a informação das populações, seria determinante para mudar o ponto de vista tanto de quem desenha como de quem teoriza sobre o design, sem falar do benefício que isto trairia para os usuários. Será então que as *respostas não exatas* e heterogêneas não fazem parte do design? De acordo com Herrera (2003)

O respeito pelos usuários se expressaria em uma atitude que intentasse entender-lhes antes de oferecer-lhes uma solução; que não os subestimasse e que fizesse que fossem nossos desenhos os que se adaptassem a eles e não à inversa, forçando-lhes a adaptar-se aos objetos ou comunicados que não os tem contemplado e que achamos eficientes em uma sorte de guturalização (p.189, tradução minha).

Resulta contraditória uma *objetividade absoluta – abusada* – sobre a qual alardeiam os designers quando tentam diferenciar seu ofício das demais ativi-

dades culturais e visuais. Não se pode esquecer que os usuários estão carregados de subjetividades e necessidades diferenciadas. Ter *destinatários modelo* só conservará as necessidades ainda não resolvidas que determinam regimes, hierarquias e padrões. Talvez os designers devessem ser aqueles que, a partir de uma mudança de perspectiva do seu trabalho, abrindo-se às questões sociais, ecológicas e políticas, dessem uma nova imagem à sua profissão e atividade.

O que acontece com o design?

Os fatores simbólicos do design não só têm em conta os fatores visíveis, audíveis, palpáveis ou sensíveis dos artefatos, mas a relação apresentada entre quem usa aquilo que provem de um processo projetista e o usuário ou participante. Hoje, por exemplo, no design de objetos/espacos, como as comunidades digitais, é importante esclarecer que os usuários são, ao mesmo tempo, também produtores, pois seus aportes/contribuições modificam sua experiência e as dos demais participantes com quem inter-atuam. A informação compartilhada nesses espaços digitais não necessariamente surge de um processo de design, mas de um processo cultural da imagem, mediante a configuração dos algoritmos que originam tanto designers das interfaces como programadores informáticos, que determinam o que hoje se conhece como *design de interação*. Os gestores de uma rede social deveriam ter em conta que “o domínio das representações é o domínio do trans-subjetivo; nosso olhar é um olhar socializado” (MEYGIDE, 2003, p.167, tradução minha). Portanto, limitar o uso da informação digital por meio dos parâmetros heteronormativos, por exemplo, só repetirá uma situação das comunidades físicas que ainda precisam de solução.

O design recebe sua aprovação na validação sociocultural dos objetos (HORTA, 2012). Os usuários das respostas que surgem do design, por meio da sua apropriação, definem através das interações, o impacto positivo das soluções apresentadas pelos designers. A produção e o intercâmbio dos significados entre as pessoas de um grupo ou sociedade conformam a cultura, sem esquecer que esta também envolve os sentimentos, relações e emoções (HERNÁNDEZ, 2006). Desta maneira “o design atua como apoio visual que usa canais de reforço, meios diferentes à linguagem escrita, que potenciam a intenção da mensagem” (HERRERA, 2003, p. 186, tradução minha).

Nesta ordem de ideias surgem algumas interrogações que falam das necessidades e elementos poucas vezes usados no design das redes sociais digitais: Como se deve desenhar uma comunidade digital se o cliente, ou seja, o dono do site, também não conhece os possíveis usuários e suas necessidades? Não seria

necessário olhar as comunidades análogas / físicas para tomar referentes reais de pluralidade? Nesse caso teriam sido desenhadas comunidades digitais sob algoritmos menos excludentes? Tomando elementos da cultura visual, Cristián Gómez (2002) propõe a Ideia do Pós-Design para que este supere o tecnicismo formal e se dedique à compreensão crítica dos fenômenos objetuais, espaciais e visuais.

O ponto de entrada a estes espaços poderia ser a manifestação, fazer presente nossa análise crítica sobre os contextos sociais, exercer e construir o conhecimento no meio da cotidianidade. O campo da 'Cultura Visual' oferece a possibilidade de acolher novos domínios, de problematizar as condições existenciais, não na observação distante, senão, além disso, com a ideia de intervir nos espaços de ação, na tecnologia, no meio que projetamos, fazemos cargo das áreas do conhecimento com uma posição explícita (GÓMEZ, 2002, tradução minha)

Em consequência, o design não pode continuar fechando seus espaços de ação social por cumprir metas meramente tecnológicas e/ou econômicas. Tem um importante trabalho por desenvolver em relação ao uso consciente das imagens e das interfaces usadas dentro das comunidades digitais, isto com o intuito de promover espaços muito mais diversificados.

Pensando as identidades de gênero e sexualidade desde o visual

Quando se resenham os discursos de poder, não se referenciam simplesmente questões de dominação e subjugação, mas políticas de relacionamento social, ou seja, a maioria das atividades de interação humana (FOUCAULT, 1991). As discussões sobre identidades de gênero e sexualidade como construções sociais envolvem as relações entre as identidades com a cultura visual. A identidade de gênero pode ser entendida também como a representação visual e cultural das articulações que cada pessoa estabelece com seu corpo e suas relações sociais. Uma determinação que se constrói por meio da performatividade ¹ e leva o indivíduo a ser visto como homem, mulher, transgênero, transvesti ou outra estruturação identitária dependente das sociedades heteronormativas. Os padrões baseados na heterossexualidade como norma entorpecem a inclusão das visualidades alternativas. É nesse território que a cultura visual aparece para tornar evidentes as construções culturais que tinham/tem estado *em penumbras* no interior de sociedades homogeneizadas. Segundo (MARTINS R, 2006a) “a cultura visual se apropria do conceito de interpreta-

1 Este conceito foi proposto pela filósofa estadunidense Judith Butler, uma importante teórica contemporânea do gênero e as sexualidades. Segundo Butler, este conceito surge na apropriação dos textos de Jacques Derrida e esta baseado na construção subversiva e dramática dos gêneros mediante repetições acontecidas temporalmente. Butler mediante sua teoria da performatividade procura mudar o caráter fixo das identidades.

ção dialógica instituindo e ambientando o princípio da heterogeneidade, núcleo central das reflexões pós-estruturalistas” (p.73).

As práticas *não heteronormativas* são desenvolvidas por pessoas que em seu cotidiano não seguem os ideais heteronormativos, aqueles baseados na heterossexualidade como ponto de referência. A cultura visual, por meio dos seus processos criativos e de análise, rompe com os preconceitos impostos pelas instituições, pois aponta novos elementos para misturar experiências da vida com interações socioculturais. A propósito da relação identidades de gênero e sexualidade com a cultura visual, Guash (2003) apresenta este campo de estudo como

uma caixa de alfaiate na qual as questões de gênero, de raça, de identidade, de sexualidade e inclusive de pornografia ou ideologia convivem com questões mais específicas das visualidades (p.14, tradução minha).

Deduz-se então que a cultura visual argumenta em favor de certo sentido de justiça ao estudar de maneira crítica as visualidades de diversas comunidades, tanto aquelas regidas pelos padrões sociais tradicionais quanto comunidades que se estabelecem como alternativas às pessoas que apresentam necessidades e interesses diferenciados. Nas palavras de Dias (2006), a cultura visual manifesta-se como uma agência ou consciência crítica que pode conduzir a ações sociais que resistam às superioridades, hierarquias, sistemas baseados na heterossexualidade como exclusiva eleição biológica de se relacionar e do binarismo feminino/masculino como única opção de gênero. Retomando o conceito de visualidade, é possível outra perspectiva deste que o determina como uma política de subversão dos sistemas de poder.

A visualidade entende-se como uma disciplina tática que procura dar resposta ao rol da imagem como portadora de significados em um marco dominado pelos discursos horizontais, as perspectivas globais, a democratização da cultura, a fascinação pela tecnologia e a ruptura dos limites alto-baixo além de toda jerarquizada memória visual (GUASH, 2003, p. 12, tradução minha)

Produzir desde as subjetividades é parte do caminho para estabelecer posições e necessidades reais e diversas. A cultura visual, tendo claro que é um campo mais amplo do que o design, tem logrado importantes avanços, então, por que os designers gráficos e/ou visuais não olham para este para ir além das soluções técnicas?

O que pode aprender o design da cultura visual.

Uma postura interessante para assumir a cultura visual como eixo de discussão das visualidades é apresentada por Alice Fátima Martins (2012), que o

estabelece como um campo “mais ou menos” aberto onde a imagem é o principal dos instrumentos para combater algumas circunstâncias de desigualdade, hierarquias e em geral favorecer a criação de novos sentidos sociais. Imagens que em alguns momentos causaram incomodo por seu conteúdo, como foram as representações homoeróticas, hoje circulam no cotidiano como visualidades e como objetos de empoderamento sobre a pluralidade identitária. Precisamente, a cultura visual rompe, em ocasiões, com epistemologias hegemônicas (DIAS, 2011), ao se questionar se só alguns campos da produção das imagens merecem ser validados. A própria Alice Fátima Martins (2012) fala assim do caráter inclusivo da cultura visual

têm sido caras à cultura visual as incursões nos quotidianos, na conformação de subjetividades, na diversidade de manifestações humanas dos sujeitos contemporâneos. Imagens da arte, da indústria cultural, da cultura popular, outras imagens, experiências sensíveis, histórias de vida, questões de gênero, diversidade cultural, identidades fragmentárias, dinâmicas nas relações entre subjetividade e objetividade, entre indivíduo e coletivo, processos de construção de sentidos, construção do ato de ver, na produção e apropriação de visualidades, relações entre ensinar e aprender, tecnologias da imagem, fluxos visuais ... são alguns dos tópicos que, em alguma medida, costumam comparecer habitualmente às discussões promovidas nessa arena inquieta e movimentada, sempre a receber novos visitantes – curiosos, andarilhos, insanos, viajantes, turistas, migrantes ... (p.223)

Finalmente, não se trata de buscar, na cultura visual, apenas sua ampla possibilidade de atuação, mas também os caminhos que tem percorrido no estudo das comunidades, além das importantes contribuições que tem feito às disciplinas sociais neste campo. Cabe assinalar, por exemplo, que as análises das visualidades das comunidades digitais são úteis na hora de avaliar o design das suas interfaces, pois o uso e a apropriação destes espaços na rede esta além dos estilos, das cores, das fontes tipográficas e códigos. A análise do discurso, produto das intertextualidades e sua mistura de linguagens, poderia ser levada ao design como campo de reflexão e pesquisa em torno às visualidades e às manifestações socioculturais, para estabelecer assim a construção de significados heterogêneos e a eliminação de hierarquias e ordens. As redes sociais digitais não são mais que uma extensão/evolução dos processos de socialização *off line* e é por isto que se requerem soluções menos técnicas e mais humanas. O visual e seu potencial como política de poder espera o chamado dos designers para mudar realidades.

Bibliografia

COSTA, Marisa. Estudos Culturais: para além das fronteiras disciplinares. In _____ (Org.). *Estudos Culturais em Educação – mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema...* Porto Alegre, Brasil: Ed. UFRGS, 2004, p. 13 - 36.

DIAS, Belidson. Acoitamentos: os locais da sexualidade e gênero na arte/ educação contemporânea. *Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Arte e Cultura Visual*. v. 4 , n.1. p. 101- 132, 2000.

_____. *O I/MUNDO da Educação em Cultura Visual*. 1ª Edição. Brasília, Brasil: Editora da pós-graduação da Universidade de Brasília, 2011, p. 204.

_____. Pré-acoitamentos: os locais da arte/educação e da cultura visual. In: MARTINS, Raimundo (Org.). *Visualidade e Educação - Coleção Desenrêdos* (3). p. 37-56, 2008.

FONTANA, Rubén. Reflexiones sobre la compleja relación entre el arte y el diseño. In: CALVERA, Anna (Org). *Arte ¿ Diseño ? Nuevos capítulos para una polémica que viene de lejos*. España: Gustavo Gili, 2003, p. 75 - 86.

GUASH, Anna. Los estudios visuales. Un estado de la cuestión. *Estudios Visuales* (1), p. 8 – 16, 2003.

GÓMEZ, Cristián. Post-Diseño: el Análisis Crítico del Discurso Visual. Palestra proferida na Universidade do Chile, Programa de Diseño, 4 dez. 2002. Disponível em: <<http://www.uchile.cl/cultura/visual/conferencia.html>>. Acesso em: 18/02/2013.

HALL, Stuart. *A identidade Cultural na pós-modernidade*. 11º Edição. Tradução Tomaz Tadeu da Silva; Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro, Brasil: DP&A, 2006.

HERNÁNDEZ, Fernando. Elementos para una génesis de un campo de estudio de las prácticas culturales de la mirada y la representación. In: MONTEIRO, Rosana Horio (Org.). *Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Arte e Cultura Visual* , 4 (1), 2006, p. 13-64.

HERRERA, A. Actualización de una duda. In: CALVERA, Anna (Org.). *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona, España: Gustavo Gili, 2003, p. 183 – 194.

HORTA, Aurelio. *Trazos poéticos sobre el diseño. Pensamiento y teoría*. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas, 2012.

MARTINS, Alice Fátima. Arena aberta de combates, também alcunhada de cultura visual ... - anotações para uma aula de metodologia de pesquisa -. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irente (Orgs.). *Cultura das imagens: Desafios para a arte e para a educação*. Santa Maria, Brasil: Universidade Federal de Santa Maria, 2012, p. 207 - 229.

MARTINS, Raimundo. Das belas artes à cultura visual: enfoques e deslocamentos. *Visualidade e educação - Coleção Desenrêdos*, (3), p. 25-36, 2008.

_____. Porque e como falamos da cultura visual? *Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Arte e Cultura Visual*, Faculdade de Artes Visuais / UFG. Vol. 4, n. 1 e 2, p. 65 – 79, 2006.

_____. Sobre textos e contextos da cultura visual. In: MONTEIRO, Rosana Horio (Org.). *Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Arte e Cultura Visual*, 4 (1), p. 5-12, 2006.

MEYGIDE, Roxana. Diseño y arte: materia de reconocimiento. In: CALVERA, Anna (Org.). *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona, España: Gustavo Gili, 2003, p. 161 – 172.

RICARD, André. Diseño: ¿el arte de hoy? In: CALVERA, Anna (Org.). *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona, España: Gustavo Gili, 2003, p. 87 – 100.

Minicurrículo

Juan Sebastián Ospina Álvarez é Designer Visual. Estudante Mestrado em Diseño y Creación Interactiva da Universidad de Caldas - Colômbia. Jovem pesquisador COLCIENCIAS 2009 Y 2011 do grupo Innov-acción Educativa.