



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
**HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE**
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



**DESIGN ATIVISTA E AS NARRATIVAS DA RESISTÊNCIA:
UM PERCURSO ENTRE CAUSAS, ALGORITMOS E EFEITOS.**

Fernanda Regina Rios Assis¹

Resumo: O uso das Novas Tecnologias da Informação (NTIs), e de plataformas digitais de comunicação, têm se apresentado como instrumento indispensável para a construção de narrativas e resistências. Compreendendo que as redes digitais atuam em estruturas rizomáticas, cujas hierarquias são distintas às praticadas pelos *mass media*, movimentos sociais, comunidades e grupos com interesses comuns se mobilizam, potencializam a discussão e a participação de diferentes atores e sujeitos em manifestações, atos e protestos. Investigando as pautas político-sociais apresentadas pelo *Design Ativista* em suas diferentes expressões, atividades, plataformas e eventos, a pesquisa procura compreender como os recursos da convergência, do intertexto e da hipertextualidade são empregados dentro do discurso midiativista no perfil voltado para a causa no *Instagram*. A linha condutora da pesquisa revisita conceitos e reflete sobre experiência estética, rizoma, convergência, construção colaborativa e coletivos midiáticos, apoiando-se nas proposições de Vilém Flusser, Lucia Santaella, Gilles Deleuze e Félix Guattari, Walter Benjamin, Baitello Junior, Aquino Bittencourt, Pierre Ansart, Henry Jenkins entre outros.

Palavras Chave: *Design Ativista*, Midiativismo, Mobilização, Rizoma, Hipertextualidade.

INTRODUÇÃO

O exercício de apreender as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) e o impacto que promovem nas relações entre coletivos, nichos e indivíduos é crucial para examinar a contemporaneidade. Uma vez que os movimentos sociais e coletivos midiáticos podem incorporar e usufruir das mesmas para o fomento de novos discursos, se desperta o interesse em averiguar seus potenciais transformadores. Assim sendo, o presente artigo busca refletir sobre coletivo *Design Ativista*, uma vez que este se desenvolve dentro transdisciplinaridade, dos fenômenos comunicacionais, estéticos e políticos. A partir da investigação da estrutura rizomática e hipertextual, a pesquisa objetiva levantar hipóteses para compreender a narrativa que conduz o perfil da causa no *Instagram*.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens da Universidade Tecnológica do Paraná (PPGEL-Curitiba / UTFPR). Curitiba/ Brasil. E-mail: fra1612@gmail.com



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
**HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE**
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



No ambiente digital, os dedos são “órgãos’ de uma escolha”, e com eles o sujeito pressiona teclados para operar com os símbolos em uma liberdade programada² (FLUSSER, 2007, p. 58- 63). Ou seja, com apenas um ou alguns cliques, realizando um comentário ou compartilhamento de uma imagem, vídeo, áudio, *GIF* ou *meme*, o sujeito pode manifestar seu posicionamento sobre uma ideia, a defesa de um ponto de vista ou o apoio a uma causa.

Estando inserido nos movimentos em rede, através da *internet*, das tecnologias e dispositivos de comunicação digital, em que medida o *Design* torna-se vetor para provocar novos debates e mudanças? Quais estratégias utiliza e pode tomar em construções narrativas para construir discussões sociais, políticas, jornalísticas e ativistas? Como as novas configurações comunicacionais podem ganhar as ruas e fazer com que as vias urbanas e digitais possam confluir para ações e intervenções, capazes de alterar nossa realidade, e atuando nas experiências estéticas?

Seja pela crítica e pelas reflexões criadas nesses campos, percorrer os caminhos da tecnicidade nas experiências modernas é fundamental para o entendimento dos meios de comunicação para além dos dispositivos de mediação (LEAL; MENDONÇA; GUIMARÃES, 2010, p. 8). Logo, faz-se necessário analisar os impactos de uma linguagem imagética, acelerada pelas redes sociais, igualmente, investigar quais são as estratégias utilizadas pelos sujeitos envolvidos para que a mobilização de conteúdos circule para além do ambiente virtualmente mediatizado.

1. DESIGN ATIVISTA

Fruto de uma atividade articulada pelos fundadores da *IdeaFixa* e da *Mídia NINJA*, o *Design Ativista* ganha vida em meados de junho de 2018. Sua criação acontece a partir de um descontentamento com a situação político-social brasileira frente aos acontecimentos decorrentes do governo de Michel Temer, que assume a presidência após o processo de *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff. O primeiro encontro do *Design Ativista* aconteceu em agosto de 2018, em São Paulo, na sede da Escola Britânica de Artes Criativas – EBAC. Partindo de uma convocatória com o título “*Design Ativista Pra Quem Não Aguenta Mais*”, a conversa aberta ao público foi realizada visando à construção de uma agência colaborativa. A atividade promoveu a introdução sobre a iniciativa, reflexão e seus



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO 2021 PRESENTE UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



desdobramentos na formação e educação dos comunicadores. No *Facebook*, o *Design Ativista* então passou a se organizar através de uma página³ com uso do mesmo nome, e no grupo privado “*Design Ativista Pra Quem Não Aguenta Mais*” (figura 01), sob a descrição: “Grupo dedicado ao recrutamento de *designers*, ilustradores, artistas, redatores, roteiristas, *videomakers*, desenvolvedores e demais interessados a usar seu tempo e talento para o que importa.”⁴

Figura 01 – Design Ativista no *Facebook*.



Fonte: www.facebook.com/groups/designativista/

Após a primeira experiência, durante os dias 15 e 16 de dezembro, foi promovido o *Encontrão Design Ativista*, um novo evento gratuito e aberto ao público, que ofereceu oficinas e palestras, além de promover rodas de conversa nos espaços Casa do Baixo Augusta, a Casa *IdeaFixa* e a EBAC, em São Paulo. O perfil criado para o *Design Ativista* no *Instagram* (figura 02), a partir desse segundo encontro, passa a funcionar como uma plataforma para a difusão das artes criadas segundo pautas relevantes para o contexto político e social. A *hashtag*⁵ *#DesignAtivista* e a chamada “O *design* a favor do que você acredita”, apresentadas na biografia, são seguidas pelos destaques com conteúdos que já foram apresentados no *feed*: relacionados aos movimentos sociais e políticos, bem como iniciativas ambientais e culturais. Em janeiro de 2020 já haviam sido publicadas 1.681 postagens, com o perfil possuindo 164 mil seguidores⁶. Para além do *Instagram*, diversas artes



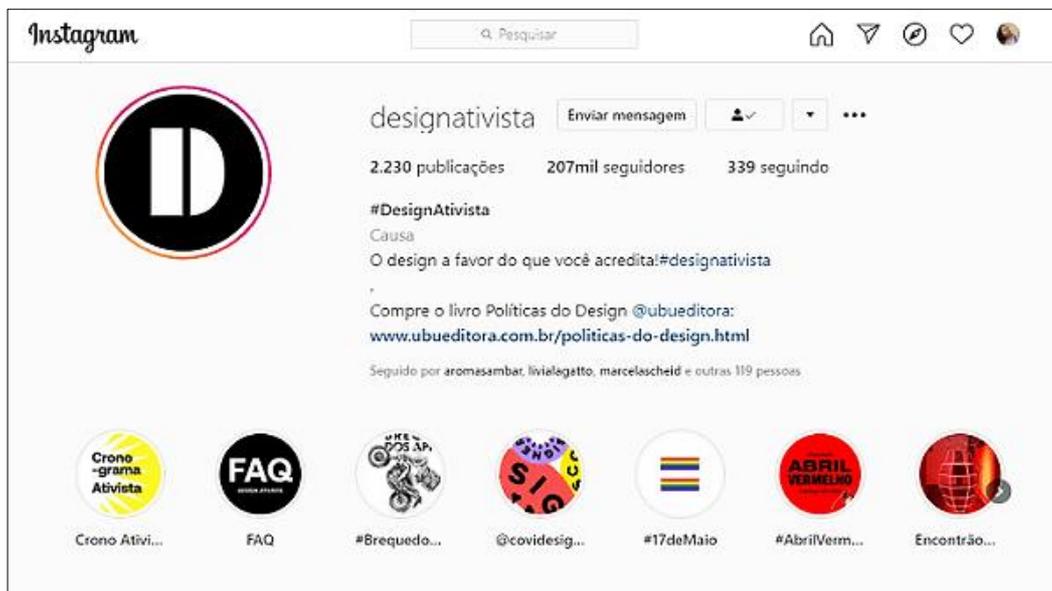
IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO 2021 PRESENTE

UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



são disponibilizadas *online*, no formato de cartazes PDF para impressão e conseqüente uso em atos, como protestos e marchas. Novos encontros do *Design Ativista* aconteceram em outras capitais, como a “*Reunião Design Ativista Bahia em Salvador!*”, realizada em 31 de janeiro de 2019, na Casa NINJA Bahia; o “*Encontro Design Ativista*”, ocorrido em 22 de maio de 2019, no Rio de Janeiro, na Escola de Comunicação - Eco/UFRJ, e o “*Encontro Design Ativista DF*” realizado em 10 de setembro de 2019, realizado no IESB (Instituto de Educação Superior de Brasília Asa Suley). Além desses eventos, em setembro de 2019, aconteceu a “*Maratona Encontro Design Ativista 2019*” em São Paulo. Ela serviu para articular profissionais das áreas como produção cultural, curadoria e comunicação de eventos para o planejamento de um grande encontro nacional, que foi realizado entre os dias 5 a 8 de dezembro de 2019, na Nave Coletiva - sede da Mídia Ninja - em São Paulo.

Figura 2 – Design Ativista no Instagram.



Fonte: www.instagram.com/designativista/

2. EXPERIÊNCIA ESTÉTICA, MOBILIZAÇÃO E MEDIATIVISMO

Os fenômenos da Estética e da Comunicação carregam uma correlação, assim como um conjunto de conceitos formulados ao longo da história. Interpretar como o encontro e a partilha acontecem, bem como são dirigidos nos processos do universo comunicacional e da



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



experiência cultural na contemporaneidade é um exercício necessário. Para definir conceitualmente tais fenômenos, são exigidos operadores analíticos específicos para que a presente articulação possa acontecer, partimos da ideia que

[...] justamente porque não há complementaridade imediata entre os objetos respectivos da Estética e das Teorias da Comunicação que se faz necessário construir tanto as zonas de interseção (de compartilhamento de noções e operadores analíticos) quanto às divergências entre os dois pontos de vista. Para nós, mais do que uma convergência harmoniosa, o que esperamos é que tal inter-relação produza um mútuo deslocamento, de parte a parte, e que ele permita a invenção de conceitos e de procedimentos metodológicos. (LEAL; MENDONÇA; GUIMARÃES, 2010, p. 8).

Uma vez que o objeto desse estudo pode ser considerado um “*medium* que permite aos sujeitos tomarem consciência de sua própria experiência” (GUIMARÃES; LEAL; MENDONÇA, 2006, p. 8. *apud* BRAGA, 2010, p. 74), as imagens compartilhadas pelo *Design Ativista* podem ser encaradas como potenciais vetores para a experiência estética em interações comunicacionais, despertando nossa atenção para o campo da mediação

[...] Primeiro porque uma parte de nossa vida cotidiana se organiza em torno de produtos mediatizados [...] Segundo, porque [...] podem ser referidas à mediação social interações muito mais diversas do que apenas os momentos de defrontação direta com as interfaces tecnológicas que nos expõem seus produtos - ou nas quais, por nossa vez, pomos a circular nossa própria produção, como nas redes informatizadas. (BRAGA, 2010, p. 74).

A partir desse cenário nos perguntamos: em que medida a Internet potencializa as novas formas de mobilização que observamos? Qual é o novo jeito brasileiro de fazer mobilização? Como o *design* contribui para a comunicação do ativismo em redes e ruas? Como as experiências cotidianas movem o sujeito para além do comodismo de um “pensamento sentado” (BAITELLO, 2012)?

As redes sociais em ambiente digital então despertam a necessidade de se investigar as construções e desconstruções de suas produções pautadas por ideologias e questões socioculturais. Partindo desse pressuposto, uma questão é formulada sobre como essa linguagem comunicacional está vinculada à experiência estética: a imagem, ao exercer um



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO 2021 PRESENTE UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



papel central nas redes sociais, pode mobilizar os indivíduos para ação através do *Midiativismo*? O conceito aqui é visto como

[...] um processo de mobilização, que alude em como cada ativista usa as mídias de maneira diferente para atingir seus objetivos e servir aos seus movimentos (dos quais faz parte, efetivamente ou não), com ações que extrapolam as redes sociais digitais e ganham as ruas. [...] O midiativismo é o que se faz dele, desde que não se perca de vista o propósito de mudança social, o efetivo envolvimento e que se mantenha a transgressão solidária como norte. (BRAIGHI; CÂMARA, 2018. p. 31-39).

O fenômeno do midiativismo² aparece inserido em um campo multifacetado e laborioso, parte de diversas investigações teórico-metodológicas para sua compreensão, tanto a partir de seu *corpus*, quanto dos suportes. Ao investigar os elos entre linguagem, tecnologia e discurso, dentro de uma cultura de convergência, em que os fenômenos comunicativos e da experiência estética podem ser aproximados, este exercício torna-se crucial para a discussão e compreensão dos questionamentos da pesquisa. Para além da linguagem verbal, para o entendimento da comunicação visual e do *design* presente no objeto de estudo, é preciso ainda refletir sobre imagens e artefatos, já que a criação dos mesmos existe a partir de uma intenção. Isto é, procuramos “saber em que medida essas imagens correspondem ao modo de pensar e de ver material e formal” (FLUSSER, 2007, p. 32).

3. MEIOS, CONVERGÊNCIA E LINGUAGEM

A utilização dos meios de comunicação para mobilização e com fins ativistas não é um elemento recente no cotidiano dos movimentos sociais. A prática é realizada desde que estes foram apropriados e passaram a integrar as estratégias de fortalecimento e transmissão das demandas de determinados grupos, seja uso de impressos ou do Rádio. Como o avanço das tecnologias digitais, a organização desses coletivos é reconfigurada, permitindo aos sujeitos envolvidos novos arranjos e dinâmicas, assim como ampliação de suas ações. Aquino Bittencourt, ao investigar o jornalismo e midiaticização do ativismo no Brasil, observou os processos de produção e circulação de conteúdos em grupos, no período entre as *Jornadas de*

² Consideramos como referencial para a promoção do pensamento crítico sobre o conceito algumas das discussões e abordagens apresentadas em *Interfaces do midiativismo: do conceito à prática* (BRAIGHI; LESSA; CÂMARA, 2018).



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



Junho de 2013 e o ano de 2017. A pesquisadora realizou o acompanhamento das atividades de diversos coletivos midiáticos que:

[...] por meio de sites, redes sociais, plataformas digitais, aplicativos e dispositivos móveis de comunicação, produzem e promovem o espalhamento⁸ de conteúdos sobre protestos decorrentes de mobilizações organizadas dentro e fora das redes digitais, e que buscam atuar de forma desvinculada da mídia de massa, com base na participação e na convergência, ainda que reproduzam lógicas massivas em seus processos de produção e circulação de conteúdos [...]. (AQUINO, 2018, p. 172).

A convergência citada acima é proposta por Jenkins (2006) para a reflexão sobre a construção de uma sociedade mais democrática, inserida em um contexto comunicacional e de constantes transformações em áreas como: mercado; tecnologia; culturas; sociedade; gêneros e públicos. Para o autor, tal o conceito assume novos significados, surgindo como uma força motriz para a formação de comunidades que consomem informações em um fluxo de conteúdos através dos suportes midiáticos, sendo fundamental para a “cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (p. 29).

Pierre Ansart também infere sobre essa “difusão de múltiplas mensagens, que visam influenciar os vínculos e repugnantes, as esperanças e os temores, os sentimentos positivos e negativos em relação a objetivos, instituições ou heróis da cena política” (ANSART, 2019, p. 11). Ao refletir sobre as questões da vida em comunidade e as paixões produzidas, o autor concebe que é “através da linguagem, das palavras e das figuras de estilo que o homem político transmite suas mensagens estimulantes, suas indignações e seus apelos de apoio” (ANSART, 2019, p. 19). Logo, a participação dos sujeitos em uma cultura coletiva torna-se crucial, pois estes são convocados a criar elos e conexões entre conteúdos e informações, nos diversos canais e plataformas a partir das habilidades, ferramentas, protocolos e das práticas culturais que possuem. Portanto, o caráter participativo e de apropriação das mídias, dentro das comunidades de conhecimento acontece

[...] em torno de interesses intelectuais mútuos; seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínios em que não há especialistas tradicionais; a busca e a avaliação de conhecimento são relações ao mesmo tempo solidárias e antagônicas. Investigar como essas comunidades de conhecimento funcionam pode nos ajudar a compreender melhor a natureza social do consumo contemporâneo de mídia. Essas



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO 2021 PRESENTE UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



comunidades podem nos revelar como o conhecimento se torna poder na era da convergência das mídias. (JENKINS, 2006, p. 48).

Ou seja, nesse processo em que se altera a forma de produzir e consumir, a convergência passa a renovar a “lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (p. 43).

3.1 O RIZOMA, A CRISE E A REDE

O ambiente digital é o cenário em que o rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1995) se apresenta como uma possibilidade para a reflexão sobre a linguagem a partir da multiplicidade. Considerado algo que “se encontra sempre no meio” e que “não começa nem conclui”, nos oferece possibilidades e estratégias para a produção de sentidos diante dos acontecimentos nas redes sociais.

Um rizoma não cessaria de conectar cadeias semióticas, organizações de poder, ocorrências que remetem às artes, às ciências, às lutas sociais. Uma cadeia semiótica é como um tubérculo que aglomera atos muito diversos, linguísticos (sic), mas também perceptivos, mímicos, gestuais, cogitativos: não existe língua em si, nem universalidade da linguagem, mas um concurso de dialetos, de patoás, de gírias, de línguas especiais. (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

A *Internet*, assim como rizoma, fomenta um contexto em que as “cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos, cadeias biológicas, políticas, econômicas, etc., colocando em jogo não somente regimes de signos diferentes, mas também estatutos de estados de coisas.” (DELEUZE; GUATTARI, 1995). Assim sendo, o fenômeno nos ajuda a compreender os entrelugares nos quais os indivíduos criam alianças e realizam suas escolhas na contemporaneidade. Visto que o indivíduo inserido no ambiente digital hipermediático encontra-se envolto em uma trama na qual a conjunção “e” extrai o verbo *ser*, o estímulo constante das imagens, textos, links, *hashtags*, *hiperlinks* e algoritmos, o move para um *estar entre*, ou seja, “navega por um riacho sem início nem fim, que rói suas duas margens e adquire velocidade no meio” (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

O rizoma, sendo um sistema a-centrado, emerge como uma estratégia, possibilidade para ativar temas opostos em um cenário fragmentado como o das redes sociais digitais. Permite que, a partir das múltiplas entradas o indivíduo consuma, crie e utilize hipertextos,



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



arranjos, diferentes contextos e sentidos para as narrativas que se apresentam. Ao percorrer linhas não lineares, o mesmo indivíduo também pode atuar na lógica do *Totalitarismo programado*: como “programador programado” (FLUSSER, 2007). Frente a “uma quantidade astronômica de possibilidades de escolha que ultrapassa a capacidade de decisão”, por desconhecer o todo, o indivíduo tem a “impressão de ser totalmente livre em suas decisões” (FLUSSER, 2007, p. 64-65).

3.2 ALGORITMOS E *HASHTAGS*

Flusser (2007) compreende que fabricar e informar são elementos de um mesmo programa e que, por técnicas e códigos, buscam dar sentido ao mundo. Explorando a tecnologia e criando máquinas e sistemas cada vez mais conectados e evoluídos, passamos a desenvolver códigos que produzem realidades alternativas e paralelas à realidade. Tais experiências podem converter-se em realidades ou pós-verdade para os sujeitos envolvidos. Faz-se então necessário refletir sobre a materialidade, e imaterialidade, o verbal e o visual, assim como investigar a influência que os algoritmos têm sobre a produção de coletivos midiáticos como o *Design Ativista*, pois, sendo o *Instagram* um dos produtos do *Facebook*, está submetido a mecanismos de personalização e métricas pré-determinadas, influenciando no impacto que as postagens possam ter para os usuários da plataforma e até mesmo para aqueles que poderiam ser alcançados, mas não o são por questões de privacidade.

O uso de *hashtags*³ no *Instagram* estabelece diferentes conexões entre sujeitos. Elas agrupam as postagens realizadas dentro de determinado perfil, bem como conectam publicações feitas sobre o tema por outros usuários. Esse potencial de organização promove o espalhamento, alcance e visibilidade de determinadas ilustrações criadas. Considerando que, somadas às artes publicadas pelo grupo do *Design Ativista*, novas imagens são criadas com a *hashtag* *#DesignAtivista*, novos sujeitos são englobados como participantes desse movimento, também o levando para diferentes redes sociais, visto que essa *hashtag* foi utilizada passou a também ser disseminada no *Twitter*, *Facebook* e *TikTok*. Como as *hashtags* também são

³ Na internet, as *hashtags* funcionam como agregadores e direcionadores. Ao combinar um determinado termo ou frase com o símbolo da cerquilha (#), os usuários para um espaço com todas as citações feitas sobre esse assunto.



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO 2021 PRESENTE UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



utilizadas em outros *sites*, redes sociais e plataformas, os buscadores como o *Google*, *Bing* e *Duck Duck⁴ Go* apresentam diferentes fontes para a busca de determinado conteúdo a partir da *hashtag* consultada.

3.3 O PERFIL DO DESIGN ATIVISTA NO *INSTAGRAM*

O exercício exploratório inicial para compreender a linha narrativa, e as abordagens para cada temática apresentada no objeto do estudo, parte de uma análise descritiva da estrutura da página dentro da plataforma, pois, ainda que existam as pautas¹⁰ e uma lógica sequencial nas postagens promovendo uma “linha do tempo”, essa narrativa pode ser percorrida de forma linear, ou não, pelos sujeitos. Examinando as pautas apresentadas na *timeline* do perfil *@designativista*, notamos que são adotadas diferentes curadorias para abordar cada tema (figura 03).

Figura 3 – Design Ativista no Instagram.⁵



Fonte: www.instagram.com/designativista/

⁴ Buscadores são ferramentas utilizadas na *internet* para que qualquer assunto ou conteúdo seja encontrado a partir de determinada palavra-chave.

⁵ Créditos do grupo de imagens. Da esquerda para a direita, de cima para baixo. Imagem 1: autor *@luis*. Imagem 2: autor *@thiagonalindesign*. Imagem 3: autoria *@raphabaggas*. Imagem 4: autoria *@laranjasdepijama*. Imagem 5: autoria *@notcoolbro0_*. Imagem 6: autoria *@gabrielatornai_*. Imagem 7: autoria *@laranjasdepijama*. Imagem 8: autoria *@jeffcorsi*. Imagem 9: autoria *@laranjasdepijama*.



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



No grupo de imagens verifica-se que a narrativa pode ser interpelada por uma postagem específica sobre um acontecimento político, social ou cultural, o que provoca um desvio no enredo compartilhado por cocriadores e seguidores do perfil, sendo tal fragmentação mais um aspecto da estrutura rizomática do objeto.

A navegação pelo perfil do *Instagram* “@designativista” também se ancora no hipertexto, por se tratar de uma “escrita não sequencial, como rede interligada de nós que os leitores podem percorrer de modo multidimensional” (SANTAELLA, 2012, p. 234). Isso ocorre em função dos dispositivos fornecidos pela plataforma, que permitem que se faça a navegação e a leitura fragmentada das postagens das imagens ou vídeos presentes na tela inicial, através das *hashtags* utilizadas nos *posts*. O mesmo pode ocorrer pela ferramenta de “destaques”. Ou seja, trata-se de estrutura rizomática que permite que os signos, imagéticos ou verbais, sejam parte de um todo e ainda independentes, pois estão ligados uns, não sendo amputados pelo fluxo ou pela temporalidade. Um processo coletivo de cocriação, em que a intermídia e a interatividade, os algoritmos, nós e conexões não precisam seguir uma linearidade.

Para exemplificar como um fato repercutido nas redes pode ser refletido em posts no perfil do Design Ativista, destacamos a *hashtag* #defendaosus, que em 2020 foi utilizada como reação ao Decreto N.º 10.530⁶, publicado em 27 de outubro de 2020 pelo Diário Oficial da União (D.O.U). No documento, o Sistema Único de Saúde (SUS), no que diz respeito às Unidades Básicas de Saúde, estaria qualificado ao Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República - PPI. A deliberação foi recebida como uma possível abertura para a privatização do serviço e gerou uma onda de indignação no ambiente virtual. Logo, o grupo de 9 imagens (figura 04) publicadas pelo perfil @designativista, no dia 28 de outubro de 2020, apresenta a *hashtag* #defendaosus como indexador e a temática referente ao SUS em seu conteúdo imagético. Portanto, torna-se necessário compreender os elos entre os aspectos linguísticos, comunicacionais e sensíveis que geram engajamento dos sujeitos e quais seus

⁶ Decreto N° 10.530, de 26 de outubro de 2020. Segundo o documento a saúde estaria: [...] qualificada, no âmbito do Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República - PPI, a política de fomento ao setor de atenção primária à saúde, para fins de elaboração de estudos de alternativas de parcerias com a iniciativa privada para a construção, a modernização e a operação de Unidades Básicas de Saúde dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios." (BRASIL, 2020)

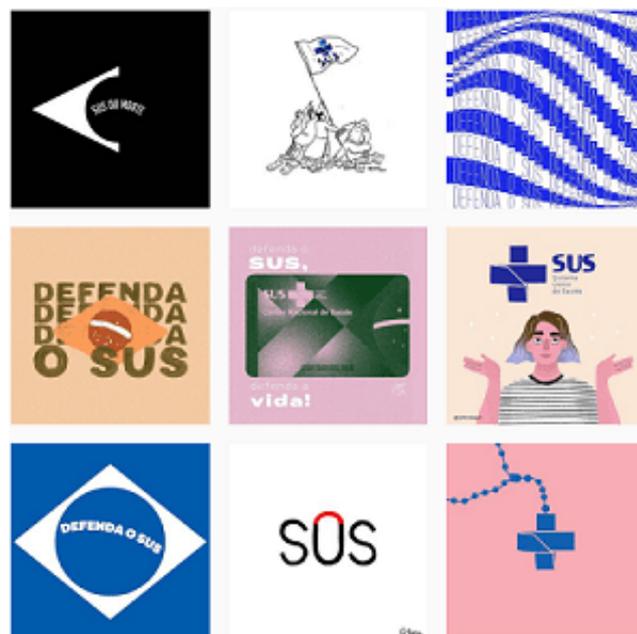


IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
**HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE**
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



efeitos, uma vez que o decreto foi revogado no dia seguinte à sua publicação. Na escolha das imagens, destacamos o apelo que se faz, ao ancorar a ideia do SUS e sua universalidade, em elementos simbólicos da sociedade: Estado e Igreja. O conjunto de imagens encontram-se elementos simbólicos e metafóricos que, nesse contexto, ganham novas significações.

Figura 04 - Postagens do @desingativista no dia 28 de outubro de 2020.⁷



Fonte: print do perfil do @designativista (Instagram; 2020).

Em tal cenário encaramos a questão da reprodutibilidade exposta por Benjamin, pois a arte passa a fundar-se em outra práxis: a política.” (BENJAMIN, 1994, p. 17-172). Considerando que, somadas às artes publicadas pelo grupo do Design Ativista, novas imagens foram criadas com a hashtag #defendaosus, novos sujeitos foram englobados como participantes desse movimento, também o levando para diferentes redes sociais, visto que a hashtag circulou no Twitter e Facebook. Sobre os conteúdos compartilhados podemos empregar a reflexão realizada por Santaella (2012) sobre as novas condições de criação

⁷ Créditos do grupo de imagens. Da esquerda para a direita, de cima para baixo. Imagem 1: autor @estudiocao. Imagem 2: autor @poesianasestrelas. Imagem 3: autoria @dessu.ed. Imagem 4: autoria @luanalisboac. Imagem 5: autoria @gabrielatornai_. Imagem 6: autoria @gatapingadart. Imagem 7: autoria @crisvector. Imagem 8: autoria @tavim. Imagem 9: autoria @raphabaggas.



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
**HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE**
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



artística e literária, já que se trata do mesmo ambiente hipermidiático, no qual os envolvidos podem “explorar em seus ofícios o potencial imaginativo da tecnologia computacional, da remixagem e da ficção hipertextual. Isto porque o teatro de operações do computador permite fazer *links*, avançar, retroceder, transformar, arquivar, distorcer, gerar e distribuir informação e experiências” (SANTAELLA, 2012, p. 233).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contemporaneidade os indivíduos têm vivido experiências de deslocamento, multiplicidade, convergência e fragmentação em seu cotidiano, principalmente em ambientes digitais, como nas redes sociais. Tendo acesso e dispositivos para tal, estes criam e conectam nós por entre as diferentes plataformas e, ao mesmo tempo, percorrem estruturas rizomáticas, criando e construindo narrativas dentro da não-linearidade. Logo, os produtos midiáticos passam a ter maior convergência e os fluxos informacionais trafegam em vias que se cruzam por cliques, *likes* e algoritmos. Portanto, a circulação da informação em um ambiente aberto, e que permite novas configurações, solicita o estudo dos contextos e de percursos, já que os discursos imagéticos podem ser ressignificados a partir de interesses que ora são individuais, ora são coletivos.

Localizamo-nos conectados às mídias digitais, logo Midiativismo, representado neste estudo pelo *Design Ativista*, apresenta-se então como um dos elos de movimento de crítica e vigilância da sociedade. Seja pela crítica e pelas reflexões criadas nesses campos, percorrer os caminhos da tecnicidade nas experiências modernas é fundamental para o entendimento dos meios de comunicação para além dos dispositivos de mediação (LEAL; MENDONÇA; GUIMARÃES, 2010. p. 8). Ao passo que o *Design Ativista* envolve relações político-sociais, circulação de imagens produzidas por técnicas, processos e práticas comunicacionais motivadas por interesses coletivos, assim como ações, articulações, ideologias e tendências, buscamos compreender as interações socioculturais, subjetivas e afetivas que conectam os sujeitos afetados por elas. Assim sendo, a reflexão aqui exposta, a partir da memória gráfica⁸, e sob a ótica da história tempo presente, faz parte de um exercício para que a memória

⁸ A memória gráfica “busca compreender a importância e o valor de artefatos visuais, em particular impressos efêmeros, na criação de um sentido de identidade local.” FARIAS, Priscila Lena; BRAGA, Marcos da Costa. **Dez ensaios sobre memória gráfica**. [S.l: s.n.], 2018.



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



coletiva “sirva para libertação e não para a servidão dos homens” (LE GOFF, 1994, p. 477). O presente estudo parte de considerações iniciais sobre o objeto em questão, e novas reflexões se fazem necessárias para levantar novos pressupostos sobre o tema, bem como outros critérios de análise sobre os formatos e linguagens presentes nas publicações do @designativista poderão ser empregados futuramente.

REFERÊNCIAS

ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; Tradução Jacy Seixas. Curitiba, PR: ed. UFPR, 2019.

AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. Os coletivos midiáticos e a midiaticização do ativismo: aspectos teóricos e empíricos de pesquisa sobre produção e circulação de conteúdos acerca dos movimentos em rede no Brasil. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; C MARA, Marco Túlio (org.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. p. 170-191.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **O pensamento sentado: sob glúteos, cadeiras e imagens**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. São Paulo: Paulus, 2014.

_____. **O pensamento sentado: sob glúteos, cadeiras e imagens**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica – primeira versão. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaio sobre literatura e história da cultura**. 7ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p.165-196.

BENTES, Ivana. A memética e a era da pós-verdade. **Revista Cult**, 31 out. 2016. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade/>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRAGA, José Luiz. Experiência Estética & Mediatização. In: **Entre o Sensível e o Comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p.73-87.



IV SEMINÁRIO INTERNACIONAL
HISTÓRIA DO TEMPO
2021 PRESENTE
UDESC - FLORIANÓPOLIS - SC



BRAIGHI, A. A.; CÂMARA, M. T. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M. T. **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática.** (no prelo). CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs.** Capitalismo e esquizofrenia. Vol. 1. São Paulo: Editora 34, 1995.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

GUIMARÃES, C; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.). **Entre o sensível e o comunicacional.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória.** In: Enciclopédia Einaudi, Le Goff (org.). Porto: Imprensa nacional – Casa da Moeda, 1984.

LEAL, Bruno; MENDONÇA, C. Camargo; GUIMARÃES, César. Experiência Estética e Comunicação: a partilha de um programa de pesquisa. In: _____ (Orgs.). **Entre o sensível e o comunicacional.** Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p.7-18.

SANTAELLA, Lucia. Para compreender a ciberliteratura. **Texto Digital** v.8, nº2. Florianópolis, 2012. (p. 229 - 240).