

O mito do *designer* solucionador de problemas

The myth of the problem solving designer

Talita Viegas, Fernanda de Abreu Cardoso

design; decolonialidade; prática social, crença

Com o intuito de discorrer sobre o mito do *design* como solucionador de problemas, o trabalho se propõe a questionar a criação e a perpetuação desta crença mito, colocar o impacto deste discurso para profissionais do Campo, contextualizando historicamente a relação da prática com os ensinamentos funcionalistas da Bauhaus e Escola de Ulm. Ao pesquisar referências práticas e de análise de estudos teóricos, utilizando referências como Alberto Cipiniuk e Dijon de Moraes, o artigo pretende abordar os frutos da prática do Design no Brasil, principalmente após a criação e consolidação da ESDI na década de 60 e como repercute até hoje. Por fim, o escrito propõe a abrangência de novas perspectivas em relação a o que seria a prática da profissão e coloca a importância de se pensar o fazer *design*, não só como ferramenta do capitalismo, mas também como prática social e decolonial.

critical design, decoloniality, social practice

In order to discuss the myth of design as a problem solver, the work proposes to question the creation and perpetuation of this myth belief, to put the impact of this discourse on professionals in the field, historically contextualizing the relationship between practice and functionalist teachings of the Bauhaus and Ulm School. By researching practical references and analysis of theoretical studies, using references such as Alberto Cipiniuk and Dijon de Moraes, the article intends to approach the fruits of the practice of Design in Brazil, mainly after the creation and consolidation of ESDI in the 60s and how it reverberates until today. Finally, the article proposes the scope of new perspectives in relation to what would be the practice of the profession and highlights the importance of thinking about making design, not only as a tool of capitalism, but also as a social and decolonial practice..

1 Introdução

Seja em salas de reunião de grandes empresas ou em salas de aula de cursos universitários de *Design*, é possível supor que todas as pessoas que já estudaram, trabalharam ou tiveram contato com o Campo do *Design* já ouviu ou falou a seguinte frase: "o *Design* serve para solucionar problemas". Com isso, como designers, pensamos em métodos, técnicas e metodologias para criar objetos que têm como objetivo resolver todos os problemas daquela comunidade ou de um grupo de pessoas específico. Apresentamos uma análise crítica sobre esta crença no Campo do *Design*, pois verificamos que existe uma dissociação sobre o discurso e a prática do *Design* quando se trata sobre a resolução de problemas.

Para iniciarmos nossas reflexões é preciso contextualizar socialmente a criação e a prática profissional do Campo do *Design*. Com seu surgimento acompanhando a

Revolução Industrial, a partir da segunda metade do século XVIII, o papel do *Designer* foi atrelado diretamente à produção de artefatos dentro das fábricas na Inglaterra, modificando o modo de produção artesanal, quando a peça era criada e produzida por um indivíduo. Como colocam Alberto Cipiniuk e Nina Vieira, foi nesse momento que houve uma perversão do trabalho do artesão para o de modelador, pois devido a uma demanda capitalista, não há mais um detentor de todo o processo de produção e sim um mero executor de uma etapa (Vieira & Cipiniuk, , 2021 p.4). Com isso, o novo papel social dos designers era de desenhar, planejar e embelezar produtos para que se tornassem desejáveis e consumíveis, com o objetivo de gerar lucro para os donos da indústria, o que não é muito diferente de hoje em dia, já que a prática vem apenas se moldando de acordo com as novas articulações sociais e tecnologias. Então se, como designers, passamos por todas ferramentas práticas e metodológicas consolidadas a partir do eurocentrismo, por que na atualidade acreditamos que uma única profissão construída na consolidação do capitalismo poderia resolver todos os problemas, sejam eles relacionados à vulnerabilidade social ou qualquer outro âmbito ligado à estrutura?

Apresentamos aqui a definição sociológica de "mito" do dicionário Brasileiro de Línguas: "uma crença, geralmente desprovida de valor moral ou social, desenvolvida por membros de um grupo, que funciona como suporte para suas ideias ou posições; mitologia:" (Michaelis, 2015) e a relacionamos ao mito do *designer* solucionador de problemas. Esta crença, ou mito, amplamente difundida no campo do Design se propõe a colocar a pessoa *designer* como detentora de todo poder para a resolver problemas tanto individuais quanto coletivos através da construção de uma experiência, serviço ou objeto. No entanto, partimos do pressuposto que esse mito, na realidade, é consequência da realidade do trabalho alienado porque *designers* são trabalhadores que vendem a mão de obra para o capitalista com seus impactos sociais, políticos e econômicos, como qualquer outra profissão. Por isso, apresentamos como questões para reflexão neste texto: quem define o problema? O problema realmente existe? O trabalho do design tem todas as ferramentas necessárias ao ponto de resolver todos os problemas do mundo?

Quando a *pessoa designer* se coloca como resolvida de necessidades, na realidade ela está focada na criação de um produto¹ para consumo para enriquecer os detentores dos meios de produção capitalista. Além de muitas vezes essas necessidades não existirem na realidade, foram inventadas pelos próprios capitalistas e disseminadas pelos meios midiáticos para a venda de artefatos, ou são problemas estruturais sociais que são consequências do próprio modelo econômico, político e social que vivemos e que não cabem na venda de produto e sim em políticas individuais, públicas e estruturais. Sendo assim, é importante lembrar que "a história do *Design* é também a história das sociedades: qualquer explicação da mudança deve apoiar-se em uma compreensão de como o design afeta os processos das economias modernas e é afetado por ele" (Forty, 2007, p.14).

¹ Neste texto entendemos como "produto" de design um objeto, serviço ou experiência.

Por fim, com base no mito o pensamento "*designiano*" se sobrepõe além da vivência dos indivíduos e comunidades, pois se baseiam apenas em metodologias e práticas já consolidadas e que são discutidas apenas entre os próprios pares perpetuadores do conhecimento hegemônico, com o ponto de partida de atender a demanda do sistema capitalista. Ou seja, são noções do campo do Design que são reproduzidas dentro do próprio campo, por isso consideramos pertinente investigar no âmbito acadêmico tais construções.

2 Contexto histórico

A criação do mito do designer solucionador de problemas se iniciou bem antes da difusão da profissão no Brasil ou até mesmo antes do surgimento da icônica Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro na década de 1960, mas com o nascimento da vertente funcionalista da Bauhaus - Escola alemã referência no ensino e prática do *Design* desde o início do século XX até os dias de hoje.

Em um cenário pós Primeira Guerra Mundial, a Escola surgiu com princípios técnicos e científicos que enaltecem dentre tudo o funcionalismo, suportados principalmente por Walter Gropius, fundador da Bauhaus, já que seu objetivo era colocar o funcionalismo como orientador da metodologia de projeto. Por isso, foi criado o *Vorkurs* ou o curso Básico, que era a estrutura de grade para os estudantes da Bauhaus, que tinha como objetivo apresentar uma introdução geral a composição de cor, materiais e formas através de conceitos dominados fundamentais para toda expressão visual, seja escultura, metal ou tipografia para ser formado o bom alicerce de um *designer*.

A busca pela "linguagem visual" era um objetivo para alguns professores da Escola, como Johannes Itten, Paul Klee e Wassily Kandinsky. Eles focavam na geometria básica de Euclides ou na ideia de cores puras. Segundo Ellen Lupton, designer, escritora e educadora norte americana, nos anos de 1920 a Bauhaus explorava o design através de elementos geométricos básicos, pois assim a linguagem seria compreensível para todas as pessoas do mundo, sendo não apenas a forma como um instrumento universal, mas o seu significado também (Lupton, 2009, p.8). Porém, não levavam em consideração que essas definições faziam parte de um arbitrário cultural dentro de uma sociedade que estipula convenções sociais.

Com isso, os funcionalistas enalteciam o desenvolvimento de soluções para tarefas objetivas ou racionais, priorizando os aspectos funcionais, onde a estética deveria se adequar às funcionalidades do objeto. Como os modernistas, se colocavam no sentido totalmente oposto do excesso decorativo e ideias subjetivas. De acordo com os funcionalistas, "(...) a beleza para ser produzida precisa de normas, procedimentos ou regras, tal como o emprego do grid ou malha perspectiva, pois afinal o objeto deve garantir a sua existência pelo seu valor de uso" (Cipiniuk, 2017, p.38).

Dessa forma, o uso de metodologias e técnicas lógicas dentro da Bauhaus foi o que iniciou esse movimento mitológico do trabalho do *Designer* solucionar de todos os problemas, já que para uma demanda lógica existiria um forma lógica que a solucionaria. Porém, é necessário colocar que o *Design* não pode ser colocado como uma ciência exata, pois é o resultado de

transformações históricas, políticas, econômicas e sociais, onde não existe uma fórmula exata para todos os problemas. Um grande exemplo é a própria Bauhaus, onde sua estrutura fazia sentido naquele momento histórico dentro da República de Weimar na década de 1920.

Ensinar a *Designers* esse pensamento do *Design* como uma ferramenta universal e atemporal é apenas a perpetuação de ensinamentos hegemônicos que atendem a necessidade de demandas da produção do sistema capitalista. Como define Iraldo Matias, “*as relações são determinadas pelo processo de produção e mais-valia, onde a especificidade capitalista de produção e satisfação das carências é universalizada, tornando-se parte da “essência humana”*”. (Matias, 2014, p.166). Sendo assim, seu trabalho se sobrepõe às vivências e experiências de determinados indivíduos ou comunidades sendo guiado pelo conceito básico de sabedoria única e universal empregado através da prática de metodologias criadas para conservar o mesmo sistema que foca apenas no acúmulo de capital e não no bem estar coletivo.

3 O que acontece no Brasil

A criação da ESDI em 1963 foi o marco histórico de legitimação para o desenvolvimento da prática e estudo oficial do Campo do *Design* no país, se afirmando como o principal curso de graduação superior na área em toda a América Latina. Desde a sua criação, as influências, referências, conceitos e teorias são advindos de pensamentos europeus, como por exemplo sua grade de disciplinas era baseada diretamente na da Bauhaus e da também alemã Ulm Hochschule für Gestaltung (HfG) (1946 - 1968), existindo docentes diplomados pela Escola na faculdade brasileira.

No primeiro momento não houve intenção de adaptar o currículo de disciplinas à realidade brasileira, se utilizando de conceitos e preceitos eurocêntricos e excluindo de sua grade curricular ou de qualquer fundamento as perspectivas e práticas brasileiras, pois a estrutura do país estava fundadas no colonialismo europeu. Assim, a escola se colocava mais interessada em se aproximar dos ideais dos colonizadores com a sua percepção de modernidade e tecnologia, do que refletir sobre o seu próprio momento no tempo e cultura. Para Lucy Niemeyer: “(...) a instalação de um curso de design, historicamente, tem vindo a reboque de uma proposta de industrialização, dentro de uma política de renovação” (Niemeyer apud Moraes, p. 31)

Com a ideia de padronização, seja através da aplicação de metodologias, da visão única em relação à perspectiva de cores e formas, ensinado para estudantes de *Design*, vem o conceito de universalidade e não é possível falar de universalidade sem falar de colonização epistemológica e cultural na América Latina, principalmente no Brasil. Esse processo se dá pelo o que Aníbal Quijano, sociólogo peruano, aponta como “Colonialidade do Saber”, colocando a noção de violência epistêmica e apontando o eurocentrismo como ponto chave para a reprodução da colonialidade:

A elaboração intelectual do processo de modernidade produziu uma perspectiva de conhecimento e um modo de produzir conhecimento que demonstram o caráter do padrão mundial de poder:

colonial/moderno, capitalista e eurocentrado. Essa perspectiva e modo concreto de produzir conhecimento se reconhecem como eurocentrismo. Eurocentrismo é, aqui, o nome de uma perspectiva de conhecimento cuja elaboração sistemática começou na Europa Ocidental antes de mediados do século XVII, ainda que algumas de suas raízes são sem dúvida mais velhas, ou mesmo antigas, e que nos séculos seguintes se tornou mundialmente hegemônica percorrendo o mesmo fluxo do domínio da Europa burguesa. Sua constituição ocorreu associada à específica secularização burguesa do pensamento europeu e à experiência e às necessidades do padrão mundial de poder capitalista, colonial/moderno, eurocentrado, estabelecido a partir da América (Quijano, 2005, p. 9).

A partir dessa visão que Quijano aponta, Luciana Ballestrin, coloca que a diferença colonial epistêmica é cúmplice do universalismo, sexismo e racismo, já que a partir do momento que se presume o conhecimento europeu como o marco zero da produção de conhecimento, pratica-se o epistemicídio, que é a destruição de conhecimentos, saberes e de culturas não-brancas e/ou ocidentais.

Essa dinâmica de sobreposição também é explicada pela noção de poder simbólico definido por Pierre Bourdieu ao se referir às dinâmicas de um campo de produção de bens simbólicos: “(...) esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (Bourdieu, 1987, pg.7 apud Souza, 2014). O sociólogo também coloca que os sistemas simbólicos, como ferramentas de conhecimento e de comunicação só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados dentro de um contexto e servem como instrumentos de dominação, pois impõem a ideologia dominante sobre a classe dominada. Então chega-se ao ponto da violência simbólica exercida pela prática do poder simbólico. Ele define:

Enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a ‘domesticação dos dominados.’ (BOURDIEU, 1989. p. 11).

Essas violências simbólicas que são praticadas pelos grupos sociais dominantes dentro do sistema simbólico perpassa pelo que Bourdieu coloca como *habitus*, ou seja, através da naturalização de conceitos, práticas e relações de interesse da classe dominante, se utilizando não apenas do poder do Estado ou do uso das violências físicas, mas também das produções de conhecimento e de discurso que são validadas pelos agentes de reprodução, através capital simbólico. Consideramos que o campo de Design se caracteriza como um campo de produção de bens simbólicos e onde observamos tais dinâmicas.

O mito do designer solucionador de problemas se coloca dentro da dinâmica de Colonialidade do Saber e de violência simbólica neste campo por reafirmar que o formato funcionalista europeu que propunha soluções racionais para problemas racionais caberia no mesmo formato para o contexto brasileiro. Com a ideia de modernidade, o *habitus* “*designiano*” brasileiro é consolidado diretamente pela ideia de criação e produção pelo olhar do Europeu e não pela perspectiva do seu próprio povo ou da sua própria história.

Com isso, as instituições de ensino propagam os modelos funcionalistas que não consideram toda a construção de objetos que não se enquadram em uma perspectiva eurocêntrica. Assim, se cria uma arbitrariedade dentro do Campo sobre o que é e o que não é design, colocando apenas aquilo que é aceito pela Acadêmica eurocêntrica como design e o que é feito pelo Outro, o que implica não só no valor simbólico, mas também no valor monetário, já que fazemos parte do sistema capitalista. Portanto, problematizar quem produz conhecimento, para quem produz conhecimento e em que contexto esse conhecimento é produzido, como coloca o sociólogo Boaventura Santos (2008), é essencial para se explicar - e não justificar - o ensino e a prática do Campo do Design até os dias de hoje.

4 Impactos na construção de *designers*

Ao considerar todo o ensino funcionalista *bauhasiano* da década de 1920 na prática nas Escolas de Design dos dias atuais no Brasil, colocamos falsas esperanças no papel do profissional de *Design*, pois este acredita que todas as fórmulas que se colocam na universidade serão essenciais e únicas para resolver todos os problemas propostos no ambiente de trabalho. Por isso, na Universidade se utilizam de metodologias como “Diamante Duplo”, criado em 2005 pelo Conselho Nacional do Reino Unido dentro da ideia de *Design Thinking*; as “5 camadas criadas” por Jesse James Garret - co-fundador da *Adaptive Path*, uma empresa de consultoria localizada no Vale do Silício nos Estados Unidos que tem como objetivo a aplicação de um método para a experiência do usuário; “*Scrum*” - *framework* de gerenciamento que as equipes utilizado pela *Amazon* e outras empresas, entre outras tantas metodologias que em cada projeto não conseguem se manter consistentes e que todos os dias são adaptadas para o contexto real ou só mantidas no papel para validação de outros e não como uma ferramenta efetiva.

Lembrando que quando falamos de profissionais do *Design*, nos referimos diretamente àquelas pessoas com nível superior completo, mas é possível pensar que dentro do Campo temos dois pólos que podem se sobrepôr em relação a prática diária do profissional do *Design* dentro do mercado de trabalho. O primeiro pólo é o que de fato acredita que o *Design*, através de metodologias eurocêntricas prontas, pode mudar o mundo independente de cultura ou região. Este não leva em consideração o princípio histórico e social do *Design*, sobrepondo seus conhecimentos e práticas acima de tudo. É o que Paulo Freire chama de “Invasor Cultural” em seu livro “*Pedagogia do Oprimido*”:

Desrespeitando as potencialidades do ser a que condiciona, a invasão cultural é a penetração que fazem os invasores no contexto cultural dos invadidos, impondo a estes sua visão do mundo, enquanto lhes freiam a criatividade, ao inibirem sua expansão. (...) Aos invasores, na sua ânsia de dominar, de amoldar os invadidos a seus padrões, a seus modos de vida, só interessa saber como pensam os invadidos do seu próprio mundo para dominá-los mais. (Freire, 1987, p. 87)

Muitas vezes, o *Designer* se coloca no lugar do opressor como um benfeitor, mas que na verdade reproduz discursos hegemônicos e coloniais, ignorando que faz parte da classe

trabalhadora explorada. Considerando que o objetivo do designer - conscientemente ou não - em alguns casos é solucionar o problema de alguma comunidade específica, através desta ação este se sente pertencente ao grupo dominando, e acaba realizando o objetivo de produção de mais-valias que saciam as expectativas e os cofres dos capitalistas.

Um bom exemplo é o Kit “Água Camelo”, criado por estudantes do curso de Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Universidade renomada na área. Trata-se de um equipamento composto por uma mochila, um filtro portátil de água e um suporte de parede, que tem como intuito levar água potável para pessoas em situação de vulnerabilidade. Porém, o custo da mochila é de R\$ 500 reais, não sendo acessível de fato para ninguém em situação de vulnerabilidade. Enquanto os estudantes acreditam estar de fato resolvendo um problema, esse produto não poderia chegar ao grupo que foi definido como público-alvo do projeto - pessoas em situação de rua, mesmo com doações. Com a ideia funcionalista, apenas se colocaram no papel de invasores culturais,, pois uma equipe de *designers* que não fazem parte do cotidiano daquela comunidade, viram um problema e sem noção do contexto e da realidade daquele grupo, construíram um produto que não é de fácil acesso para todos e que não tem previsão de expansão para toda região. No entanto, acreditaram que seriam eficientes distribuindo o produto apenas para algumas famílias testarem e acreditaram que a partir desse produto todo o problema seria solucionado. Cabe destacar que o problema real seria falta de saneamento básico e acesso à água, direitos básicos previstos na Constituição (1988), então na realidade seria uma questão de saúde pública. A ideia dos universitários se transformou em uma *startup* em Laranjeiras, zona sul do Rio de Janeiro, que atende as demandas de consumo do sistema e não a necessidade real da comunidade. Mas o designer, devido aos limites de sua atuação, não teria como a partir de seu projeto resolver o problema real.

O segundo pólo é do grupo de *designers* no mercado de trabalho que se frustram ao sair da Universidade, pois através da perpetuação do mito criam-se algumas falácias. Alguns exemplos da relação criada e a realidade prática são: a idealização da prática do *design*, que não se realiza dentro do mercado de trabalho; a defasagem do campo teórico, já que *designers* focam seus estudos em ferramentas digitais passageiras para acompanhar a demanda capitalista; a falta de definição do que é competência do trabalho de pessoas *designers*, pois com a pluralidade e multidisciplinaridade da área, é difícil definir de fato qual é o papel da pessoa *designer*; e a precarização do trabalho, já que por sua falta de definição deixamos à mercê do mercado definir nossos papéis, nossas entregas e até nossos salários como trabalhadores que vendem sua mão de obra. Alguns exemplos dessa dinâmica são as vagas de trabalho que pedem habilidades de 3, 4 até 5 áreas diferentes do *design* para um único profissional, como por exemplo: *Product Design*, Ilustração, *Motion*, *Design* Gráfico e Edição de Vídeo, com o valor de remuneração de apenas uma área de *expertise*; além das altas cargas de trabalho, exigindo do profissional desde uma publicação para mídias sociais à livros, objetos físicos e plataformas digitais.

Com isso, é necessário questionarmos as nossas práticas para além do modelo capitalista de produção, já que dessa revisão crítica do Campo emerge uma das principais questões que seria o Design como um trabalho coletivo e a prática como indispensável para a sociedade, como coloca Cipiniuk:

O design, para ser exercido de modo eficaz, precisa ser aprendido, mas não para atender uma demanda da ideologia comercial, mas para que seja uma prática humanizadora. É preciso, portanto, ensino e longo treinamento, assim como capacitação teórica, leituras e bagagem cultural. Não basta seguir protocolo com etapas e procedimentos. (Cipiniuk, 2017, p. 92)

Por fim, se utilizar de metodologias e procedimentos pré definidos que não fazem parte da realidade do país, limita e mina o trabalho de *designers* de diversas áreas. Romper com a ideia funcionalista de solução de problemas através de uma métrica pré definida é romper com a violência epistemológica sofrida desde a chegada dos europeus ao Brasil. Propor novas perspectivas, novas formas de fazer *Design* é essencial para criarmos uma prática além do sistema massivo capitalista.

5 Novas perspectivas

Para pensarmos em novas perspectivas para o trabalho do designer é preciso desafiar o próprio passado moderno violento do *Design* e se colocar na movimentação da reestruturação do Campo, arquitetando uma perspectiva humanista e isso só é possível com uma compreensão decolonial.

A Decolonialidade é o questionamento radical e a busca de superação das mais distintas formas de opressão cometidas pela modernidade/colonialidade contra as classes e grupos sociais subalternos, sobretudo das regiões colonizadas e neocolonizadas pelos europeus, nos planos do existir humano, das relações sociais e econômicas, do pensamento e da educação (Mota Neto, 2016, p. 44 apud Batista & Carvalho, 2020).

A desumanização, consequência do processo histórico da modernidade de exploração, vem trazendo à tona questionamentos e novas concepções atreladas ao design, ordenando a visão e a prática do design para a transformação social. Como coloca Sâmia Batista na roda de conversa "Especulações sobre design e decolonialidade" desenvolvida pelo Laboratório de Design e Antropologia da ESDI, feita através de plataforma online: "(...) esses exercícios vêm originando revisões críticas ao eurocentrismo no campo do design, a atualização de teorias e métodos e abrindo espaço para a expressão de outras formas de expressão projetual, que foram historicamente subalternizadas". Com isso, ela continua pontuando:

(...) uma vez que o Sul é diverso, as outras formas de pensar e praticar o design não são entendidas enquanto modelo único, e essa diversidade pode se constituir enquanto abordagem ontológica que venha a contrapor a tradição antropocêntrica do pensamento único.

Na prática do Campo do *Design*, entendemos que descolonizar o Campo é contrapor a ideia imposta pela modernidade, recusar operar em todo formato de exploração, deste modo será possível denominar o design como um agente decolonial. Na realização cotidiana, alguns exemplos se dão pelo questionamento sobre as ferramentas, processos e tecnologias, sobre a

nova abordagem de referência simbólica através da inclusão imagética de grupos tratados de forma subalterna em produtos, propagandas e peças publicitárias e sobre novas referências de quem faz e quem não faz *Design*.

Por fim, o mais importante, seria repensar o ensino e a pesquisa de design como uma frente de mudança, pois como coloca Sâmia Batista, "é preciso reconhecer a universidade como um espaço colonizado e colonialista, pois ela se embasa e reforça as relações de poder" (YOUTUBE, 2022). Isso se dá através da escolha de temas a serem discutidos nas salas de aula, as referências teóricas eurocêntricas e o descarte de conhecimentos que não sejam dominantes, como por exemplo conhecimentos dos povos originários. Portanto, a mobilização entre a comunidade para humanizar, politizar o pensar e fazer *Design*, além de reconhecer o *Design* como ferramenta de transformação nos trará maior conscientização e autonomia.

6 Conclusão

Este artigo teve como objetivo questionar a perpetuação do mito do design solucionador de problemas com o intuito de emergir problemas que estruturam nossa prática e a nossa teoria. Consideramos que é comum no campo que se deseje viver com a ilusão de que o designer solucione e tenha o controle do processo, como coloca Cipiniuk:

É, em parte, compreensível, que a maioria dos *designers* de fato acreditem, ou escolham se apegar a essa ilusão de que temos algum controle ou poder efetivo sobre aquilo que fazemos, e também que nossa prática atenda a demandas de usuários necessitados, e não que essas demandas são, na verdade, criadas por quem detém o poder financeiro. Particularmente, é difícil assumir que atuamos para perpetuar a barbárie que é o sistema de produção capitalista industrial. (Cipiniuk, 2017, p.13)

Com isso, parece natural tomar um tempo para a reflexão de tudo que foi colocado, não com uma visão de pessimismo e de derrota, mas sim com a esperança e animação de novas formas de pensar e fazer *design*. Refletir de onde nós viemos é essencial saber para onde queremos ir.

Por fim, reformular a crença em tal mito e ter a consciência de que não solucionamos todos os problemas do mundo, na realidade, tira um peso de nossas costas, não só como *designers*, mas como pessoas também, pois não é algo humanamente possível. A abordagem do trabalho do designer aqui apresentada abre novas perspectivas e caminhos para uma nova estrutura que não seja baseada na violência epistemológica, mas sim na construção plural, decolonial, colaborativa e humanista do Campo.

7 Referências

Ballestrin, L. (2013) América Latina e o Giro Decolonial. *Revista Brasileira de Ciência Política*, (11), 89–117. <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/2069>.

Batista, S. & Carvalho, R. (2020) Design e decolonialidade: fundamentos, debates e rupturas. *Arcos Design*, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, pp. 6-25. <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2020.69742>

Bourdieu, P. (2005). A economia das trocas simbólicas. *Editora Perspectiva*. 6ª Ed. São Paulo.

Cipiniuk, A (2017). Design - O livro dos porquês. , *Editora Reflexão*. 1ª Ed. Rio de Janeiro.

Cipiniuk, A (2017). O Campo do Design e a Crise do Monopólio da Crença. Blucher. 1ª Ed. São Paulo.

Cipiniuk, A. & Vieira, N (2021). A prática do design e seus mitos: um convite à reflexão crítica. *Revista Tamanduá*, Rio de Janeiro.

ESDI, LaDA (2020), LaDA Live 7 - Especulações sobre design e decolonialidade. *Youtube*,
<https://www.youtube.com/watch?v=OathCSPdlOc>

Freire, P. Pedagogia do Oprimido (1987). Paz e Terra. 17ª Ed: Rio de Janeiro.

Forty, A. (2007). Objetos de Desejo: Design e Sociedade desde 1750. *Cosac Naify*. São Paulo.

Quijano, A. (2005) A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Lima, J. (2003) Mochila filtradora leva água potável para famílias vulneráveis. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2021/06/14/mochila-filtradora-leva-agua-potavel-para-familias-vulneraveis.htm>.

Lupton, E. & Miller, J. (2008). ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a Teoria do Design. *Cosac Naify*.

Lupton, E; & Phillips, J. (2015). Novos Fundamentos do Design. *Cosac Naify*, 2. ed.

Matias, I.(2014). Projeto e revolução: do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design. *Editoria Em Debate/UFSC*.

Mito. In: Michaelis, (2015) *Dicionário Online de Português*. Disponível em:
<<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/mito/#:~:text=1%20Hist%C3%B3ria%20fant%C3%A1stica%20de%20transmiss%C3%A3o,%3B%20f%C3%A1bula%2C%20lenda%2C%20mitologia>>. Acesso em: 24/03/2020.

Moraes, D.(2006). Análise do Design Brasileiro: Entre mimese e mestiçagem. *Editora Blucher*. 1ª Ed.

Santos, B. (2006). A gramática do tempo: para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez, 2008.

Spivak, G.(2014). Pode o Subalterno falar? *Editora UFMG*. 2ª Ed.

Souza, A; & Arruda, G.; Rumaquella, M.;& Silva, J.; & Menezes, M,; & Landin, P;& Santos,, A.; Santos, J. O manifesto da bauhaus e sua contribuição para a metodologia de ensino do design atual. *Congresso de pesquisa em Design*. 10-12 out/oct 2009. ISSN 2175-0289.

Cipiniuk. A. Vieira. Nina.

8 Autores

Talita Viegas, Bacharel em Comunicação Visual - Design / Mestranda em Design. PGD da Universidade Federal do Rio de Janeiro,, Brasil <gviegastalita@gmail.com>

Fátima Finizola, Doutora em Design. PPGD da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil <fernanda@eba.ufrj.br>