



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

PROTAGONISMO FEMININO NO DESIGN BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO?

Análise nos segmentos de design gráfico e de produto entre os anos de 2015 e 2019

RAQUEL BOSSO ROMANO

BAURU

2021

RAQUEL BOSSO ROMANO

PROTAGONISMO FEMININO NO DESIGN BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO?

Análise nos segmentos de design gráfico e de produto entre os anos de 2015 e 2019

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design (PPGDesign), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Campus de Bauru, como exigência ao Título de Mestre em Design – Área de Concentração: Desenho do Produto, Linha de Pesquisa: Planejamento de Produto.

Orientadora:
Profa. Dra. Mônica Cristina de Moura

BAURU

2021



Este trabalho foi desenvolvido no âmbito do Laboratório de Pesquisa em Design Contemporâneo e do Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos, cultura.

R759p Romano, Raquel Bosso
Protagonismo feminino no design brasileiro contemporâneo? :
análise nos segmentos de design gráfico e de produto entre os anos de
2015 e 2019 / Raquel Bosso Romano. -- Bauru, 2021
89 p. : tabs., fotos

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Mônica Cristina de Moura

1. Design. 2. Design contemporâneo brasileiro. 3. Feminismo. 4.
Protagonismo feminino. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

BANCA DE DEFESA

Profa. Dra. Mônica Cristina de Moura

Orientadora e Presidente da Banca (PPG Design/UNESP)

Profa. Dra. Fernanda Henriques

Membro Interno (PPG Design/UNESP)

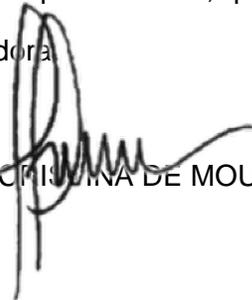
Pra. Dra. Raquel Noronha

Membro Externo (PPG Design/UFMA)

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE RAQUEL BOSSO ROMANO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 27 dias do mês de agosto do ano de 2021, às 14:30 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de RAQUEL BOSSO ROMANO, intitulada **PROTAGONISMO FEMININO NO DESIGN BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO? Análise nos segmentos de design gráfico e de produto entre os anos de 2015 e 2019**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Prof.^a Dr.^a MONICA CRISTINA DE MOURA (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / FAAC/UNESP/Bauru, Prof.^a Dr.^a FERNANDA HENRIQUES (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / FAAC/UNESP/Bauru, Prof.^a Dr.^a RAQUEL GOMES NORONHA (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / UFMA. Após a exposição pela mestrande e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora

Prof.^a Dr.^a MONICA CRISTINA DE MOURA



DEDICATÓRIA

Dedico a minha família e amigos, em especial meus pais José Alexandre e Ivonete e minhas irmãs Giovana e Sophia, por me apoiarem desde o início desta jornada.

Ao Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo, por sempre motivarem esta pesquisa, aprofundando questões referente ao design e a sociedade. Também a todas as pesquisadoras e pesquisadores, professoras e professores que dedicam a sua vida e inspiração pela ciência, sobretudo nesse momento pandêmico e tão desafiador que nos encontramos.

Dedico também a todas as mulheres designers, profissionais e pesquisadoras que abriram o caminho e me inspiraram constantemente nesse trabalho e na minha trajetória profissional.

Dedico em especial, ao meu querido e eterno amigo Luiz Galassi (*in memoriam*), por todo o companheirismo e amizade. Saudades infinitas!

*“Histórias importam. Muitas histórias importam.
As histórias tem sido usadas para expropriar e
caluniar. Mas histórias podem também ser
usadas para empoderar e humanizar.”*

(Chimamanda Ngozi Adichie, 2009)

RESUMO

A desigualdade entre gêneros é um grave problema e uma questão de relevância social e política que, cada vez mais, ganha espaço e gera a necessidade de desenvolvimento de pesquisas científicas a esse respeito, uma vez que são escassas as publicações sobre a história e o protagonismo feminino em diversos campos do conhecimento. Fato que se repete na área do design, diante das desigualdades de gênero presentes em nossa sociedade, faz-se necessária a investigação de como essas questões transcorrem para a área. As inquietações que nortearam a pesquisa dizem respeito ao ínfimo protagonismo feminino registrado na história do design, as relações estabelecidas entre o design e os estudos feministas e como esses temas reverberam no resultado das premiações da área no cenário brasileiro. Dessa forma, este estudo visa fornecer um panorama acerca da relação entre design contemporâneo e feminismo presente na bibliografia da área, como também a investigação e o questionamento a respeito da equidade de gênero existente nas premiações de design brasileiro. Portanto, consiste em uma pesquisa descritiva com a aplicação de métodos de análise qualitativos e quantitativos e a realização da pesquisa bibliográfica, análise documental e o estudo de caso. Este ocorreu em duas das principais premiações da área no Brasil, a Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG (Associação de Designers Gráficos no Brasil), entre os anos de 2015 e 2019, e o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, nos anos de 2017, 2018 e 2019. Os referenciais teóricos utilizados abrangem a teoria do design contemporâneo, suas relações com a filosofia e a sociologia, bem como seu papel político e social. O estudo nos permitiu compreender as distintas formas em que a desigualdade de gênero se apresenta na área, tanto na história escrita quanto na prática, por meio da divisão sexual do trabalho e da reprodução de estereótipos de gênero nos produtos do design. Durante a investigação das premiações, foi possível notar o aumento da presença feminina no decorrer dos anos ocupando esses espaços, apesar da predominância de nomes masculinos. Com esta pesquisa, pretendemos proporcionar uma compreensão mais plural da realidade da área e salientar a necessidade de pesquisas que aprofundem as lacunas realçadas pelos estudos feministas na área do design contemporâneo.

Palavras-chave: Design; Design Contemporâneo Brasileiro; feminismo; protagonismo das designers.

ABSTRACT

Gender inequality is a serious problem and a matter of social and political relevance that, increasingly, is gaining ground and generating the need for scientific research development about this theme, since publications on the history of female protagonism are scarce in various fields of knowledge. In the design area it's not different, this fact repeats itself. Due to gender inequalities present in our society, it is necessary to investigate how these issues take place in the area. The concerns that guided this research are about the tiny female protagonism recorded in the history of design, the relations established between design and feminist studies and how these themes reverberate in the result of the awards in the area in the Brazilian scenario. Thus, this study contemplates an overview of the relationship between contemporary design and feminism present in the area's bibliography, as well as the investigation and questioning about gender equality existing in Brazilian design awards. Therefore, this work consists of exploratory research with the application of qualitative and quantitative analysis methods and the realization of bibliographical research, document analysis and case study. The case study refers to two of the main awards of Design in Brazil, the "ADG Brazilian Graphic Design Biennial" (Association of Graphic Designers in Brazil), between 2015 and 2019, and the "Museu da Casa Brasileira" Design Award, in 2017, 2018 and 2019. The theoretical references used cover the theory of contemporary design, its relations with philosophy and sociology, as well as its political and social role. The study allowed us to understand the different ways in which gender inequality presents itself in the area, both in written history and in practical ways, such as the sexual division of labor and the reproduction of gender stereotypes in design products. During the investigation of the awards, it was possible to notice the increase of female presence over the years occupying these spaces, despite the predominance of male names. With this research, we intend to provide a more plural understanding of the area's reality and highlight the need for research that deepens the gaps found by feminist studies in the field of contemporary design.

Keywords: Design; Contemporary Brazilian Design; feminism; protagonism of designers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Jessie Telfair, “Freedom” quilt (1980)	42
Figura 02: The Pink and Blue Projects (2015-atual)	50
Figura 03: Philips Beauty Set (anos 1970)	52
Figura 04: Philip Shaver (1939)	53
Figura 05: Propaganda barbeador Philishave da Philips (anos 1970)	53
Figura 06: Epel (anos 1940) e Dormeyer (anos 1950)	55
Figura 07: Propagandas das Marcas Mr. Músculo (2015) e FastShop (2016)	56
Figura 08: Faixa etária dos associados ICSID e Icograda	60
Figura 09: Cargo dos Associados ICSID e Icograda	61

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Relação dos principais autores adotados na fundamentação.....	20
Quadro 02: Procedimentos de pesquisa.....	25
Quadro 03: Número de destaques por categoria 2017-2019 (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	70
Quadro 4: Número de integrantes por categoria 2017-2019 (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	71
Quadro 5: Número de premiados por categoria 2017-2019 (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	74
Quadro 6: Número de jurados por categoria 2017-2019 (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	78

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Total de autores por ano (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	67
Gráfico 02: Total de autores por categoria no ano de 2015, 2017 e 2019 (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	68
Gráfico 03: Número de destaques por ano (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	70
Gráfico 04: Número de integrantes em equipe por ano Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	72
Gráfico 05: Número de jurados por ano (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)	73
Gráfico 06: Número total de premiados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	75
Gráfico 07: Número total de premiados na primeira, segunda e terceira colocação (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	76
Gráfico 08: Número total de menções honrosas e projetos selecionados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	77
Gráfico 09: Número total de jurados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)	78

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	14
1.1. Apresentação	14
1.2. Caracterização do problema	16
1.3. Hipóteses	18
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo geral	18
1.4.2 Objetivos específicos:	18
1.5. Referencial teórico	19
1.6. Método adotado	20
1.6.1. Revisão da literatura	21
1.6.2. Análise documental.....	21
1.6.3. Estudo de caso	22
2. DESENVOLVIMENTO	26
2.1. Design contemporâneo e a responsabilidade social	26
2.2 Design e feminismo	31
2.2.1. O movimento feminista	31
2.2.2. Feminismo contemporâneo	33
2.3. Design e feminismo: revisão bibliográfica	36
2.3.1. Reconhecimento histórico e protagonismo feminino	37
2.3.2. Reconhecimento de mulheres negras na história do design	41
2.4. Design e gênero: revisão bibliográfica	44
2.4.1. Gênero.....	44
2.4.2. Divisão sexual do trabalho no design	47
2.4.3.. Reprodução de estereótipos de gênero.....	49
3.5. Cenário da área e associações de design: análise documental	58

2.6. A relevância das premiações	63
2.7. Premiações analisadas	64
2.7.1. Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil	64
2.7.2. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.....	65
3. RESULTADOS	67
3.1. Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG	67
3.1.1. Autoria	67
3.1.2. Destaques	69
3.1.2. Integrantes da equipe	71
3.1.3. Jurados	73
3.2. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira	74
3.2.1. Total de premiados.....	74
3.2.2. Colocações	75
3.2.3. Jurados	78
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS	85
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	89

1. INTRODUÇÃO

1.1. Apresentação

O design brasileiro, assim como tantas outras áreas de produção criativa e de conhecimento, não atribuiu a importância e valorização devida ao papel e às ações das profissionais mulheres. Fato que pode ser notado na narrativa principal da história da área, na qual são ínfimas as citações femininas e são aparentes os impasses vivenciados pelas designers. A dificuldade de encontrar referências femininas e de alcançar informações mais detalhadas sobre suas contribuições foi o ponto inicial deste tema de pesquisa.

Diante dessa inquietação, foi desenvolvido, no ano de 2018, um trabalho de conclusão de curso (TCC) em Design de Produto, em conjunto com a aluna Helena Bamberg sob a orientação do Professor Doutor Dorival Rossi, do departamento e curso de Design da FAAC, UNESP, Campus de Bauru. A monografia abordou principalmente o mercado de trabalho para as mulheres brasileiras que exerciam funções relacionadas ao design. Foram entrevistadas dez mulheres entre 25 e 74 anos que, na fase da pesquisa, estavam em distintos momentos da carreira, algumas recém-formadas e outras encerrando a vida profissional, e atuavam em diferentes áreas do design, tais como: moda, automotivo, tecnologia, academia e tipografia. Entre elas estavam: Beatriz Matos (designer, atuava na área de UX Design focado na experiência do usuário em aplicativos e web), Carolina Vatiekunas (designer com experiência na área de design automotivo), Caroline Gomes (designer e artista com atuação profissional no coletivo Boitatá), Elaine Gatto (engenheira de computação com atuação profissional na área de programação), Fernanda Henriques (diretora da FAAC, UNESP, professora e pesquisadora em Design na FAAC), Lucy Niemeyer (designer, professora aposentada da ESDI, UERJ, Rio de Janeiro), Mariana Paiva (estudante de Design da FAAC e era, na época, designer de criação da marca Chica Brasil), Mônica Moura (designer, professora e pesquisadora em Design na FAAC), Paula Landim (arquiteta, professora e pesquisadora em Design na FAAC) e Rita Wu (arquiteta e designer, atuava no movimento *maker* e tecnologia digital).

As entrevistas trataram de temas como as opressões vivenciadas pelas mulheres no ambiente de trabalho, escassos cargos de liderança e chefia ocupados por nomes femininos, as distintas exigências com relação ao gênero no trabalho, falta de referências femininas e ofuscamentos históricos, além da relevância do apoio entre as profissionais e das referências

como forma de incentivar jovens profissionais. Um dos resultados da pesquisa do TCC foi o site Projeto D.elas: Design por Elas (<https://projotodelas.wixsite.com/designporelas>). Nele são apresentadas a rede concebida entre as mulheres entrevistadas e as referências que foram citadas durante as entrevistas. Em todas as nossas conversas, solicitávamos às entrevistadas que falassem sobre mulheres da área as quais admiravam, conheciam ou recomendavam, e, a partir desses nomes, criamos, entre todas as mulheres, uma rede que se desenrolou em diversas conexões.

Após a apresentação e conclusão do Projeto D.elas, ficou evidente que a problemática que envolve a falta de citações femininas na história do design engloba diversos outros aspectos. E a busca pela compreensão dessas desigualdades resulta em relações como o design e o feminismo. Os estudos feministas apontam para as inúmeras dificuldades vivenciadas por mulheres que carecem de superação, tais obstáculos transcorrem para o universo do design, decorrendo nos estudos feministas uma poderosa crítica tanto à história da área quanto à sua prática.

Assim, o principal objetivo deste estudo é fornecer não apenas uma visão geral acerca da relação entre design e feminismo na contemporaneidade, mas também a investigação e o questionamento a respeito da equidade de gêneros nas premiações de design brasileiro. Para isso, foi realizada a pesquisa bibliográfica, a análise documental e o estudo de caso que ocorreu em dois dos principais eventos nacionais da área, a Bienal de Design Gráfico da Associação dos Designers Gráficos (ADG) e o Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira nas edições relativas aos anos compreendidos entre 2015 e 2020. A investigação sobre as discussões existentes entre design e feminismo, bem como a questão da equidade entre os gêneros, é o foco desta pesquisa no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Design da UNESP Bauru.

A pesquisa se fundamenta em teóricos do design contemporâneo e também em uma escrita literária e bibliográfica que discutem aspectos do feminismo, gênero e história das mulheres. O Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura teve papel importante no desenvolvimento da pesquisa devido às discussões acerca da atuação do design no contemporâneo, bem como seu papel político e social, fomentando as investigações a respeito das relações entre a área e o feminismo. Acreditamos que esse diálogo pode contribuir para a legitimação do reconhecimento da importância das mulheres no design. Visto que o design contemporâneo evidencia o cotidiano de nossa sociedade, resgata formas que evoquem a questão social; somando design a outros campos de conhecimento. Também tem potencial de atuar como ferramenta para soluções de problemáticas que emergem, entre elas, as questões de igualdade entre os gêneros.

Para tanto, é necessário o aprofundamento nos estudos feministas, bem como de suas lutas e conquistas ao longo das décadas. Também ressalto, o curso “A (in)visibilidade das mulheres no design” disponibilizado pela UTFPR (Universidade Tecnológica Federal do Paraná), ministrado pelas professoras e mestres Lindsay Cresto e Lindsay Maureen, que estimulou diversos debates e questionamentos importantes para esta pesquisa.

A partir da fundamentação teórica, pudemos observar as principais vertentes de estudo do tema, como o ofuscamento histórico de mulheres da área, a dificuldade de ascensão e reconhecimento na carreira, a divisão de áreas do design entre os gêneros e a reprodução de estereótipos de gênero presentes nos projetos dos profissionais. A análise documental possibilitou a apuração de ações por parte das associações da área ou de projetos pessoais que se relacionassem com a questão da pesquisa. Portanto foi possível relacionar as análises anteriores com os resultados obtidos no estudo de caso das premiações de design do Brasil.

Esta pesquisa possui o financiamento do Programa de Excelência Acadêmica da Pró Reitoria de Extensão – PROEX/UNESP, concedido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

1.2. Caracterização do problema

As inquietações que norteiam essa pesquisa são: como o protagonismo feminino é registrado no design brasileiro? Quais foram as relações estabelecidas entre o design e os estudos feministas que contribuem como crítica às desigualdades vivenciadas pelas mulheres no design? Essas questões reverberam no resultado das premiações da área no Brasil?

Esses questionamentos emergem da compreensão da desigualdade de gênero existente na sociedade e que se apresenta nos âmbitos econômico, político, educacional e cultural. O movimento feminista que desponta ao final do século XIX torna esse debate público e evidencia as diferenças impostas entre homens e mulheres. Na atualidade, as mulheres ainda exercem a maior parte do trabalho não remunerado e das tarefas domésticas, detêm baixa participação em cargos políticos, são maioria nos casos de violência doméstica e muitas vezes não possuem autonomia nas decisões sobre o próprio corpo. Esse fenômeno das diferenças estabelecidas entre os gêneros incide de forma cruel na vida das mulheres e de maneira muito distinta, devido às diferentes experiências e vivências de cada uma que divergem de acordo com classe social, etnia e orientação sexual, sucedendo em desigualdades de poder, de acesso, de liberdade de escolha, reconhecimento, entre tantas outras.

De acordo com o Fórum Econômico Mundial, no ano de 2019, o Brasil ocupou o 130º lugar entre 153 países em uma pesquisa que analisou a igualdade salarial entre homens e mulheres que desempenham trabalho semelhante. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) de 2017 também informam que as mulheres ocupam apenas 10,5% dos assentos na Câmara dos Deputados. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil é o quinto país do mundo em número de feminicídios. Como o design está inserido nesse contexto, a desigualdade de gênero se transpõe para o universo da área. Dessa forma, faz-se necessário o estudo acerca dos autores que têm abordado o tema, a fim de compreender, avaliar, discutir e refletir iniciativas que visem à transformação desse cenário.

Estudar as mulheres no design é fruto de uma mudança no movimento feminista que se fortaleceu na Academia. A escrita literária e a bibliografia acadêmica produzida por mulheres, por muito tempo, receberam pouca atenção. O feminismo passa a produzir literatura feminista e demandar a recuperação da história das mulheres, ocasionando pesquisas nas mais diversas áreas que visam incorporar esses assuntos.

O mesmo movimento ocorre na área do design, que começa a produzir uma bibliografia fundamental com abordagem feminista de diversos recortes e direcionamentos. Estes constituem um registro de desigualdades vivenciadas pelas mulheres na área, como a relegação ao segundo plano na história do design, as poucas citadas aparecem subjugadas sob o nome do marido, amante, pai, irmão, professor, reafirmando as relações de poder. A atuação feminina também costuma receber mais destaque nos segmentos de design considerados e reconhecidos pelo pensamento prevalecente como áreas mais “femininas”, “delicadas” que são inseridas e aceitas no contexto do universo doméstico, tais como a área têxtil, moda, superfície, interiores.

O estudo de caso aplicado nesta pesquisa buscou compreender se esse fenômeno se repete no cenário das premiações da área de design de produto e design gráfico no Brasil, visto que as premiações são para a área uma fonte de visibilidade e reconhecimento aos profissionais envolvidos e selecionados, porém a bibliografia analisada aponta para um cenário de desigualdade e forte predomínio masculino também nesses ambientes. Essas indagações são analisadas durante o estudo de caso que foi aplicado na Bienal Brasileira de Design Gráfico da Associação dos Designers Gráficos (ADG) nos anos de 2015, 2017 e 2019 e no Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira nas edições relativas aos anos compreendidos entre 2017 e 2019.

Entendemos que o âmbito do design contemporâneo não é estático e o design evidencia o cotidiano de nossa sociedade, bem como suas contradições e desigualdades. Diante dessas questões, passa a resgatar formas que evoquem a questão social para repensar a área. Somando o design e outros campos de conhecimento, o design contemporâneo procura soluções para

transformações sociais, entre elas, as questões de igualdade entre os gêneros. Para isso, é necessário o conhecimento dos estudos feministas, bem como de suas lutas e conquistas ao longo das décadas. O diálogo entre o design contemporâneo e o feminismo pode contribuir para a legitimação do reconhecimento da importância das mulheres no design; a partir de processos de conscientização da área, pode ser capaz de tensionar padrões de opressão e colaborar para uma historiografia e atuação de design mais justa.

1.3. Questão de pesquisa

- A existência de desigualdades de gênero na profissão de design se reflete nas premiações da área?
- Existem possibilidades de diálogos entre o design contemporâneo e os estudos feministas?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo geral

Abordar as relações design e feminismo na contemporaneidade a partir do enfoque do protagonismo feminino e dos questionamentos da equidade de gêneros no design brasileiro nos segmentos de design gráfico e de produto analisando eventos de premiação compreendidos entre os anos de 2015 e 2019.

1.4.2. Objetivos específicos:

- Investigar as relações entre os estudos feministas e o design brasileiro contemporâneo a partir de pesquisa bibliográfica (livros, capítulos, artigos científicos, teses); documental (jornais, revistas, sites, redes sociais) e estudos de caso (seleção de premiações brasileiras de design).

- Verificar se as mulheres designers assumem o papel de protagonistas no design brasileiro contemporâneo, segmentos gráfico e de produto, a partir dos levantamentos sobre a participação feminina na Bienal Brasileira de Design Gráfico da Associação dos Designers

Gráficos (ADG) e no Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira (MCB) nas edições relativas aos anos compreendidos entre 2015 e 2019.

- Analisar criticamente a participação, atuação e as premiações das mulheres designers averiguando o protagonismo e a equidade entre gêneros por meio de estudo e análises comparativas mistas (qualitativas e quantitativas).

1.5. Referencial teórico

O referencial teórico está embasado em autores que discorrem sobre teorias e fundamentos do design na contemporaneidade, ampliando a questão social da área. Reuniram-se também autores que discutem as relações entre design e feminismo, abordando as principais vertentes dessa pauta. O quadro a seguir apresenta os autores fundamentais, sua área de conhecimento e as principais contribuições para o desenvolvimento desta dissertação.

Como esta pesquisa aborda o protagonismo feminino no design, adotou-se o procedimento de tratar por nome e sobrenome sempre que forem introduzidas pessoas do gênero feminino no discurso ao serem citadas de modo direto. Esta atitude tem como finalidade promover o reconhecimento das mulheres intelectuais e acadêmicas dos assuntos considerados, além de evidenciar a predominância de citações femininas nesta pesquisa.

Quadro 01: Relação dos principais autores adotados na fundamentação

Autores	Área	Contribuições
Bonsiepe (2011)	DESIGN	<i>Teoria do design; questão social;</i>
Bomfim (1997/1999)		
Margolin (1995/2006)		
Rachel Cooper (2005)		
Cheryl Buckley (1986/2020)		<i>Teoria do design; design e feminismo;</i>
Giselle Safar & Marcelina Almeida (2014)		
Katherine Mccoy (2018)		
Margaret Bruce (1990)		
Mônica Moura (2010/2020)	SOCIOLOGIA	<i>Teoria do design; design social; design contemporâneo;</i>
Bell Hooks (2015/2020)		
Branca Alves & Jacqueline Pitanguy (1985)		<i>Teoria do feminismo;</i>
Mills (2009)		
Raewyn Connell & Rebecca Pearse (2015)		
Joan Scott (1986/1992)	HISTÓRIA	<i>O designer;</i>
Margareth Rago (1996)		
		<i>Questões de gênero;</i>
		<i>História das mulheres; questões de gênero;</i>
		<i>Movimento feminista na contemporaneidade.</i>

Fonte: Elaborado pela autora.

1.6. Método adotado

Esta é uma pesquisa descritiva que envolve revisão bibliográfica, análise documental e estudo de caso. O método adotado possui caráter misto, abrangendo a abordagem qualitativa e quantitativa, também denominadas como quali-quanti.

O universo da pesquisa envolve as experiências de mulheres na área do design. Vale ressaltar que a bibliografia analisada aborda majoritariamente as mulheres brancas e cis. Para a amostra utilizada no estudo de caso das premiações de design, a categoria mulher foi definida a partir dos nomes socialmente ligados ao feminino. O levantamento do estudo de caso não se aprofundou nos diferentes tipos de identidade de gênero, podendo ocorrer entre esses nomes mulheres cis, trans, pessoas não binárias, agêneras ou não conformes de gênero. Também não foi aprofundada a que grupo étnico ou racial esse grupo de mulheres pertencia. Todavia, para a

pesquisa, os nomes foram divididos em apenas duas categorias, nomes femininos ou masculinos.

1.6.1. Revisão da literatura

Nesse momento, foram utilizados como materiais de pesquisa livros, artigos de anais e periódicos, artigos de jornais e revistas de grande circulação, buscando ampla cobertura dos estudos que envolvem o design contemporâneo e o feminismo. Devido ao tema ainda emergente, atribuiu-se grande valor às indicações bibliográficas feitas em artigos ou livros disponíveis que abordavam a questão de pesquisa.

A investigação se deu em bases de dados como: Periódicos Capes, Scielo, Scopus e Google Acadêmico, aplicando-se as principais *strings* de busca: “*design feminism*”, “*women design*”. Na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), procedeu-se à consulta de trabalhos publicados entre 2010 e 2019 a fim de analisar a densidade e o crescimento das pesquisas brasileiras em design e áreas correlacionadas sobre os temas que envolvem este trabalho. Foram utilizadas as *strings* de busca: “design feminismo”, “design feminista”, “mulher design” e “mulheres designers”. A pesquisa na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações utilizando as *strings* de busca referentes ao design e feminismo ou mulheres no design resultou em nove teses e dissertações. A primeira delas foi no ano de 2004. Porém as primeiras publicações nesse sentido abordavam a ergonomia dos calçados femininos e estudos com mulheres para estamparia de tapetes, ocorrendo somente em 2017 e 2018 iniciativas que tratavam de design, gênero e feminismo. Com relação à busca nas bases de dados, foram selecionados por volta de dez artigos, excluindo as repetições, que tratavam da temática da mulher e do design consoante com o objetivo desta pesquisa. Atentando-se às referências bibliográficas indicadas nesses artigos, pudemos ampliar nossos resultados.

Nos critérios de inclusão e qualificação dos artigos encontrados, após a leitura do título e resumo dos artigos, foram selecionados aqueles que estavam afinados com o objetivo da pesquisa. Também utilizamos os critérios de quantidade de citações dos artigos e o fator de impacto da revista em que estavam publicados para a seleção. Os artigos provenientes dessa fase foram documentados e armazenados.

1.6.2. Análise documental

A pesquisa documental foi feita de forma on-line, por meio de sites, canais do YouTube, podcasts e redes sociais, como Instagram e Facebook. Nessa fase, o principal objetivo foi investigar iniciativas de associações de design nacionais e internacionais, também iniciativas independentes e projetos pessoais que possuíssem como tema principal a relação da mulher com o design no âmbito profissional.

Selecionamos as seguintes associações no âmbito internacional: o conselho fundado em Londres, Icoграда ou ico-D (International Council of Design / Conselho Internacional de Associações de Design Gráfico), WDO (World Design Organization/ Organização Mundial de Design) fundado em Paris, AIGA (The Professional Association for Design) fundada nos Estados Unidos. As associações do âmbito nacional foram: ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos no Brasil), ADP Brasil (Associação de Designers de Produto no Brasil) e ABEDESIGN (Associação Brasileira de Empresas de Design), todas com base no estado de São Paulo. Buscamos nos principais canais de comunicação dessas organizações ações que tratassem sobre as mulheres e a área do design.

Demais projetos e iniciativas nesse sentido foram encontrados por meio de buscas no Instagram, Facebook e plataformas de podcasts. Foi possível identificar grupos como Ladies, Wine & Design, Ladies That UX, Women of Type Design, UX Minas Pretas, Mulheres Design, Sororidade Design, Contra Fluxo Podcast, Diseño y Diáspora, AIGA eye on Design¹. Todos esses projetos tratam de alguma forma sobre os desafios da profissão para as mulheres, o pouco reconhecimento histórico feminino na área e outras questões relativas ao design e gênero.

1.6.3. Estudo de caso

O estudo de caso buscou investigar duas das principais premiações de design de produto e gráfico no cenário brasileiro, visando compreender a participação feminina nesse contexto a partir de uma análise descritiva de dois prêmios, verificamos como se dá a presença feminina tanto dos participantes quanto do júri. A análise segue a partir do questionamento sobre a equidade de gênero nas premiações de Design, pretendemos saber se há relação entre o gênero do jurado e o gênero do premiado, se existe uma diferença de gênero entre os nomes dos premiados, se a presença feminina nas premiações é crescente ao longo dos anos e se há diferença de gênero nas categorias de prêmio. Para isso, foram

¹ <https://eyeondesign.aiga.org/>. Acesso em: 10 dez. 2020.

selecionados a Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil (2015, 2017 e 2019) e o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (2017, 2018 e 2019), devido ao destaque e à abrangência nacional de ambos os eventos.

A fim de conferir se há equidade entre o gênero feminino e masculino nessas premiações, foi realizado o levantamento a partir da quantificação de nomes culturalmente atrelados ao feminino e ao masculino. Quando houve dúvida sobre o gênero normalmente ligado ao nome, este foi verificado em sites de busca. O número de nomes obtidos pela contagem é referente ao total de vezes em que nomes femininos e masculinos aparecem, podendo ocorrer repetições do mesmo nome.

Como cada evento disponibiliza informações distintas a respeito dos projetos selecionados, foram utilizados diferentes critérios para cada um deles.

A Bienal Brasileira de Design Gráfico (Bienal ADG) disponibiliza as informações do Prêmio de forma on-line em sites específicos para cada ano. Esses catálogos contam com dados dos projetos que foram selecionados e projetos que receberam destaque em relação aos demais (recebem uma nota divulgada on-line com comentários do júri). Também constam os nomes dos autores dos respectivos projetos e dos integrantes da equipe, a divisão por segmentação da área em que esse projeto se enquadra (exemplo: design editorial, identidade visual, design de marca, entre outros.). Vale ressaltar que muitas vezes os projetos possuem autoria compartilhada, com mais de um nome como autor, também existem diversos trabalhos que foram assinados por nomes de empresas, estúdios e agências da área. Portanto, o projeto pode ter autoria de nomes femininos, masculinos, de estúdios ou de ambos, fazendo com que o número total de autores não seja o mesmo que de projetos. Os sites referentes à Bienal também divulgam a lista de nomes que compõem o júri de cada ano.

Logo, no levantamento da Bienal da ADG, foram contabilizados os nomes de autores dos projetos (nomes femininos, masculinos e de estúdios), nomes (femininos e masculinos) dos integrantes da equipe de cada projeto, relação de autorias femininas, masculinas e de estúdios que receberam destaque e também o número de jurados homens e mulheres para cada edição analisada da Bienal.

O Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (Prêmio Design MCB) disponibiliza anualmente o catálogo on-line da premiação. O Prêmio é dividido em três partes, o prêmio de produto, trabalhos escritos e o concurso de melhor cartaz. Por conseguinte, a categoria de produto é dividida em: Construção, Eletroeletrônicos, Iluminação, Mobiliário, Têxteis, Transporte, Utensílios. A classificação dos projetos ou produtos é estabelecida em 1º Lugar, 2º Lugar, 3º Lugar, Menção Honrosa e Selecionados.

Os catálogos divulgam os nomes dos autores e da equipe responsável por cada projeto, além da equipe selecionada para compor o júri de cada edição. Dessa forma, pôde-se observar a quantidade de nomes femininos e nomes masculinos na totalidade de projetos, em cada segmento e classificação, e também os nomes dos jurados em cada edição analisada. Assim, foi possível analisar a quantidade de nomes femininos que ocupam o topo da colocação em comparação aos nomes masculinos. Todos os protótipos foram contabilizados em conjunto com os produtos finalizados de suas categorias, bem como os trabalhos não publicados.

Os resultados obtidos nesse momento foram organizados em planilhas no Excel e posteriormente ocorreu a criação de gráficos e tabelas a fim de auxiliar a análise descritiva e a apresentação dos resultados. A análise quantitativa foi verificada por uma assessoria de estatística.

Quadro 02: Procedimentos de pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Design contemporâneo e a responsabilidade social

Ao exercermos o olhar sobre o contemporâneo é necessária a compreensão de sua complexidade e de suas transformações estabelecidas com o tempo. O filósofo Agamben (2009) propõe a contemporaneidade como a singular relação com o tempo, aderindo-se a ele e, simultaneamente, distanciando-se dele. Dessa forma: “É contemporâneo aquele que é capaz, mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo” (AGAMBEN, 2009, p. 59). O pensador em questão indica que, para apreender o seu tempo, devemos não apenas manter o olhar fixo nele, mas também examinar o passado e ser capaz de enxergar a obscuridade do presente. Podendo, assim, estar inserido em uma realidade e conseguir observá-la com certo distanciamento.

Essas atitudes, para Agamben (2009), demonstram atos de coragem, mas também podem se relacionar com o posicionamento do design na contemporaneidade, pois “o design de uma comunidade expressa as contradições desta comunidade e será tão perfeito ou imperfeito quanto ela. O design tem assim natureza essencialmente especular, quer como anúncio, quer como denúncia” (BOMFIM, 1999, p. 151), cabendo ao profissional a capacidade de perceber o seu tempo, uma vez que o campo está intimamente voltado às manifestações e aos temas emergentes de cada época. O design contemporâneo se insere no presente, porém nele devem estar inclusos o passado recente e as relações históricas e socioculturais, visando às abordagens de análise e interpretação dos artefatos e do conteúdo que o compõem (MOURA, 2011; MOURA, 2021).

A respeito do design contemporâneo, Mônica Moura em *Ensaio em design* (2021), no prelo, afirma que sua definição é uma ação conclusiva e envolve a constante revisão e destaca:

O Design Contemporâneo resulta da interpretação e tradução dos modos de existência e manifestações do design na atualidade, contemplando os aspectos sociopolíticos e culturais que são configurados em objetos, informações, sistemas e ações, materiais ou imateriais, rompendo com os padrões modernos racionalistas e em sintonia com a complexidade, subjetividade, sensibilidade e a diluição das fronteiras do conhecimento.

Outras características indicadas pela autora Mônica Moura (2010) incluem o modo de atuação por meio da noção de coletivo, ou seja, novas formas de organização de grupos buscando a organização não hierárquica. Temáticas que lidam com a diversidade, multiplicidade, hibridismos e novas construções simbólicas estão presentes como elementos desenvolvidos na contemporaneidade. A interdisciplinaridade, a transversalidade e as

possibilidades transdisciplinares são outras qualidades levantadas, ocorrendo no design contemporâneo a associação de fronteiras dentro da própria área, integrando e compondo um entendimento de totalidade, como, por exemplo, design de produto, moda, joalheria, ergonomia, inclusão e ambientes. De outro modo, ocorre o diálogo e a inter-relação com outras áreas de conhecimento, como o design e a arte, design e as ciências humanas e sociais, design e a medicina. Estabelece, assim, a constituição de novas fronteiras que associam a área do design com temas emergentes e que ganham destaque na sociedade contemporânea, fomentando territórios como design e política, design e feminismo, design e gastronomia, design e ativismo e design com responsabilidade social (MOURA, 2018).

Portanto, o design na contemporaneidade tem o foco no indivíduo e em sua cultura, atuando nos níveis da informação, comunicação e do conhecimento, podendo anunciar suas contradições mediante os objetos que configura de forma a perpetuar desigualdades sociais e econômicas ou emancipá-las. Logo, o designer atua como influenciador na construção de valores, práticas e hábitos dos indivíduos.

O design seria, antes de tudo, instrumento para a materialização e perpetuação de ideologias, de valores predominantes em uma sociedade, ou seja, o designer, conscientemente ou não, reproduziria realidades e moldaria indivíduos por intermédio dos objetos que configura. (BOMFIM, 1997, p. 32)

Esses pontos salientados evocam a questão da responsabilidade e da necessidade da conscientização da área a fim de agir em benefício da sociedade, atuando com soluções para as problemáticas sociais. Como discutido pelo filósofo checo-brasileiro Flusser (2007), o processo de criação e configuração de objetos envolve necessariamente a questão da responsabilidade, pois, ao projetar, o designer responde por outros indivíduos. No entanto, a situação atual da cultura revela que estamos rodeados de objetos que foram criados de forma irresponsável e com a atenção voltada apenas ao objeto. O designer Bonsiepe (2011) concorda ao afirmar que o design tem se distanciado da ideia de resposta inteligente de problemas, como também do próprio sujeito, e se aproximado do efêmero, do espetáculo, do midiático e do mercadológico.

Esse fenômeno ocorre em parte devido ao contexto econômico em que o designer realiza o seu trabalho, que é de um mundo capitalista em que o objetivo principal é criar um volume maciço de vendas contínuas para um consumo contínuo e em expansão (MILLS, 2009). Assim, Mills (2009) cita as técnicas de marketing, a obsolescência programada e o ciclo econômico encurtado como formas de incentivar o consumo exacerbado. O papel do designer passa a ser de criar produtos que vendam mais, em vez de produtos melhores ou que solucionem mais problemas.

Após os anos 1960 começaram a emergir discussões no âmbito do design que questionam essa conjuntura e realçam o campo da responsabilidade social no design como um território a ser explorado. A filósofa americana Rachel Cooper (2005) introduz em termos históricos como acontece esse debate, enunciando que o tema do design social foi frequentemente abordado sob vários enfoques. Nos anos 1960, despontaram diversas abordagens, como o design verde, design responsável, consumo ético, eco design, sustentabilidade e design feminista. Nos anos 1970, uma abordagem mais solidária tomou conta, assim como o desencorajamento do “design para o lucro”, comandada por Victor Papanek. Nos anos 1980 e 1990, as questões relacionadas ao lucro, à ética e questões de mercado, como o “consumidor verde” e o “investimento ético”, estiveram em foco. A acessibilidade e inclusão também têm sido áreas notadas com grande interesse pelo design.

Victor Papanek foi um dos autores que questionou os modelos vigentes de produção e está intimamente relacionado à questão da responsabilidade social na área, divulgado por meio da publicação do livro *Design for the real world* em 1971. Defendia o design feito com responsabilidade e com o dever de ser utilizado como ferramenta inovadora, criativa e multidisciplinar para as reais necessidades dos indivíduos, assim deveria ser orientado por mais pesquisas.

Os textos de Victor e Sylvia Margolin (2004) também se inserem nessa temática, tratando da questão social do design e estabelecendo modelos para sua atuação. Sustentam que o principal objetivo do design social é a satisfação das necessidades humanas, diferenciando-se do design para o mercado que visa à criação de produtos apenas para a venda. Objetivando a atuação social, o designer precisa desenvolver um conjunto de valores de referência que o direcione no modo como gostaria que o mundo fosse para gerar cenários de mudança social. Igualmente, está a necessidade de o designer se reconhecer como cidadão e conceber que, como profissional, está inserido em conjunturas empresariais (MARGOLIN, 2006). O sistema capitalista impõe ambientes e produtos indesejáveis e, como dito, muitas vezes, projetados de forma irresponsável. Porém “é a vontade do consumidor que leva a compra de um produto [...], que determina sua presença ou ausência no mercado” (MARGOLIN, 2006, p. 145), residindo neste ponto a necessidade do trabalho em conjunto, do cidadão e do crítico em design, para articular considerações sobre as condições culturais e desenvolver referências a respeito do modo para o qual gostariam que o mundo fosse. E completa:

Eu vejo o designer como tendo três possibilidades de introduzir seu próprio talento para a cultura. A primeira é por meio do design, que é, fazendo coisas. A segunda é por meio de uma articulação crítica acerca das condições culturais que elucidam o efeito do design na sociedade. E a terceira possibilidade é por meio da condução de um engajamento político. (MARGOLIN, 2006, p. 150)

Com o objetivo de atingir a atuação social na área, a designer e educadora Katherine McCoy (2018) sustenta que os designers devem libertar-se da mentalidade obediente, neutra e subserviente à indústria. Afirma que todas as soluções propostas pelo designer possuem um viés e que sua atuação não é um processo neutro e livre de valores. Define o design como “uma ferramenta poderosa, capaz de informar, divulgar e propagandear mensagens sociais, ambientais e políticas assim como comerciais” (MCCOY, 2018, p. 194). A autora também sugere que a escolha de cliente e do conteúdo que será abordado é um passo crucial para o design social, sendo necessário que o profissional saiba quais problemas assumir. Katherine McCoy (2018) dialoga com Margolin (2006) sobre a importância de o profissional da área estabelecer um conjunto de valores norteadores e criar estratégias para uma prática ética. Para a designer, a educação da área é um modo fundamental para elucidar os valores pessoais dos alunos.

Similarmente, o designer deve se manter informado e preparado para voltar às ferramentas profissionais em direção às novas necessidades e problemáticas que estão presentes na sociedade, buscando uma prática social e política. Entre as crises e os conflitos mundiais que estamos vivendo, o antropólogo colombiano Escobar (2018) expõe o desaparecimento de espécies, os efeitos destrutivos das mudanças climáticas, o colapso das relações sociais, a proliferação de guerras e violência, o deslocamento em massa de pessoas e não humanos, a desigualdade e a intensificação de formas de intolerância. Sobre o cenário brasileiro, o relatório da Human Rights Watch² analisa anualmente as práticas de direitos humanos e apresentou em 2019 as seguintes necessidades:

- segurança pública e conduta policial;
- condições carcerárias, tortura e maus-tratos de detentos;
- direitos das crianças;
- liberdade de expressão;
- direitos das mulheres e meninas;
- direitos das pessoas com deficiências;
- migrantes e refugiados;
- orientação sexual e identidade de gênero;
- direitos trabalhistas;
- conflitos relacionados ao meio ambiente e à terra.

² <https://www.hrw.org/pt/world-report/2019/country-chapters/326447>. Acesso em: 13 jan. 2020.

Essas deficiências e crises compõem a realidade atual e demandam do design novas atitudes. Para Escobar (2018), os designers estão cada vez mais atentos a essas questões e o caráter político da área está sendo mais reconhecido, havendo uma vontade crescente por parte dos profissionais de se envolver mais profundamente com as crises relacionadas ao clima, à energia, pobreza e desigualdade. Cita noções como o design para a inovação social, design de transição e o design voltado para a sustentabilidade.

O design está progressivamente sendo reconhecido como uma prática decisiva para criar o mundo. E o designer representa o indivíduo como construtor de seu meio, retrata a sensibilidade que permite às pessoas inventar um mundo de objetos, é um criador e crítico da estrutura física da vida pública e privada. De forma sucinta, o designer trata de fazer o futuro, de estabelecer condições para as sociedades pós-capitalistas, pós-patriarcais e pós-humanas. E por meio de discursos filosóficos e políticos sobre o design, o próprio design é redesenhado (ESCOBAR, 2018; MILLS, 2009).

Esse movimento contínuo de redesenho faz a definição do design contemporâneo não ser conclusiva, ao contrário, está em constante construção. Segundo Margolin (1995), temos que mudar continuamente a nossa compreensão do que é o design, enquanto estamos simultaneamente preocupados em estabelecer sua narrativa histórica. “As importantes mudanças que o mundo está atualmente a sofrer obrigam-nos a rever as nossas antigas categorias de pensamento e a colocar novas questões para a investigação” (MARGOLIN, 1995, p. 13).

As demandas e necessidades da sociedade alteram não somente como os profissionais da área devem atuar, mas também como compreendemos o design e sua narrativa histórica. O Encontro de Pesquisa da Swiss Design Network em 2018³, intitulado “Além da Mudança”, convidava os participantes justamente a essa provocação: “o design não pode mudar nada antes de mudar a si mesmo”. Nessa perspectiva, a autora Cheryl Buckley (2020) comenta que o design é parte vital da vida cotidiana e moldou nossas personas públicas e identidades individuais, e que insistir nisso propõe pensar sobre as inúmeras formas como o design é produzido, onde é produzido, por e para quem é produzido, esses questionamentos têm o potencial de levar a uma mudança da compreensão da área. E também indica refletir sobre a relação dos grupos vulneráveis com o design, esses que emergem no centro das discussões do design contemporâneo por meio do viés social, político, inclusivo e responsável.

³ <http://www.beyondchange.ch/front>. Acesso em: 03 nov. 2020.

Como vimos, o design contemporâneo tem potencial de criar e construir novos futuros alinhado com práticas sociais e responsabilidade, atento aos temas emergentes de seu tempo. Todavia, a atenção a essas questões também desperta pontos cruciais presentes na própria prática e teoria da área que necessitam de revisão. A questão da desigualdade de gênero salientada nesta pesquisa é uma dessas discussões que permeiam a atuação da área e também a forma como revisamos e reescrevemos a própria história do design.

As mulheres e meninas compõem o grupo minoritário que ainda tem os seus direitos refutados, como destacado pelo relatório da Human Rights Watch. A Organização das Nações Unidas (ONU) também aponta as questões de gênero entre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), assim como nas 169 metas anunciadas na Agenda Universal 2030 que se referem à questão da igualdade de gênero na ODS 5. Entre as metas e os objetivos relacionados à ODS estão a extinção da discriminação e da violência, do tráfico e da exploração sexual, bem como o reconhecimento e a valorização do trabalho doméstico, de assistência familiar, garantias para a liderança feminina, os direitos à saúde sexual e reprodutiva, o uso das tecnologias de informação e comunicação e a adoção e o fortalecimento das políticas para o empoderamento de mulheres e meninas. Apesar disso, ainda é pouco com relação a todas as necessidades das mulheres e meninas ao redor do mundo, ou seja, não apenas em contexto, mas também em termos numéricos, ainda é insuficiente, pois há muito mais a ser atendido (MOURA et al, 2021)⁴.

Esta pesquisa pretende aprofundar os diálogos entre o design e o feminismo a partir do viés social e da transdisciplinaridade presente no design contemporâneo. Portanto, no próximo tópico, serão discutidos o movimento feminista e os questionamentos que essa luta trouxe para a área do design.

2.2. Design e feminismo

2.2.1. O movimento feminista

“Dito de maneira simples, feminismo é um movimento para acabar com o sexismo, exploração sexista e opressão” (HOOKS, 2020, p. 17). Essa definição, apresentada pela

⁴ MOURA, Mônica. et al. Design para além do design. *In: Ensaio em Design*, 2021 (no prelo).

professora e teórica feminista Bell Hooks⁵ e abrange diversos aspectos do pensamento feminista, além de deixar implícito que todas as ações sexistas são o problema, independentemente de quem as perpetua. Definir o movimento feminista não é um processo conclusivo, sucedendo diversas definições e reflexões de pesquisadoras que discutem o tema. O feminismo possui, então, raízes no passado e é construído e reconstruído diariamente, sendo organizado de maneira descentralizada, caracterizado pela auto-organização de mulheres em múltiplas frentes (ALVES & PITANGUY, 1985).

Bertha Lutz (2016), ativista feminista brasileira que demandou os direitos equivalentes da mulher, como o direito ao trabalho, a igual remuneração e a proteção de interesses civis, descreve que o movimento consiste em uma reforma social, e constitui uma luta das mulheres por direitos iguais, à educação, ao trabalho digno e bem remunerado. Em concordância, a feminista Maria Amélia Teles (1999) considera o feminismo como um movimento político que questiona as relações de poder e a exploração de grupos de pessoas sobre outros, contrapõe-se ao poder patriarcal e propõe uma transformação social, econômica, política e ideológica. Para a socióloga Maria Lugones (2014), o feminismo não fornece apenas uma narrativa da opressão de mulheres, mas vai além ao fornecer os materiais que permitem compreender sua situação sem sucumbir a ela. Essas definições convergem para um pensamento feminista que questiona e se opõe à opressão, busca uma transformação em defesa da equidade de direitos civis, jurídicos, políticos e a igualdade entre os gêneros. Branca Alves e Jacqueline Pitanguy (1985) completam:

O feminismo se constrói, portanto, a partir das resistências, derrotas e conquistas que compõem a História da Mulher e se coloca como um movimento vivo, cujas lutas e estratégias estão em permanente processo de recriação. Na busca da superação das relações hierárquicas entre homens e mulheres, alinha-se a todos os movimentos que lutam contra a discriminação em suas diferentes formas. (ALVES & PITANGUY, 1985, p. 74)

Apesar de ser um movimento plural que possui diferentes manifestações, grande parte dos textos que refletem sobre o tema trazem o recorte territorial com foco principalmente nos acontecimentos da Europa e dos Estados Unidos a partir do século XIX. A narrativa que deriva desse recorte costuma ser dividida em três fases principais, também denominadas “ondas” feministas. Vale ressaltar que grupos minoritários sempre reivindicaram seus direitos na história, anteriormente ou em outras regiões, mesmo que essas lutas tenham sido pouco registradas ou aprofundadas.

⁵ Bell Hooks é um pseudônimo de Gloria Jean Watkins, escritora norte-americana. É comum que seu nome seja empregado em letra minúscula, como um posicionamento político da própria autora que busca dar enfoque ao seu trabalho e não à sua pessoa. Porém, nesse trabalho seu nome será citado conforme as normas para trabalhos acadêmicos.

A primeira fase é marcada inicialmente na Revolução Francesa, com os movimentos sufragistas dos séculos XIX e XX, que denunciou a exclusão da mulher das esferas públicas, abrangeu o público feminino de todas as classes e mobilizou em seus momentos de apogeu até dois milhões de mulheres (ALVES & PITANGUY, 1985). A luta pelo sufrágio feminino repercutiu nas mulheres latino-americanas, ocasionando no Brasil, em 1919, a fundação da Liga pela Emancipação Intelectual da Mulher, por Bertha Lutz, que levou adiante a luta pelo sufrágio das mulheres brasileiras. Nesse momento, segundo Maria Amélia Teles (1999), as Constituições latino-americanas do século XIX nem mesmo proibiam o voto feminino, pois o título de cidadão era fornecido somente aos homens. Apesar de todo o movimento, o voto feminino foi alcançado no Brasil apenas em 1932, quando Getúlio Vargas promulgou por decreto-lei o direito de sufrágio às mulheres.

A segunda fase do movimento feminista é marcada entre as décadas de 1960 e 1970. Várias autoras ampliam as particularidades desse momento, entre elas Branca Alves e Jacqueline Pitanguy (1985), Joana Maria Pedro (2012) e Heloisa Almeida (2016), que apontam outras frentes de luta, como os assuntos relacionados a sexualidade, o corpo e a violência contra a mulher. Entre as autoras fundamentais nesse período estão Simone de Beauvoir, especialmente pela publicação do livro *O segundo sexo* (1949), Betty Friedan com o livro *A mística feminina* (1963), e no cenário brasileiro, Kate Millet com o título *Política sexual* (1970) e Heleieth Saffioti com a publicação *A mulher na sociedade de classes* (1969). No Brasil, o slogan “o pessoal é político” ficou marcado e evidenciou a desigualdade e a violência doméstica. As redes de apoio, reuniões e os grupos de reflexão também caracterizam o momento e pretendiam aumentar a solidariedade entre mulheres. Nesse período, ocorre o surgimento de periódicos dedicados à reflexão e a publicação de pesquisas a respeito do feminismo, oriundos da imprensa alternativa como: *Brasil Mulher* (1975), *Nós Mulheres* (1976), *Mulher Liberta Mulher* (1980) e *Mulherio* (1981). O movimento feminista da segunda onda é responsável também por afirmar as raízes culturais das desigualdades entre os gêneros, declarando que são fruto da cultura e, portanto, passíveis de transformação.

2.2.2. Feminismo contemporâneo

A terceira fase, que ocorre da década de 1990 em diante e podemos chamar de feminismo contemporâneo, inclui a libertação da visão burguesa e da representatividade relacionada apenas às mulheres brancas de classe média, integrando as questões das mulheres negras e do movimento LGBTQIA+ a partir da compreensão da interseccionalidade. Esse conceito foi aprofundado por Kimberlé Crenshaw ao final dos anos 1980 em um contexto de

crítica às noções de homogenia da luta, apesar desse entendimento já estar fortemente difundido entre as mulheres negras.

A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como ações políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento. (CRENSHAW, 2002, p. 177)

O conceito de interseccionalidade é empregado por entender que eixos de poder distintos podem se cruzar e se sobrepor. E não compreender essa multiplicidade é como generalizar os sujeitos e pressupor que todos enfrentam as mesmas desigualdades. É necessário que o movimento feminista pense e englobe os múltiplos eixos de opressão e esse caminho é realçado na contemporaneidade (RISMAN, 2004).

A autora Bell Hooks (2015) comenta que o discurso feminista foi frequentemente dominado por mulheres brancas com pouca compreensão de sua condição política. Essa conjuntura intensificou uma perspectiva que não se aplica às experiências e vivências das mulheres em sua totalidade, excluindo a possibilidade de que as mulheres se conectem e cruzem fronteiras étnicas e raciais. Como exemplo, Bell Hooks destaca Betty Friedan, autora do livro *A mística feminina* (1963), citado anteriormente, como uma das principais formadoras do pensamento feminista de segunda onda, mas que acabou por reforçar a perspectiva unidimensional da realidade das mulheres ao generalizar a sua própria experiência de vida para obter uma visão mais ampla sobre a vida das mulheres.

A crítica ao feminismo branco e universalista também ocorre por parte das mulheres latinas e indígenas.⁶ O chamado feminismo decolonial se inscreve no amplo movimento que revisa a narrativa europeia e critica a modernidade que surge a partir da colonização das Américas. Opõe-se à colonialidade do poder que produz uma noção de gênero e raça universal e hierárquica que desconsidera as desigualdades entre as próprias mulheres. “Apagando toda história, inclusive a oral, da relação entre as mulheres brancas e não-brancas, o feminismo hegemônico branco igualou mulher branca e mulher” (LUGONES, 2008, p. 95).

Essas perspectivas provocaram revisões das teorias feministas, sugerindo a possibilidade de múltiplas concepções representantes das diferentes visões de mundo de grupos diversos de mulheres, especialmente as marginalizadas, como o feminismo negro, feminismo

⁶ <https://revistacult.uol.com.br/home/o-feminismo-decolonial/>. Acesso em: 05 nov. 2020.

latino, feminismo indígena (CONNELL & PEARSE, 2015). A consciência da interseccionalidade e o reconhecimento das mulheres não brancas como parte central na construção da teoria feminista é fundamental para a formação de uma perspectiva contra-hegemônica. O pensamento feminista é uma teoria em formação que deve ser criticada e questionada visando à construção de uma ideologia feminista libertadora, por meio de uma ação coletiva e compartilhada (HOOKS, 2015).

O feminismo contemporâneo também retoma as discussões sobre gênero. Heloísa Hollanda (2018) expõe textos fundamentais para esse debate, como o ensaio de Donna Haraway *Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista do final do século XX* (1985) e o livro *Problemas de gênero* (1990) de Judith Butler. Esses textos desafiam as políticas de identidade e os marcadores binários das definições identitárias, abrindo espaço para pensar formas híbridas de sexualidade. Avançam a noção da “performatividade de gênero” como algo socialmente construído e sistêmico.

Outras características desse período são discutidas por diversas autoras, como Heloísa Almeida (2016), Heloísa Hollanda (2018) e Margareth Rago (1996), como as novas formas de comunicação por meio das redes on-line, com as *hashtags* que proporcionaram um novo potencial de organização e distribuição de pautas. Iniciando campanhas como #MeuPrimeiroAssédio, #EleNão, #NiUnaAMenos, #MeToo, #PeloFimDaCulturaDeEstrupro, #MexeuComUmaMexeuComTodas, permitiram grande disseminação de pautas e mobilização. Também retoma assuntos como o foco no corpo, nas desigualdades do cotidiano, porém com novos slogans. As autoras alegam que nesse momento ocorre a maior horizontalidade no movimento, que passa por um processo de fragmentação em várias vertentes como o feminismo negro, feminismo lésbico, feminismo indígena, transfeminismo, integrando a concepção de múltiplos feminismos e garantindo maior visibilidade de causas anteriormente pouco amplificadas.

Como consequência do avanço das pautas feministas, Margaret Rago (1996) aborda como as lutas feministas também acarretaram o aumento do trabalho feminino e o acirramento da competição profissional na contemporaneidade, com queixas como as múltiplas jornadas de trabalho enfrentadas pelas mulheres. “As mulheres devem provar duas vezes mais do que são capazes, além de continuar a desempenhar as funções de mãe e de rainha do lar” (RAGO, 1996, p. 42).

O caminho em busca da igualdade de gênero ainda é longo. O percurso no decorrer de décadas apresentou diversas conquistas, como os ideais feministas mais presentes no cotidiano, especialmente os que se referem à liberdade individual, aceitação da decisão pela maternidade,

expansão de práticas sexuais e aos cuidados com o corpo e a saúde. Além disso, a epistemologia feminista e os estudos de gênero foram incorporados como um campo de conhecimento, o Estado também passa lentamente a introduzir a questão da mulher nas políticas públicas e a ONU se abre para questões de gênero. Porém esses avanços são frequentemente atacados por pressões mais conservadoras, ressaltando a necessidade de um trabalho constante das redes feministas, uma vez que não estão definitivamente garantidos (RAGO, 1996).

2.3. Design e feminismo: revisão bibliográfica

Fomentar o diálogo entre os estudos feministas e o design é parte fundamental desta dissertação. Com o intuito de transmitir os principais aspectos desse debate, foram estudadas autoras como Cheryl Buckley (1986, 2020), Giselle Safar e Marcelina Almeida (2014), Margaret Bruce (1990), Pinar Kaygan (2016) e Rosalia Esclapés (2008).

As redes e os grupos feministas estão cada vez mais visíveis na academia, na mídia e nas ruas. É perceptível o aumento de interesse em pesquisas relacionadas a problemas como a discriminação social e cultural da mulher. Fato que se amplifica a partir da ascensão do feminismo e da abertura das universidades para a entrada de mulheres na academia, favorecendo os estudos sobre a atuação feminina e a expansão da participação do feminino por campos até então resistentes ao tema, como o design (ALMEIDA, 2016; SAFAR & DIAS, 2016).

Autoras, como Cheryl Buckley (1986), Giselle Safar e Marcelina Almeida (2014), afirmam que as abordagens com a temática da reflexão de gênero e feminismo no design são recentes, porém não devem ser uma questão secundária, uma vez que as mulheres ainda enfrentam condições desiguais nesse campo. E considerando a inevitabilidade de os designers estarem sujeitos às ideias e influências de seu contexto social, faz jus pesquisar as barreiras impostas para com as mulheres que impedem sua equidade, além de compreender o modo como as mulheres interagem profissionalmente com o design e como essa interação é registrada. (BUCKLEY, 1986).

A bibliografia existente a respeito do diálogo entre a área e o feminismo abrange algumas abordagens principais. A professora e designer Pinar Kaygan (2016) expõe duas como preponderantes ao estudar o tema. A primeira é a investigação sobre as mulheres “excepcionais”, que não receberam reconhecimento por parte da história do design e suas contribuições para a área. A segunda vertente trata da perspectiva única das mulheres profissionais, argumentando que estas conseguiriam satisfazer as necessidades e expectativas

das mulheres como usuárias para justificar a necessidade da presença feminina no mercado de trabalho. Contudo, Pinar Kaygan (2016) propõe que essas perspectivas podem ser insuficientes. Documentar apenas as contribuições de mulheres bem-sucedidas não é uma estratégia feminista eficaz, pois a experiência de profissionais que foram desencorajadas a seguir carreiras de domínio masculino podem trazer uma compreensão crítica para a pesquisa existente sobre mulheres na área do design. Além disso, o argumento de que as mulheres projetariam de forma distinta dos homens, oferecendo uma perspectiva única ao design que representaria melhor as mulheres usuárias, é problemático e pode validar o confinamento de profissionais designers em determinadas áreas.

Pinar Kaygan (2016) ressalta a necessidade de que as pesquisas em design e feminismo compreendam a complexidade dos sujeitos, cujas histórias e necessidades divergem com base em sua etnia, nacionalidade, classe social, idade ou orientação sexual. É fundamental introduzir metodologias no design que incentivem práticas sensíveis ao gênero, para que os profissionais possuam uma análise mais realista da expectativa das usuárias, independente do gênero do designer.

Em contrapartida, Gisele Safar e Marcelina Almeida (2014) observam os estudos de design e gênero a partir de duas perspectivas que divergem parcialmente das citadas anteriormente. A primeira sugere a ínfima citação às mulheres designers nos registros históricos e de suas contribuições para o desenvolvimento da profissão, que se relaciona com a levantada por Pinar Kaygan (2016). A segunda é o despreparo dos designers em compreender os códigos culturais estabelecidos entre os gêneros, limitando-se em reproduzi-los.

Com base nessas abordagens prevaletentes, iremos versar sobre o tema a partir das seguintes perspectivas: (1) falta de reconhecimento histórico e o protagonismo feminino no design, (2) reprodução de estereótipos de gênero.

2.3.1. Reconhecimento histórico e protagonismo feminino

A primeira perspectiva dos estudos sobre feminismo e gênero no design refere-se a um debate que parte do discurso da teoria feminista, mas não se concentra em acusar e sim revelar as razões ideológicas da sociedade quanto ao silêncio sobre as mulheres (SAFAR & ALMEIDA, 2014). Como pontuado por Joan Scott (1992), ativistas feministas reivindicam a escrita da história das mulheres desde a década de 1960, abrangendo suas heroínas, provas de atuação e também explicações pelas opressões sofridas, considerando o que Simone de

Beauvoir dizia: “Toda a história das mulheres foi feita pelos homens” (BEAUVOIR, 1970, p. 151).

Nesse sentido, o movimento feminista atuou como crítica à grande narrativa da história ao expor as formas de poder que sustentam as grandes redes discursivas (RAGO, 1996). Transpondo para o design, Margolin (1995) afirma que o feminismo pode ser uma das críticas mais poderosas à história da área, rompendo as distinções entre história, teoria e crítica, além de fomentar o seu redesenho positivo.

Contudo, até a década de 1960, quando o movimento feminista impulsionou os estudos de gênero, as referências femininas na história do design ainda eram escassas. Começaram a ocorrer a partir dos anos 1990, com o design contemporâneo, tendo em vista a demanda por posicionamento crítico na historiografia da área. Assim decorrem os estudos de gênero em design voltados à busca de registros históricos das mulheres designers e suas contribuições (ANDRADE & REBELLO, 2008).

O historiador e teórico em design Schneider (2010) afirma que a história da profissão conta com grande ausência de mulheres e amplo predomínio de homens, e que a história social das designers ainda precisa ser escrita. Todavia, essa declaração provoca questionamentos sobre a falta de mulheres na história do design ser devido ao fato da baixa incidência de mulheres na área ou do ofuscamento das profissionais. Decerto esse fenômeno ocorre devido às estruturas nas quais as mulheres estão inseridas. “Para as mulheres, as coisas são como são desde a Grécia Antiga” (HOLLANDA, 2018, p. 63).

Em contraposição a Schneider (2010), a autora Cheryl Buckley (1986) evidencia que as mulheres se envolveram com o design de várias maneiras, como profissionais, teóricas, consumidoras e historiadoras. No entanto, a literatura sobre a história, teoria e prática do design evidencia o contrário. Segundo a autora, essas omissões não são acidentais, mas consequência direta de métodos historiográficos específicos. A jornalista especializada em design Ethel Leon (2009) afirma que no contexto da História do Design Brasileiro a falta de neutralidade dos historiadores também é aparente e ressalta:

A presença de duas mulheres nesta coletânea, Emilie Chamie e Estella Aronis, ambas egressas do Instituto de Artes Contemporâneas (IAC), chama a atenção para a participação feminina nesse campo de trabalho, questão que ainda não foi tematizada no mundo do design brasileiro. Permito-me aqui avançar a hipótese de que, mesmo que não se encontrem atributos específicos de gênero na produção de nossas designers, certamente o esquecimento de seus nomes lança dúvidas sobre a neutralidade dos critérios de eleição dos que “fazem história”. (LEON, 2009, p. 14)

Sobre o tema, o levantamento quantitativo realizado pelo pesquisador Lima (2017) expôs as diferenças entre nomes femininos e masculinos citados em livros da história do design

brasileiro, confirmando o panorama de poucas referências às mulheres. Alguns resultados da pesquisa de Lima (2017) são observados, como a presença de apenas 25 mulheres entre 347 nomes citados no livro *Uma introdução à história do design*, de Rafael Cardoso (2008), e no livro *Design no Brasil*, de Lucy Niemeyer (2007), no universo de 287 nomes de designers, apenas 14 são femininos.

A ausência de mulheres nos registros históricos da área desperta questionamentos e indica espaços que precisam ser assumidos e revelados. Para Cheryl Buckley (1986), essas omissões não são acidentais, mas consequência direta da não neutralidade dos métodos historiográficos. As poucas mulheres que aparecem são definidas pelo seu gênero, subjugadas sob o nome do marido, amante, pai ou irmão. São diversos os casos de impedimento e desigualdades vivenciados pelas profissionais e relatados pelas historiadoras feministas que investigam a ausência de mulheres na história da área.

Alguns dos exemplos citados na literatura são populares, como o caso de Ray Eames, influente designer de mobiliário, também esposa do designer Charles Eames. Embora o papel central no desenvolvimento dos designs fosse desempenhado por ambos, Charles foi quem recebeu majoritariamente o crédito pelos projetos. Os comentadores de design frequentemente negaram a Ray o reconhecimento que lhe era devido, sendo citada na maioria das vezes somente como a esposa de Charles (KIRKHAM, 2000).

Outros casos são discutidos por Mônica Moura (2018, no prelo), como o de Charlotte Perrian, arquiteta e designer que, no ano de 1927, foi rejeitada ao procurar emprego no escritório de Le Corbusier com a afirmação de que naquele escritório não se bordavam almofadas. O próximo exemplo é mais recente, ocorreu no ano de 2013, e aponta para a permanência de desigualdade no campo do design e arquitetura. O júri do Pritzker (premiação anual de arquitetura) elegeu Robert Venturi (1935-2018) como o vencedor do ano. Contudo, todos os projetos de Venturi que concorriam ao prêmio foram resultado de um trabalho em conjunto com Denise Scott Brown. Venturi solicitou a inclusão do nome de Denise Brown, porém a organização do prêmio recusou alegando que o prêmio era individual, mesmo Denise Brown tendo papel importante na criação arquitetônica e no design das obras do vencedor.

A dificuldade de acesso aos postos de trabalho importantes, a autodesvalorização, desaprovação dos familiares, o assédio no ambiente de trabalho e a necessidade de escolha entre a vida profissional e as responsabilidades familiares impostas às mulheres, como a maternidade, também estão entre as desigualdades vivenciadas pelas mulheres na área (ESCLAPÉS, 2008; KIRKHAM, 2000).

O ensaio de Kirkham intitulado “*In a man’s world*”: *women industrial designers* (2000) descreve a história da participação feminina no mobiliário e design de produtos ao longo do século XX nos Estados Unidos, com a justificativa de que as mulheres desempenharam papel importante para a história do design, mas foram pouco mencionadas. Ao longo do artigo, é eminente que, apesar das dificuldades vivenciadas pelas mulheres e do grande ofuscamento de seus feitos por parte da história, algumas delas receberam prestígio nos anos de atuação antes de serem relegadas pela história escrita, como é o caso de Ilonka Karasz (1896-1981), que rapidamente conseguiu estabelecer uma grande reputação como designer, pintora e professora. Em 1930, foi escolhida por C. Adolf Glassgold para integrar a lista dos nove designers americanos de mobiliário moderno mais notáveis e dignos de reconhecimento, vale ressaltar que Ilonka Karasz era a única mulher. Também o caso da designer industrial Belle Kogan (1902-2000), que durante sua carreira fez excelente uso da publicidade, aparecendo em televisão e rádio, dando palestras e entrevistas, frequentemente exibindo o seu trabalho e escrevendo para revistas sobre tendências de mercado, design e o papel do designer industrial. (KIRKHAM, 2000). Esses fatos sugerem que as mulheres tiveram grande relevância e contribuição para a área. Também receberam o reconhecimento na época, porém foram ocultadas pela história.

Decerto não podemos continuar ignorando as contribuições do design feminino presente na nossa cultura. Ana Beatriz Andrade e Ana Maria Rebello (2008) declaram que, no Brasil, as designers estiveram intimamente ligadas à implantação da área. Citam Lina Bo Bardi, que participou da criação e coordenou o Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Artes de São Paulo, primeiro núcleo experimental voltado ao ensino do Design. E Carmem Portinho, que aparece como organizadora da segunda tentativa de implantação do ensino do Design no país com o projeto da Escola de Criação e da Forma do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro.

A problemática da desigualdade de gênero não está restrita ao passado, ainda hoje, segundo Margaret Bruce (1990), a maioria das empresas na área são concebidas por homens, a maior parte dos prêmios vão para os homens e a maioria dos cargos de chefia ainda são ocupados por homens. “Portanto, quanto mais alta a escala, menos visíveis são as mulheres na área” (BRUCE, 1990, p. 119). As premiações e os eventos da área também refletem esse cenário e estão entre os espaços em que as mulheres mais enfrentam impasses. Alice Hetzel (2016) enfatiza a importância desses eventos para as profissionais, uma vez que a visibilidade proporcionada por eles se relaciona com o reconhecimento profissional. Ademais, Margaret Bruce (1990) ressalta que muitas mulheres desejam ser reconhecidas por suas ideias e seus

trabalhos e não destacadas pelo seu gênero, e que esse é um caminho perigoso, uma vez que o campo do design é altamente competitivo.

Se a cultura organizacional é dominada por homens, as mulheres recebem a mensagem sutil de que não se espera que elas façam essas coisas, ou pelo menos que as façam bem. Elas podem reagir retirando-se da competição e trabalhando ainda mais em suas tarefas de design. (BRUCE, 1990, p. 119)

Ainda assim, Cheryl Buckley (2020), presidente editorial da revista *Journal of Design History* entre 2011 e 2016, afirma que grande parte dos textos fundamentais de abordagem feminista da história do design foram publicados há 35 anos. A autora sugere que a questão da relação das mulheres com o design foi relegada para as margens dos estudos acadêmicos e pesquisas, e conduz a importância dessas análises estarem baseadas no feminismo. Isso, pois a teoria feminista evidencia a operação do patriarcado, a história feminista mapeia o passado das mulheres, sendo impossível compreender a forma como elas interagem com o design e como os historiadores registraram essa interação sem basear os estudos históricos em design no feminismo (BUCKLEY, 1986).

A questão do gênero no Design tem sido tratada como tema marginal, ainda não incorporado à história escrita. Deve ser discutido e dimensionado o impacto exercido por culturas fundadas na questão de gênero sobre a cultura do Design, para melhor entendimento do silêncio sobre a participação feminina, reiterado por manuais de regras, sistemas políticos ou religiosos. (ANDRADE et al., 2019, p.1394)

Como foi descrito o movimento feminista foi responsável por impulsionar os estudos acadêmicos relativos ao gênero inclusive no design. Dada a significância da crítica feminista a história da área, faz-se importante não permitir que a mesma seja marginalizada ou desatualizada. Visto que os estudos feministas estão em constante transformação.

2.3.2. Reconhecimento de mulheres negras na história do design

A ínfima citação de mulheres no design se torna ainda mais cruel quando se trata de mulheres negras. Todavia, a falta de designer negros na história, ocorre tanto com os homens quanto as mulheres, estas sempre em menor número. A designer americana Cheryl D. Holmes-Miller (1987) questiona os motivos dessa ausência e indaga a possibilidade de que houvesse poucos designers negros, devido a uma série de dificuldades e obstáculos que são impostos em seus caminhos, dificultando se qualificarem. Cita a hostilidade familiar à escolha de carreira, recursos financeiros limitados para adquirir uma educação adequada, escassez de mentores capazes de fornecer orientação e oportunidades de emprego e os preconceitos raciais sempre presentes. Contudo, Cheryl Miller (1987) conclui que, apesar dos obstáculos, os designers

negros existem, mas estavam ausentes da vista. Após trinta anos, a autora retoma a discussão alegando que esses profissionais ainda continuam à procura de visibilidade.

No que se refere as mulheres, as autoras Pat Kirkham e Shauna Stallworth (2000) executam a tarefa de reunir alguns nomes que foram referência em diversas áreas do design no contexto da América do Norte.

Nas escolas de design da década de 1920, das inúmeras mulheres “anônimas” treinadas a atuar em design têxtil, duas das mais conhecidas atualmente são afro-americanas, Anna Russel Jones (1902 - 1995) célebre por seu trabalho na área de design gráfico, carpetes e têxtil, e Lois Mailou Jones (1905-1998), designer têxtil, pintora, ilustradora e professora.

As autoras também citam a importância da confecção de colchas como parte da experiência afro-americana que remonta aos primeiros anos da presença africana na América do Norte, tendo sido este um meio pelo qual muitas mulheres negras se destacaram. Contudo, os exemplos de suas colchas estão visivelmente ausentes na maioria das histórias americanas. Entre diversos exemplos retratados no artigo, há a colcha de retalhos “Freedom” (Figura 01) de Jessie Telfair (1980), que é uma declaração contundente sobre a luta pelos direitos civis.

Figura 01: Jessie Telfair, “Freedom” quilt (1980)



Fonte: *Women Designers in the USA 1900-2000*, p. 132.

De acordo com Pat Kirkham e Shauna Stallworth (2000), as mulheres negras conseguiram adentrar o espaço do design gráfico cerca de vinte anos após a entrada dos homens afro-americanos nesse campo, a partir dos anos 1970. Citam Dorothy Hayes (1935-2015)⁷, Sylvia Harris (1953-2011)⁸, Fo Wilson⁹, Michele Washington¹⁰ entre outros vários nomes de mulheres que trabalham com design gráfico e oferecem uma variedade de contribuições para a área.

A visibilidade de mulheres negras no design de interiores é recente, o campo ainda é dominado por profissionais brancos. Entre as mais conhecidas estão Courtney Sloane¹¹ e Cecil H. Hayes, ambas são chefes de suas empresas. Courtney Sloane alega ter identificado três obstáculos principais em sua carreira, como a juventude, cor e gênero. Na história do desenho

⁷ <http://www.28blacks.com/2017/dorothy-hayes-18.html>. Acesso em: 16 jan. 2021.

⁸ <https://www.aiga.org/medalist-sylvia-harris>. Acesso em: 16 jan. 2021.

⁹ <https://www.macdowell.org/artists/fo-wilson>. Acesso em: 17 jan. 2021.

¹⁰ <https://www.aiga.org/design-journeys-michele-washington>. Acesso em: 16 jan. 2021.

¹¹ <https://courtneysloanedesign.com/>. Acesso em: 16 jan. 2021.

industrial, profissão predominantemente masculina, pouco se sabe ainda sobre as mulheres. As autoras apresentam Carole Bilson como uma mulher consciente de ser um modelo na área, pois nos primeiros anos como designer atuou exclusivamente com homens em todos os níveis. Carole Bilson se destacou na criação de uma rede de funcionários na Eastman Kodak, primeiramente formada para homens afro-americanos e, numa fase posterior, para mulheres. Também tem participado ativamente da Rochester Women's Network, maior organização de mulheres profissionais dos Estados Unidos. Para a designer, é importante compartilhar suas experiências e ser suporte para os novos profissionais (KIRKHAM & STALLWORTH, 2000).

As autoras Pat Kirkham e Shauna Stallworth (2000) retratam a diversidade e riqueza da história das designers afro-americanas com uma ampla gama de atuação e de contribuições para diversos segmentos do design. Ainda pouco mencionadas, as mulheres referidas pelas autoras tiveram que unir esforços e desafiar significativamente as divisões arraigadas de raça e gênero no design. Esses exemplos, reforçam a importância de evidenciar também na história do design da América Latina essas referências.

2.4. Design e gênero: revisão bibliográfica

A segunda vertente dos estudos de design e feminismo, diz respeito ao despreparo dos profissionais da área do design em compreender o gênero e conseqüentemente ocorre a reprodução de estereótipos. Esse entendimento é notado na divisão dos segmentos de design, em que se estabelecem áreas de trabalho mais apropriadas ao gênero feminino e ao masculino baseadas em padrões de gênero, como também em produtos e publicidades que reproduzem e reforçam uma divisão restritiva, enrijecendo e legitimando as diferenças.

2.4.1. Gênero

Antes de prosseguir com exemplos que ocorrem na área, traremos autores fundamentais que discutem os estudos de gênero, como Joan Scott (1986), Barbara Risman (2004), Raewyn Connell e Rebecca Pearse (2015), Vânia Carvalho (2008). Não se pretende esgotar o tema dada a sua abrangência, apenas introduzi-lo, considerando os pontos importantes para o desenvolvimento desta pesquisa.

De acordo com Joan Scott (1986) e Vânia Carvalho (2008), o termo gênero desponta nos Estados Unidos na década de 1970, entre as feministas americanas que buscavam abranger o caráter social, econômico e político das distinções baseadas no sexo e legitimar as discussões

sobre o tema. Afirmavam que a palavra “gênero” rejeitaria o determinismo biológico implícito no uso de termos como “sexo” ou “diferença sexual”.

Portanto, gênero é definido como um elemento de construção social, baseado nas relações sociais das diferenças percebidas entre os sexos e deve ser compreendido como algo mais complexo do que as distinções biológicas, sendo uma maneira primária de significar as relações de poder. Também considerado uma instituição social que pode ser determinada por meio do costume, da rotina e da repetição, e se encontra incorporado em todos os processos sociais e organizacionais da vida cotidiana (SCOTT, 1986; LORBER, 1994, apud RISMAN, 2004).

Essas características concedem ao gênero a possibilidade de variar ao longo do tempo, estando sujeito à ação humana. Também nos direciona a uma dimensão mais complexa, pois mesmo na sociedade contemporânea as relações de gênero podem se modificar conforme as diferentes comunidades, classes sociais e etnias. Esses padrões são capazes de variar entre contextos culturais distintos e há sempre multiplicidade entre as maneiras de pensar e agir das diferentes culturas em relação ao gênero.

Apesar de quase não parecer se transformar, o gênero está sempre mudando, conforme as práticas humanas (CONNELL & PEARSE, 2015; RISMAN, 2004). “As pessoas fazem o mundo social, não apenas reagem a ele” (CONNELL, 1987, p. 246). Portanto é necessário que os estudos de gênero incluam não apenas o sujeito individual, mas a organização social e a natureza das inter-relações em que o sujeito está inserido para então compreender como o gênero opera em determinados espaços e perceber como as mudanças podem ocorrer (SCOTT, 1986).

Assim como outras estruturas sociais, o gênero é multidimensional. “Não diz respeito apenas à identidade, nem apenas ao trabalho, nem apenas ao poder, nem apenas à sexualidade, mas tudo isso ao mesmo tempo” (CONNELL & PEARSE, 2015, p. 49). Não se trata de categorias ou diferenças fixadas, mas de relações, fronteiras, práticas e identidades que são ativamente criadas em processos sociais. Elas passam a existir e moldar a vida das pessoas de maneira profunda e contraditória, porém sujeita a mudanças (CONNELL & PEARSE, 2015).

Os elementos inter-relacionados que envolvem o gênero podem ser os fatores simbólicos que estão culturalmente disponíveis e que evocam múltiplas representações, ou os conceitos normativos que estabelecem interpretações e significados para esses símbolos. Os conceitos normativos são expressos por meio da religião, educação, ciência, doutrinas jurídicas e políticas e assumem a forma de um código binário fixo de oposição que afirma categoricamente o significado de feminino e masculino. Esses códigos emergem uma posição

como dominante e a indicam como a única possível. A história consecutiva a isso é escrita como se essas posições fossem produtos de um consenso social e não de um conflito (SCOTT, 1986).

Os processos que coagem as pessoas a reproduzirem os códigos de gênero podem ser mais fortes em um ambiente do que em outro (RISMAN, 2004). Como no ambiente de trabalho, os mesmos postos adquirem características diferentes quando destinados aos homens, como melhor remuneração e maiores oportunidades de promoção. As estruturas de gênero operam um sistema simbólico que organiza as relações de poder, igualdades e desigualdades no mundo do trabalho e fora dele (HEILBORN & SORJ, 1999; RISMAN, 2004).

A relação do gênero com o ambiente de trabalho foi a primeira dimensão dos estudos do tema a ser reconhecida nas ciências sociais e segue sendo centro de amplas discussões. Seu principal enfoque é a “divisão sexual do trabalho”, em que se dividem na sociedade tarefas que são realizadas por homens e outras por mulheres. Apesar de a divisão entre funções consideradas masculinas ou femininas variar em diferentes partes do mundo, é comum que os homens predominem na indústria “pesada”, sejam a maioria da força de trabalho em cargos de gestão, contabilidade, no direito e em profissões técnicas e postos relacionados a computação, enquanto as mulheres são parte substancial da população economicamente ativa, sobretudo nos empregos menos valorizados. Concentram-se em postos de serviços com funções ligadas ao trabalho profissional ou administrativo, atendimento ao consumidor, limpeza e a outros modelos de trabalho relacionados ao cuidado, como educação básica e enfermagem. Além dos indicados, há o trabalho não remunerado, como o trabalho doméstico e de cuidados. Em toda a sociedade contemporânea as mulheres realizam a maioria das tarefas domésticas e cuidado com crianças e bebês. Esses trabalhos definem as mulheres culturalmente como pessoas cuidadasas e gentis (CONNELL & PEARSE, 2015).

Logo, Joan Scott (1986) alega que o gênero é a principal maneira de significar relações de poder, sendo um campo primário dentro do qual ou por meio do qual o poder é articulado. Como visto, se significados de gênero e poder são construídos, as mudanças podem ser iniciadas em diversos locais. Por exemplo, com o surgimento de novos símbolos culturais que despertem outras possibilidades de interpretação. Barbara Risman (2004) também propõe aos estudos feministas e aos historiadores analisar de que maneira e como o gênero é realizado, visto que vivemos em um mundo no qual a anatomia sexual é utilizada para dividir seres humanos em categorizações. As principais questões para os estudos feministas devem incluir foco na transformação social, redução da desigualdade e melhoria do status das mulheres. Para além destas questões, a área do design deverá compreender para quais direções o gênero está

mutando, como ele está sendo reconstruído pela área e para quais diferentes futuros nós podemos direcionar esse debate.

2.4.2. Divisão sexual do trabalho no design

A divisão sexual do trabalho é visível no design, acarretando funções que são usualmente atribuídas ao feminino e outras ao masculino. De acordo com Cheryl Buckley (1986), no decorrer da história do design, as mulheres foram consideradas naturalmente preparadas para áreas como as artes decorativas, joalheria, bordados, tecelagem e cerâmica, áreas que foram sendo resumidas como áreas ‘menores’ do design.

Por exemplo, a tecelagem e o bordado passaram de técnicas valorizadas durante a Idade Média para técnicas que continham cargas simbólicas e negativas ao longo da Idade Moderna, como a do trabalho feminino e a do trabalho manual, logo, “inferior”. Atribuía-se a imagem do artesão como o modelo de ausência de dotes intelectuais e fortemente associado ao trabalho feminino.

Vale ressaltar que o artesanato possibilitou às mulheres expressarem sua criatividade fora da indústria que estava dominada por homens. A atividade era adaptável ao ambiente doméstico, sendo compatível aos papéis atribuídos ao feminino. Todavia, por muito tempo o design excluiu o artesanato de sua história, restringindo a área ao estudo de objetos produzidos em massa. Essa exclusão da produção artesanal exclui também boa parte da produção feminina no design, que tinha o artesanato como único meio possível de produção (BUCKLEY, 1986).

Ao final do século XIX, com a Art Nouveau, William Morris propõe a retomada dos métodos tradicionais e artesanais em que o trabalhador participava de todas as etapas de produção. Porém a divisão sexual do trabalho acontecia dentro dos circuitos modernistas, em que foi considerado artista aquele que desenhava a produção, enquanto os executores continuavam pouco mencionados.

Seria interessante pensarmos nas muitas “artistas colaboradoras” presentes nas notas de rodapé da história da arte. Tais como a esposa e a irmã de Morris, que fabricavam os tapetes que ele desenhava, e cujos nomes são praticamente desconhecidos; ou Charlotte Perriand, parceira de Le Corbusier nas decorações de seus edifícios, figura ofuscada pela fama do arquiteto, a quem se atribuem muitas de suas criações; e ainda Elise Djo-Bourgeois, esposa do arquiteto Djo-Bourgeois, colaboradora nos conjuntos decorativos e responsável pela parte têxtil, mas raramente nomeada. É exatamente o que ocorre no Brasil com Regina Graz, esposa de John Graz, companheira nos projetos de decoração do marido, responsável pela parte têxtil, porém classificada, geralmente, como “executora”, enquanto ele consta como “designer”. (SIMIONI, 2010, p. 6)

Portanto, mesmo quando ocorre a retomada da valorização da tecelagem e do bordado, as mulheres continuam em posição de desvantagem. A crença da existência de atividades femininas e masculinas é fruto de um processo social de longa duração e que envolve muitas dimensões da vida social (SIMIONI, 2010).

Essa segmentação também ocorreu e pode ser observada na Bauhaus (1919-1933), centro de design e arquitetura de grande impacto no design industrial e gráfico do século XX. A escola promovia a igualdade entre os estudantes e a não distinção de raça e gênero. Apesar disso, na realidade, as mulheres eram majoritariamente influenciadas a se inscreverem na área têxtil. Técnica que era associada a virtudes que foram impostas às mulheres, como paciência, calma e obediência, além de ser realizada tradicionalmente nos espaços domésticos. As mulheres eram aceitas preferencialmente nos ateliês de cerâmica e de tecelagem, que se tornou praticamente um “nicho feminino” na escola. Isto é, mesmo quando as mulheres foram possibilitadas de ingressar nas academias de design, foram simultaneamente limitadas a manter-se na área que foi reservada a elas (CAMPI, 2010; SIMINIONI, 2010; VADILLO, 2009).

Na atualidade do campo do design, a divisão de áreas consideradas femininas persiste, Schneider (2010) indica algumas delas, como moda, decoração, cerâmica e joalheria – áreas correspondentes às indicadas por Cheryl Buckley (1986). O autor também afirma que os setores economicamente e socialmente ligados ao prestígio são predominados por homens. Reitera que essas barreiras exigem das mulheres ações de superação, além de medidas de adaptação às “regras dominantes” do design.

A segmentação de papéis adequados aos homens e mulheres está profundamente enraizada na cultura e pode funcionar como uma barreira que inibe as mulheres de escolherem suas carreiras. Outra grande dificuldade está na falta de disposição dos empregadores de darem apoio prático às mulheres com compromissos familiares. Esse pode ser um dos motivos para o maior índice de mulheres na educação e pesquisa em design, pois permite maior flexibilidade de horário para conciliar as múltiplas jornadas de trabalho feminino (BRUCE, 1985).

A respeito da separação entre design industrial e design gráfico, Margaret Bruce (1990) argumenta que a área de produto é vista tradicionalmente como mais masculina, sendo descrita como um trabalho mais duro, industrial e técnico. Também requer a comunicação direta com os engenheiros de produção e estes não aceitariam ordens de uma mulher. Esses pontos implicam um trabalho que tradicionalmente não é visto como adequado ao público feminino, ocorrendo na área gráfica uma proporção maior de mulheres estudantes e praticantes.

Margaret Bruce (1990) afirma que, para uma mulher com os talentos necessários se inserir em uma carreira de sucesso no design, é necessário superar três barreiras que um homem

igualmente talentoso não precisaria, sendo esses pontos cruciais para determinar as posições das mulheres no design gráfico e de produto. O primeiro é entrar em um curso de graduação, muitas vezes o curso pode ser apresentado como mais apropriado aos homens. O segundo obstáculo seria conseguir o emprego, os estereótipos de gênero podem atrapalhar as mulheres que desejam atuar em áreas diferentes das que são “vacionadas”, por exemplo, uma mulher que deseja trabalhar na área de design de produto pode enfrentar dúvidas sobre sua capacidade de transmitir informações técnicas para os que trabalham na produção. A terceira barreira é a capacidade de ter sucesso no trabalho. Uma das dificuldades das mulheres em conseguir sucesso é convencer os outros de que é capacitada e deve ser incluída entre os candidatos em potencial. Nesse aspecto, as redes masculinas também são uma barreira, muitas mulheres não possuem os mesmos *hobbies* e lazeres que seus colegas homens, muitas vezes nem mesmo o tempo para frequentar esses espaços, dificultando as interações no ambiente de trabalho, fato que ocorre tanto no setor industrial como no gráfico.

O obstáculo de inserção feminina nos cursos de graduação vem sendo rompido. Dados do Censo da Educação Superior de 2017¹² permitem visualizar que a diferença entre mulheres e homens que ingressam nas universidades do Brasil está diminuindo. Revelam que a porcentagem de pessoas do gênero feminino e masculino nos cursos de design é praticamente equivalente.

2.4.3. Reprodução de estereótipos de gênero

Os estudos de design e gênero ainda estão em estágios iniciais, mas são indispensáveis para que os profissionais não reproduzam estereótipos em suas criações e seus projetos. Conforme introduzem Karin Ehrnberger et al. (2012), somos constantemente confrontados com informações que refletem as nossas percepções de sociedade, esses elementos podem manifestar-se de maneira evidente e informativa ou mais sutil, na forma de códigos. Os códigos são transmitidos por meio da linguagem, corpo, roupas e também do design. E a forma como os interpretamos depende de nossas experiências anteriores e de fatores como classe, etnia, gênero, localização geográfica e contexto.

Portanto, é importante que os designers compreendam como os artefatos que criam afetam a formação e a manutenção dessas ideias, que incluem o gênero. A forma pode ser considerada para incorporar, refletir e reproduzir papéis de gênero e estruturas de poder em nossa sociedade. (EHRNBERGER et al, 2012, p. 85)

¹² <https://www.nexojournal.com.br/grafico/2017/12/13/G%C3%AAnero-e-ra%C3%A7a-de-estudantes-do-ensino-superior-no-Brasil-por-curso-e-%C3%A7rea>. Acesso em: 06 jan. 2020.

Frequentemente tendemos a naturalizar os significados e valores encontrados e manifestados por cada artefato, considerando que são fruto da natureza do objeto. No entanto foram construídos e são reconstruídos ininterruptamente por meio da cultura e de suas trocas simbólicas. Assim como o próprio gênero é uma categoria mutável, os significados atribuídos aos objetos não são estáveis nem determinantes do comportamento dos usuários ou da forma como usam o objeto para construir sua identidade. Os códigos de gênero presentes em um artefato não obrigam os usuários a construírem identidades de gênero específicas, mas agem de forma convidativa ou inibidora (CARDOSO, 2016; OOST, 2003).

A linguagem do produto, ou seja, suas funções estéticas formais, desempenham papel significativo em como compreendemos os objetos, mas também como percebemos nós mesmos (EHRNBERGER et al., 2012). E a publicidade age como um importante local para vincular os objetos a um público específico, tendo potencial de criar ligações entre o objeto e símbolos masculinos ou femininos, seduzindo o público-alvo e simultaneamente construindo o gênero e os meios para performá-lo. A publicidade costuma apresentar os estereótipos de gênero de forma restritiva, descrevendo, muitas vezes, as mulheres como emotivas, indecisas e exercendo suas atividades apenas no contexto doméstico. Esse material visual divulgado pela mídia de massa se refere ao gênero apenas com afirmações e reprime o espaço para outras interpretações (BRETTEVILLE, 1973).

Ellen van Oost (2003) discute como o telefone passou de um objeto projetado para a comunicação empresarial para gradualmente se transformar em um instrumento de comunicação social no ambiente doméstico fortemente vinculado à feminilidade. A apropriação do telefone pelas usuárias remodelou a feminilidade e também o próprio objeto. Na literatura encontramos outros exemplos, apresentaremos os brinquedos e produtos voltados às crianças, os barbeadores Philips e as propagandas de eletrodomésticos.

Os produtos direcionados às crianças são uma ilustração clara dessa separação. Brinquedos e roupas de gênero aparecem desde cedo, para as meninas usam cores como rosa, roxo ou vermelho e estão relacionados a maquiagem, roupas, culinárias e temas domésticos. A maioria dos brinquedos retratados para meninos é azul e está relacionada a indústria, ciências, robôs, dinossauros. Essa divisão cria a expectativa de que os meninos sejam inteligentes e lógicos, e as meninas, bonitas e atenciosas (EHRNBERGER et al., 2012). O projeto The Pink and Blue Projects (2015-atual) de JeongMee Yoon explora as predisposições de preferências culturais e as diferenças nos gostos das crianças e seus pais, de diversas culturas, grupos étnicos.

Ela constata que, em diversos lugares do mundo, independentemente de suas origens culturais, as meninas preferem roupas, acessórios e brinquedos cor-de-rosa.

Figura 02: The Pink and Blue Projects (2015-atual)



Fonte: JeongMee Yoon¹³.

A artista JeongMee Yoon conta que, para fazer as fotos (Figura 02), organiza e exhibe os pertences coloridos de rosa de várias crianças em seus quartos. Após começar o projeto, JeongMee identificou que muitos meninos também são direcionados a comprar objetos da cor azul. As seções de roupas e brinquedos infantis já estão divididas em rosa para as garotas e azul para os garotos. E atualmente esses costumes de cores são um padrão mundial.

Produtos voltados para o público feminino são caracterizados por formas suaves, limpas e orgânicas, cores brilhantes (de preferência rosa) e decorações como corações e flores. Produtos direcionados aos homens são definidos por formas angulares complexas e escuras, os produtos também expressam uma estética de máquina, bom desempenho, ou uma expressão que sugere desafio e perigo. Esse princípio de separação segue uma hierarquia, que indica que os produtos masculinos são mais valorizados que os femininos. Existem exemplos em que a linguagem é usada para comunicar superioridade, os produtos sinalizados ao público masculino

¹³ http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue.htm. Acesso em: 20 dez. 2020.

são descritos com adjetivos como profissional, exclusivo ou inteligente. Contudo, artefatos projetados com o objetivo de atender a todos os gêneros seguem, em sua maioria, como base de criação a imagem do homem. Os designers e engenheiros são majoritariamente homens e aplicam sua própria imagem como um usuário em potencial (EHRNBERGER et al., 2012; OOST, 2003).

Ellen van Oost (2003) abordou como os artefatos não são neutros e não adquirem a conotação de gênero somente na etapa da publicidade ou do uso. Para a autora, o gênero guia todo o processo de design. Para exemplificar seus estudos, a autora analisa os barbeadores da Philips. Constata que as lâminas elétricas eram inicialmente voltadas aos usuários homens, com formas robustas, ergonômicas, projetadas para remeter ao novo e moderno. As mulheres passaram a ser um público em potencial com as mudanças da moda que contribuíram para a prática de remoção de pelos de praticamente todo o corpo feminino. Assim, a Philips passou a desenvolver produtos de depilação específicos para o público feminino e masculino.

A autora percebeu que, além dos tons rosados e decorações com flores, existia a premissa de que as mulheres não gostam da associação com a tecnologia. Portanto, ocorreu o mascaramento da tecnologia nos depiladores femininos, que passaram a ser vendidos como um item de cosmético e não algo eletrônico. Os métodos usados para ocultar a tecnologia incluíam o uso de perfume para mascarar o cheiro de óleo, remover os parafusos visíveis, transformar o depilador em um item de beleza, enquanto o depilador masculino exaltava a tecnologia e a tornava visível em seu exterior, constando o vínculo entre os homens e a competência tecnológica inscrita nos artefatos de design, como os barbeadores.

Dessa forma, os depiladores Philips refletiam símbolos e identidades de gênero dominantes, também a generalização da competência tecnológica prevalecente. Os resultados apontados pela pesquisa de Ellen van Oost (2003) alegam que os depiladores femininos não apenas “disseram” às mulheres sobre as normas culturais com respeito a depilação de pelos, mas também que não “deveriam” gostar de tecnologia. Esse *script* pode ser rejeitado ou modificado pelos usuários, mas ainda assim inibe as mulheres de se verem interessadas em tecnologia, ou como tecnologicamente competentes, e convida os homens a se verem dessa forma.

Figura 03: Philips Beauty Set (anos 1970)



Fonte: TodoColecion, 2020.¹⁴

Figura 04: Philip Shaver (1939)



Fonte: First Versions, 2015.¹⁵

¹⁴<https://www.todocoleccion.net/vintage-moda/vintage-philips-beauty-set-anos-70-manicura-funcionando~x42415346>. Acesso em: 18 jan. 2021.

¹⁵<https://www.firstversions.com/2015/08/philips-electric-razor.html>;
https://en.wikipedia.org/wiki/Electric_shaver. Acesso em: 18 jan. 2021.

trabalhos manuais. Destaca o processo constante de aderência do corpo feminino ao cenário da casa, muito difundido em matérias publicitárias do período, evidenciando um processo de simbiose entre a mulher e a casa, que resulta em uma baixa capacidade de individualização feminina. A fusão entre o corpo feminino e o ambiente doméstico implica funções diferentes para a mulher, como citado a seguir.

A presença feminina está em cada objeto da casa, não apenas na manutenção, mas no arranjo dos objetos no espaço, nas matérias-primas escolhidas, na educação dos empregados. A personalidade feminina está espalhada nos espaços da casa, outorgando forma física à extrema sociabilidade que se exige da mulher nesse período. [...] A função de mediadora está em oposição à personalidade marcante, forte própria dos homens. (CARVALHO, 2008, p. 105)

Figura 06: Epel (anos 1940) e Dormeyer (anos 1950)

The figure consists of two side-by-side advertisements. The left advertisement is for Epel, featuring a central illustration of a woman in a dark dress and high heels, holding a vacuum cleaner. Surrounding her are six framed boxes, each containing an illustration of a different appliance and its name in Portuguese: a liquidificador (blender), a batedeira elétrica (electric mixer), a liquidificador elétrico (electric blender), a chuveiro elétrico (electric shower), radios (radios), and a centradora elétrica (electric mangle). The headline at the top reads "ASSIM, A VIDA É MELHOR". At the bottom, it says "INDÚSTRIAS REUNIDAS INDIAN EPEL LTDA." and provides contact information. The right advertisement is for Dormeyer, with a large, bold headline "WIVES." and a sub-headline "Look this ad over carefully. Circle the items you want for Christmas. Show it to your husband. If he does not go to the store immediately, cry a little. Not a lot. Just a little. He'll go, he'll go." Below this is a grid of ten small illustrations of various appliances, each with a label: hand mixer, automatic toasters, coffee maker, waffle grills, hand mixer, ironing sockets, pre-heat cookers, paper-hot cups, can opener, and combination. At the bottom, it says "Husbands: Look this ad over carefully. Pick out what you wife wants. Go buy it. Before she starts to cry." and includes the Dormeyer logo.

Fonte: site Propagandas Históricas.¹⁷

Os anúncios exibidos na Figura 06 são dos anos 1940 e 1950 e referem-se à mulher no ambiente doméstico e ao controle por meio dos eletrodomésticos. O anúncio da Epel indica uma mulher bem-vestida e aparentemente alegre acompanhada de seu aspirador de pó. Alega que, com os eletrodomésticos da marca divulgada, a vida é melhor, pois eles trazem conforto às donas de casa. O anúncio da Dormeyer dá o seguinte recado para as esposas “Olhem esta

¹⁷ Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2014/01/dez-propagandas-historicas-machistas.html>. Acesso em: 10 jan. 2020.

propaganda com carinho. Circulem os produtos que vocês querem para o Natal. Mostre para o seu marido. Se ele não for à loja imediatamente, chore um pouco. Não chore muito. Um pouco. Ele irá”. Após mostrar os produtos, a empresa completa com uma mensagem direcionada aos maridos em que diz para eles comprarem todos os eletrodomésticos para as mulheres antes que elas chorem. Aqui, além de conservarem a imagem da mulher atrelada às funções da casa, também é realçado o choro como uma característica feminina.

Essas duas propagandas são um exemplo da manutenção de estereótipos de gênero que esteve presente dentro da mídia após os tempos de guerra. Isso porque, enquanto os homens estiveram afastados, as mulheres foram incentivadas a adentrar o mercado de trabalho e a ocupar áreas consideradas de predomínio masculino. Porém, nos períodos de paz, quando os homens retornaram, o processo foi revertido e as mulheres foram influenciadas a regressar aos seus papéis tradicionais de donas de casa. Essa influência se deu em grande parte pela produção de eletrodomésticos e a maneira como foram divulgados na mídia¹⁸.

As figuras apresentadas anteriormente se referem a propagandas de décadas atrás. Todavia, algumas marcas ainda utilizam da mídia de massa para divulgar materiais visuais que reforçam estereótipos de gênero, como vemos na Figura 07 abaixo.

Figura 07: Propagandas das marcas Mr. Músculo (2015) e FastShop (2016)



Fonte: Revista Fórum.¹⁹

¹⁸ CARDOSO, R. Indústria e sociedade pós-guerra. In: **Uma introdução à história do design**. Editora: Edgard Blucher, 2002, pp. 146-152.

¹⁹ Disponível em: <https://revistaforum.com.br/noticias/as-10-propagandas-mais-machistas-e-racistas-do-ultimo-ano/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

Ambas as propagandas da Figura 07 reforçam a múltipla jornada de trabalho presente no cotidiano das mulheres. Também associam o trabalho doméstico como algo de responsabilidade exclusiva feminina, comunicando que as atividades como carreira, lazer e qualquer outro objetivo feminino viriam sempre depois do trabalho doméstico.

Os exemplos citados acentuam a necessidade de uma perspectiva crítica dos processos de design, pretendendo a concepção dos artefatos como elementos que não são estáticos e se afastando de um raciocínio normativo, assim, desenvolvendo um novo design, não apenas quanto ao gênero, mas também em termos de classe, idade, etnia.

Nesse sentido, a pesquisadora holandesa Els Rommes (2014) observa sob a ótica de gênero estratégias que empresas de design – exclusivamente aquelas aplicadas às tecnologias de informação e comunicação – utilizaram para projetar de forma inclusiva. Em sua pesquisa, Els Rommes (2014) aponta que o caráter de gênero pode ser analisado a partir de três dimensões nas quais a sociedade é baseada, a fim de percebermos possíveis desigualdades e exclusões, sendo elas: estrutural, identitária e simbólica. Na dimensão estrutural, podem ser feitas perguntas como: quem tem acesso a esse produto? Quais recursos (financeiro, socioculturais, físicos) são necessários para usar esse produto? Quem está sendo excluído? Analisar essas dimensões em um produto pode auxiliar a compreensão das possíveis causas das exclusões e expandir a sensibilidade dos designers ao projetar. Na dimensão identitária, a autora sugere perguntas como: quais habilidades físicas e quais preferências são necessárias para se utilizar esse produto? A autora argumenta que, nessa etapa de criação, podem ocorrer entrevistas e testes de usabilidade com possíveis usuários finais de modo a contemplar um número maior de individualidades. Na dimensão simbólica, as questões podem ser: quais objetivos e valores o produto representa? Com quais meios simbólicos o produto é comercializado? Quais estereótipos são reproduzidos? Para analisar essa dimensão, é necessária uma análise crítica feminista para esclarecer quais estereótipos e símbolos estão incorporados ao produto.

Essas três dimensões são apenas uma das formas de uma análise multidimensional de gênero. Mas a principal função dessas compreensões é oferecer ferramentas para compreender de forma mais abrangente de quem é o mundo representado em um produto, encontrando métodos para não reproduzir os erros demonstrados nos exemplos anteriores. Os estudos de Els Rommes (2014) apontam para a necessidade de mais pesquisas para aprofundar quais as melhores práticas de construção das representações dos usuários. Contudo, por trás de todas as metodologias sugeridas e investigadas na pesquisa, a principal ferramenta parece ser a conscientização dos designers sobre seus próprios valores feministas e de suas possíveis consequências. Na pesquisa de Els Rommes (2014), os profissionais que acreditavam na

possibilidade de os produtos influenciarem a identidade de gênero conscientemente escolheram projetar produtos mais inclusivos ao gênero ou mesmo transgressivos. Essas discussões podem ser ampliadas para pensarmos outros tipos de marcadores sociais, como corpo, classe, idade, raça, etnia, entre outros.

Dessa forma, podemos concluir que o aumento dos estudos feministas com a inserção das mulheres no ambiente acadêmico resultou no ato de repensar diversas áreas por meio do reconhecimento e da investigação de desigualdades encontradas, suscitando questionamentos como as possíveis contribuições do design para a transformação do gênero na sociedade. Margareth Rago (1996) declara que o feminismo colabora para a crítica cultural contemporânea e traz visibilidade não apenas às mulheres e às questões feministas, mas às formas operantes de exclusão. Decerto é evidente a importância do movimento nas lutas e conquistas referentes ao tema, e quando olhamos para o cenário do design a partir do enfoque do feminismo compreendemos que ainda há muitas direções a serem trilhadas e aprofundadas. “O feminismo denuncia e critica. Logo deve ser pensado e lembrado” (RAGO, 1996, p. 15).

3.5. Cenário da área e associações de Design: análise documental

O interesse e as discussões a respeito das relações entre o design e o feminismo não se dão apenas na academia. Giselle Safar e Marcelina Almeida (2014) afirmam que organizações femininas da área estão se mobilizando e realizando encontros e exposições a fim de diminuir a invisibilidade histórica desse campo. Entre as mais importantes citam: International Gender Design Network – IGDN (Alemanha); Scandinavian Network for Women on Design Research – WONDER 5 (Noruega); Association of Women Industrial Designers – AWID (Estados Unidos); Damsels in Design (Estados Unidos).

O levantamento em outras associações da área possibilitou a análise de iniciativas em prol da participação e do reconhecimento do feminino, como a Icoграда ou ico-D (Conselho Internacional de Associações de Design Gráfico), que em 2019 selecionou como tema do Dia Mundial do Design as mulheres na área. Assim, destacou a falta do protagonismo feminino em contraposição ao amplo predomínio masculino e também a tendência da história do design em desvalorizar as conquistas femininas. Esse tema foi proposto a fim de homenagear as notáveis designers do passado e do presente e reivindicar que os profissionais da área reflitam profundamente sobre o estado da profissão.

A Icoграда também é uma das responsáveis pela bienal internacional dedicada às estudantes, pesquisadoras, professoras e profissionais atuantes na área do design de

comunicação visual. O Prêmio Women in Design (AWDA)²⁰ teve início em 2012 e seu objetivo é reconstruir e reconhecer a contribuição feminina no campo do design de comunicação visual, tanto historicamente quanto nos dias atuais. A premiação também promove e investiga as linguagens, poéticas e diferentes abordagens do design gráfico feito por mulheres, que de outra forma seriam dificilmente reveladas e divulgadas.

O Fórum Internacional de Mulheres Designers também inclui a Icograda como associação cooperadora. É uma rede de mulheres fundada em 1992 que promove o intenso diálogo e discurso entre os membros, mostrando conceitos e projetos femininos que abordam temas como as questões sociais.

Da mesma forma, foi analisada a WDO (World Design Organization), antiga ICSID, organização internacional não governamental e voz internacional do design industrial. Identificou-se uma pesquisa exploratória realizada pela WDO em conjunto com a Icograda no ano de 2005: *Women in Design: an exploratory survey on behalf of ICSID and Icograda* (2005)²¹ (“Mulheres no Design: uma pesquisa exploratória em nome do ICSID e Icograda”). O estudo apresenta como ponto de partida uma pesquisa que abrange as sociedades de membros da ICSID e Icograda, também exerce a função de sensibilização dos membros das associações, a identificação das necessidades das mulheres e compreensão de pontos como:

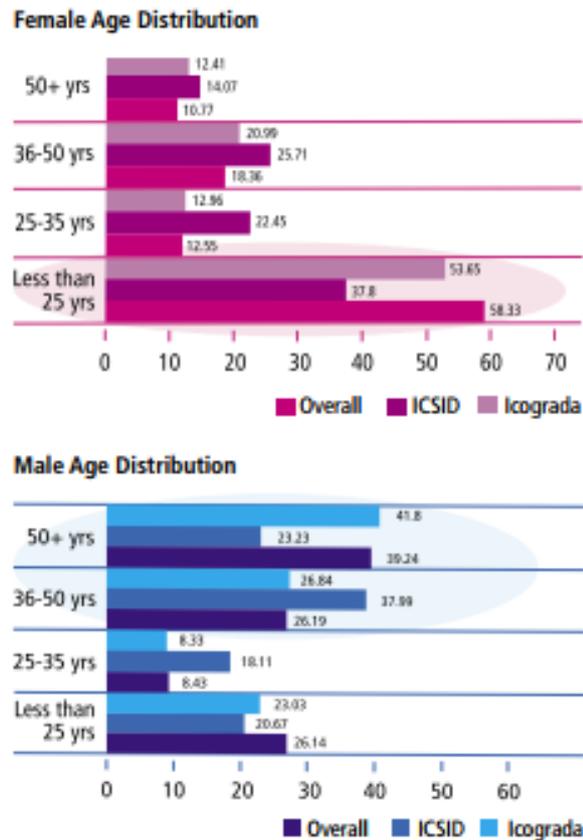
- número de mulheres entre seus membros;
- diferenciação entre profissional, educacional, promocional, funções gerenciais/executivas;
- necessidades especiais de mulheres designers;
- serviços e programas especiais que elas apreciariam dos órgãos internacionais;
- razões pelas quais elas não estão representadas nos conselhos internacionais.

O estudo *Women in Design* explora a ocorrência de disparidade entre os papéis das mulheres e dos homens no âmbito do design. Alguns dos resultados desse estudo para o ano de 2005 é de que mais de 50% das mulheres membros das associações envolvidas possui idade inferior a 25 anos, enquanto os homens estão em maioria entre as idades de 36 e 50 anos, e também apresentam maior equilíbrio entre as faixas etárias.

²⁰ Site do Prêmio Women in Design: <https://www.aiap-awda.com/>. Acesso em: 20 mar. 2020.

²¹ https://www.ico-d.org/database/files/library/Women_in_Design_survey_2005.pdf, relatório do estudo. Acesso em: 20 mar. 2020.

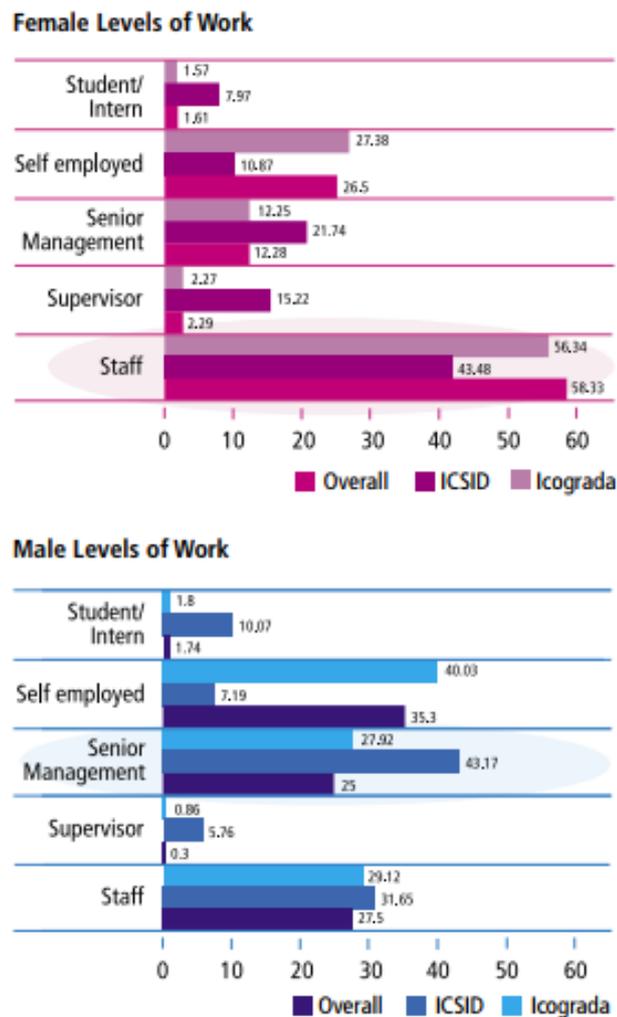
Figura 08: Faixa etária dos associados ICSID e Icograda



Fonte: *Women in Design*, 2005, p. 8.

Para os autores da pesquisa, os resultados podem indicar que a igualdade entre os gêneros é um fenômeno recente e em andamento. Com relação aos cargos ocupados por cada gênero, as mulheres estão em grande maioria nos cargos de funcionárias (*staff*), enquanto os homens ocupam em maior quantidade o cargo de gerência sênior. Porém, essa questão também indica que além da minoritária participação das mulheres, a predominância é de jovens, revelando a total desigualdade e preconceito com as mulheres idosas, que estão no momento de maior experiência e no qual deveriam estar nos conselhos mais importantes e representativos da área. Ademais, o estudo mostra que possivelmente essa é a razão pela qual os homens tendem a receber mais prêmios de design, pois os gerentes de projeto recebem as recompensas em nome da equipe. As respostas da pesquisa também apontam que mais da metade das mulheres não se sente tratada como igual no mundo do design.

Figura 09: Cargo dos Associados ICSID e Icograda



Fonte: *Women in Design*, 2005, p. 8.

Ademais, foi investigada a AIGA (Professional Association for Design) dos Estados Unidos, observou-se o programa AIGA Women Lead, que busca capacitar as mulheres do design e promover o diálogo sobre questões enfrentadas pelas profissionais atualmente e se empenha em abordar as iniquidades persistentes de maneira inclusiva e construtiva. Segundo levantamentos da associação, as mulheres superaram os homens como membros, porém na liderança a representação feminina e a equidade entre os gêneros continuam sendo um desafio. Portanto, desenvolvem programas, eventos e recursos para o público desde 2014 em todo o país.

Investigamos nas associações de design brasileiras iniciativas relacionadas à equidade de gêneros na área. A ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos no Brasil), organizadora

da Bienal Brasileira de Design Gráfico, manifestou que um dos objetivos da 13ª edição do prêmio (2019)²² foi apresentar a diversidade presente no Brasil, rompendo com fronteiras e evidenciando o design para além da região Sul e Sudeste do país. Da mesma forma, pretendiam valorizar o papel da mulher dentro do design, expondo mais projetos realizados por mulheres e para mulheres. Uma maneira de mudar o cenário da premiação foi alterar o júri anteriormente composto por uma banca aproximadamente 15% feminina para uma banca mais igualitária, que trouxe maior representatividade no júri com quase 50% homens e 50% mulheres de regiões diferentes do Brasil. A associação também afirma que por muitos anos errou e ficou distante de questões sociais, reproduzindo comportamentos elitistas, racistas e pouco agregador para o país. Alega estar mais atenta aos problemas estruturais da sociedade brasileira, com a criação de um Grupo de Trabalho dirigido e organizado por Leonardo Buggy e Mel Campos, que visa coletar, editar, gerar e implantar ideias que aumentem a presença de pessoas pretas nos quadros da ADG Brasil que, no ano de 2020, organizou diversas rodas de conversa disponibilizadas on-line com temas como “Design preto brasileiro” e “O design é feminino”, que contaram com a presença de mulheres como Adriane Shibata, Camila Rosa, Dandara Almeida, Flávia Zimbardi, Giulia Fagundes, Goya Lopes, Mel Campos, Samia Jacintho e Vanessa Queiroz.²³

Além da ADG, levantamos a ADP (Associação de Designers de Produto no Brasil), porém não foi encontrada nenhuma iniciativa em relação às mulheres no design. A ABEDESIGN (Associação Brasileira de Empresas de Design) apresentou sobre a temática apenas uma entrevista sobre mulheres no design na plataforma Designfilia²⁴, que busca valorizar e fomentar o design brasileiro. Os resultados das associações brasileiras em relação às demais podem indicar que o Brasil carece de resoluções por parte das associações da área com relação à busca de igualdade de gênero na atuação profissional.

No decorrer da pesquisa, também foram localizados projetos de organizações sem fins lucrativos normalmente fundadas por mulheres da área em objeção às desigualdades ao gênero feminino. Um exemplo é a iniciativa global com filiais em 280 cidades do mundo, incluindo cidades no Brasil, a Ladies, Wine & Design foi fundada em 2015 por Jessica Walsh. A missão na iniciativa é a conquista de mais diversidade na indústria criativa, especialmente nas funções de liderança, oferecendo gratuitamente círculos de mentoria, análises de portfólio, palestras e encontros criativos. Incluem um espaço receptivo para todas as mulheres, pessoas não binárias,

²²<https://www.gazetadopovo.com.br/haus/design/bienal-brasileira-design-grafico-diversidade-sotaques-visual/>. Acesso em: 10 mar. 2020.

²³ <https://adg.org.br/a-adg-brasil/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

²⁴ <https://designfilia.com.br/mulheres-no-design-entrevista-com-karen-cesar/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

agêneras e não conformes de gênero.²⁵ Com atuação similar encontra-se a comunidade global Ladies That UX, que visa reunir e promover o público feminino nos mercados de tecnologia, bem como incentivar e capacitar novos talentos. Foi criada em 2013, no Reino Unido, pelas designers Elizabeth Kelly-Dyson e Georgie Bottomley, ao perceberem a baixa presença feminina na área de UX (experiência do usuário) design. A preocupação com o protagonismo feminino também aparece em projetos on-line com a criação de sites e perfis no Instagram. Projetos como Women of Graphic Design (Mulheres no Design Gráfico)²⁶, que foca em expor as contribuições das mulheres no design gráfico e explorar questões de gênero na educação da área. Demais projetos estão buscando incentivar cada vez mais mulheres na profissão e investigar a história das designers, como a Designer Gráfica, Women of Type Design (Mulheres na Tipografia do Design), UX Minas Pretas, Mulheres Design, Sororidade Design, Contra Fluxo Podcast.

No Brasil, a designer e pesquisadora na área de Estudos de Gênero e História do Design Maria Catarina de Alencar Ribeiro²⁷ realizou o projeto pessoal de catalogação de designers brasileiras entre 2015 e 2020. A autora busca registrar as mulheres brasileiras da área em resposta à falta de nomes femininos nos livros de história do Design. O registro é acessível para todas que quiserem escrever seus nomes na lista e dividido por regionalidade. Até o momento da última atualização da lista, que ainda não foi divulgada, foram registrados 774 nomes de todas as regiões do país. A maior concentração de mulheres está na área do Design Gráfico, seguido de Pesquisa e Ensino e Design Editorial.

2.6. A relevância das premiações

As premiações de design são identificadas por proporcionarem visibilidade e reconhecimento aos profissionais selecionados, também por contribuírem com a construção de um amplo registro histórico da produção brasileira na área. Os objetos e projetos selecionados para compor os catálogos dos prêmios são capazes de refletir “as preocupações do design ao longo do tempo na busca por apresentar soluções aos anseios da sociedade de sua época” (CARNASCIALI, 2014, p. 123). Além disso, as premiações conferem aos produtos e aos designers um diferencial e destacam a sua qualidade, propiciando o aumento de seu consumo. (MOURA, 2015).

²⁵ <https://ladieswinedesign.com/>. Acesso em: 08 jan. 2021.

²⁶ <https://womenofgraphicdesign.org/>. Acesso em: 08 jan. 2021.

²⁷ <https://drive.google.com/file/d/1d70xb8-HTxmPen4AoaCqrl4wkJLSecqW/view>. Acesso em: 09 jan de 2021.

Como resultado, condicionam maior visibilidade para os selecionados e participantes. Também pela obra apresentada cooperam com o construto histórico dos futuros designers e com a área de forma ampla, uma vez que a referência da criação se torna exemplos projetuais (ROMANO, NUNES & MOURA, 2020).²⁸

Segundo Cyntia Sousa (2019), o acesso a esses produtos vencedores, que passam a compor acervos de museus parceiros, corrobora para a percepção de como os critérios de avaliação adotados se materializam nos produtos vencedores de tais premiações. Também tornam perceptíveis as demandas de um momento da sociedade a partir das características e soluções encontradas pelos profissionais. Assim, os documentos advindos dos resultados das premiações, constituem “um importante referencial para a construção e atualização permanente no repertório, tanto de docentes quanto de estudantes de design” (SOUSA, 2019, p. 231) e estão na fronteira de uma visão idealizada de futuro e da contribuição do design para a sua concretização, pois as exposições são capazes de revelar a um público mais amplo reflexões sobre o cotidiano.

François Burkhardt (1989), sobre o papel dos museus, destaca sua importância para além da recuperação de fatos históricos. Para o arquiteto, os museus podem atuar em campos que possibilitem o desenvolvimento do presente e que integrem uma afirmação e um destino para o futuro, sem fórmulas e sim com vias abertas para que os partícipes as concluam. Contudo, no cenário brasileiro, as exposições de objetos de design premiados tendem a remeter mais aos valores mercadológicos, não possibilitando reflexões aprofundadas, como o destaque ao fazer do projeto enquanto atividade produtiva de alternativas e possibilidades (LEON, 2012).

Os designers Lionzo, Bessa e Tereza Bettinardi (2019)²⁹ ressaltam fatores negativos que podem ocorrer nas premiações. Como o custo elevado de inscrição e a avaliação dos projetos e trabalhos por meio de fotos. Esses pontos são problemáticos, pois muitos profissionais não possuem condição material e bons equipamentos para a documentação de seus trabalhos, podendo comprometer a avaliação de seus trabalhos.

2.7. Premiações analisadas

2.7.1. Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil

²⁸ ROMANO; NUNES & MOURA (2020). Protagonismo Feminino no Prêmio Design Museu da Casa Brasileira: análise dos anos 2017 a 2019. In: **Colóquio Internacional de Design/edição virtual 2020**.

²⁹ <https://cotidiano.diagrama.co/>. Acesso em: 22 set. 2020.

A ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos), fomentadora da Bienal de Design Gráfico do Brasil, possui mais de trinta anos de atuação. Foi fundada em 1989, apoiada na necessidade de fortalecimento e consolidação da área no país. Desde então, atua na divulgação e valorização do design gráfico brasileiro, facilitando o canal entre os profissionais e o público em geral e desenvolvendo programas de atuação profissional, exposições, concursos e, bienalmente, a amostra de design gráfico. Busca afirmar a identidade da profissão, colaborando para o desenvolvimento social, cultural e econômico do país.³⁰

A ADG passou a ser reconhecida entre muitos estudantes e profissionais principalmente por promover a Bienal de Design Gráfico (PIAIA, 2013). Esse prêmio, segundo o designer Stolarski (2009), é a mais importante exposição regular sobre design gráfico do país. Isso se deve a três fatores expostos pelo autor:

Em primeiro lugar, ela foi a única exposição do gênero que conseguiu sustentar sua periodicidade – até hoje. Em segundo lugar, ela foi a mais representativa do ponto de vista quantitativo, começando com algo em torno de cinquenta trabalhos por edição e estabilizando-se com trezentos e poucos após alguns biênios, somando aproximadamente 1.500 trabalhos apresentados até hoje. Finalmente, ela foi também a mais representativa do ponto de vista qualitativo, não apenas porque os trabalhos que apresentou foram considerados os melhores produzidos a cada dois anos, mas porque os critérios e a estrutura de seleção dos trabalhos foram constantemente aprimorados, resultando em um evento de qualidade projetual e crítica sem paralelo. Do ponto de vista histórico, a Bienal é, portanto, nosso maior testemunho dos últimos vinte anos. Tudo o que aconteceu de lá para cá está, de certa forma, estampado nas páginas de seus catálogos. (STOLARSKI, 2009, p.11)

Dessa forma, a premiação seleciona trabalhos de todo o país, registrando e expondo no decorrer das treze edições já realizadas mais de 3 mil projetos de design para o público. Celebra o amadurecimento do design gráfico no Brasil, mas também do design em sua totalidade ao expor projetos de design de produto, moda, quadrinhos e publicidade, sendo um grande evento de todo o design brasileiro (PORTO, 2017).³¹

2.7.2. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira

O Prêmio Design Museu da Casa Brasileira é realizado desde 1986 em conjunto com o Museu da Casa Brasileira e a instituição da Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo. É um dos eventos mais antigos e segundo a curadora e crítica Adélia Borges, este

³⁰ <https://adg.org.br/a-adg-brasil/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³¹ <https://www.abcdesign.com.br/12a-bienal-brasileira-de-design-grafico/>. Acesso em: 20 dez. 2020.

“tornou-se o referencial maior quando se fala do design de equipamentos para o habitat em nosso país” (...) retratando a trajetória do design contemporâneo brasileiro” (BORGES, 1996, p. 10). Assim, o prêmio transmite anualmente um panorama da produção nacional com categorias que englobam o Design de Produto, a Produção Escrita (acadêmica e editorial ligadas ao design) e o Concurso de Cartaz.

Recebe por volta de setecentas inscrições advindas de todo o país por ano, entre os critérios de seleção estão aspectos como a qualidade estética, a criatividade e a funcionalidade (LEAL, 2012). A premiação de design de produtos abrange oito categorias, sendo elas: mobiliário, utensílios, iluminação, têxteis, equipamentos eletroeletrônicos, de construção, de transporte e trabalhos escritos. Cada uma delas permite a participação tanto de produtos já desenvolvidos e lançados como de protótipos. Os trabalhos selecionados pelo júri compõem os catálogos de cada edição, e neles é possível reunir informações que compreendem um amplo material de pesquisa sobre o design brasileiro.

Na 33ª edição do prêmio, no ano de 2019, ocorreram algumas transformações significativas, como no caso do Concurso do Cartaz, realizado com o intuito de incentivar o design gráfico. Na edição pontuada, a comissão julgadora, coordenada por Gustavo Piqueira, percebeu uma presença expressiva de peças nas quais predominaram referências às questões sociais e ao cenário político brasileiro, temas que não costumavam despontar no concurso em edições anteriores. Os cartazes premiados nesta edição atenderam, além dos requisitos habituais de seleção, também ao comprometimento em discutir o cenário sociopolítico do Brasil (MUSEU DA CASA BRASILEIRA, 2019).³²

³² https://issuu.com/museudacasabrasileira/docs/33pd_catalogo_online_port_paguni. Acesso em: 12 set. 2020.

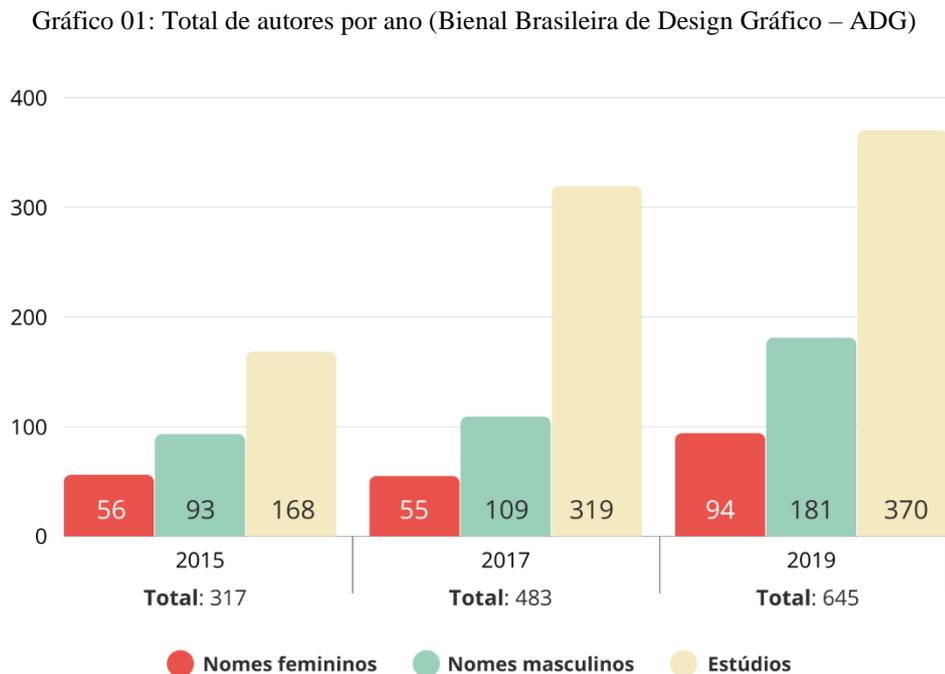
3. RESULTADOS

3.1. Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG

Os levantamentos da Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG foram divididos em quatro tópicos, sendo eles autoria, destaques, integrantes da equipe e jurados.

3.1.1. Autoria

A autoria dos projetos selecionados para os catálogos da Bienal de Design Gráfico (ADG) foi dividida neste estudo em três classificações: nomes femininos, nomes masculinos e autoria de estúdio, que integra nomes de empresas, agências, coletivos e estúdios. Foi contabilizado o número de vezes em que nomes pertencentes a essas categorias aparecem na premiação descritos como autores. Em alguns casos, os projetos podem receber mais de um nome como autor. O gráfico 02 disponíveis a seguir refletem os resultados do levantamento de autores.



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 02: Total de autores por categoria no ano de 2015, 2017 e 2019. (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

No geral, o número de autores selecionados nas premiações da Bienal de Design Gráfico dos três anos analisados (2015, 2017 e 2019) derivados de estúdios foi superior aos do gênero masculino e feminino. Esse dado exemplifica os modos de atuação presentes no design contemporâneo citados por Mônica Moura (2010) anteriormente, em que muitas vezes os profissionais escolhem se organizar em forma de grupos, duplas ou coletivos.

Foi possível notar um aumento significativo no número de autorias de estúdios e de nomes masculinos ao longo dos três anos, sendo notável essa variação para os nomes femininos apenas na premiação de 2019.

Comparando somente esses gêneros nesses anos, o número de autores selecionados do gênero masculino foi maior do que o do feminino, em média 127,6 homens sendo premiados por ano contra uma média de 68,3 mulheres premiadas por ano, ou seja, houve predominância de autores selecionados homens nessas três premiações.

Em relação às categorias das premiações, o número de autores selecionados foi em sua maioria do gênero masculino nos três anos, com exceções apenas em 2017 na categoria “Digital”, na qual a quantidade de autores foi igual para ambos (um autor feminino e um autor masculino); e em 2019, nas categorias “Digital”, “Embalagens” e “Design de Serviços”, cujos números de autores do sexo masculino foram iguais em “Digital” (cinco autores femininos e cinco autores masculinos) e em “Embalagens” (dois autores femininos e dois autores masculinos), e no caso de “Design de Serviços”, a quantidade de autores do gênero feminino foi superior à do gênero masculino, com seis mulheres selecionadas contra nenhum homem para essa categoria.

3.1.2. Destaques

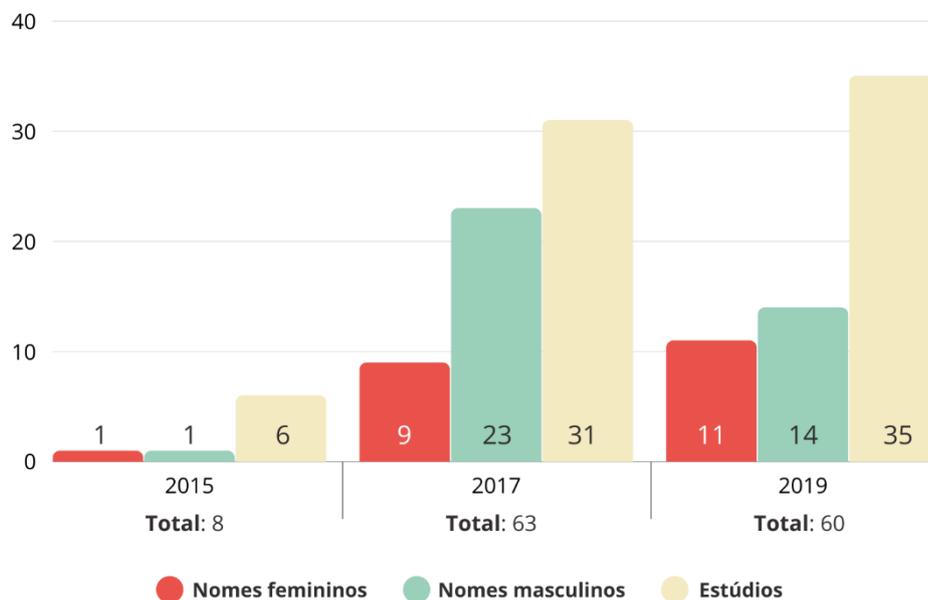
Estes foram os trabalhos que receberam destaque durante a premiação de cada ano. As autorias desse segmento seguem a divisão anterior de nomes femininos, masculinos e estúdio. O Quadro 03 e o Gráfico 03 representam os resultados obtidos a partir do levantamento dos destaques.

Quadro 03: Número de destaques por categoria 2017-2019 (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)

Categorias	2015			2017			2019		
	Feminino	Masculino	Estúdio	Feminino	Masculino	Estúdio	Feminino	Masculino	Estúdio
Branding e Identidade de marca	-	-	-	-	-	11	2	1	6
Design de serviços	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Design editorial	1	1	2	6	13	5	3	6	6
Design promocional	-	-	-	1	2	4	1	1	3
Design digital	-	-	3	-	-	4	-	2	3
Design de embalagens	-	-	1	-	2	4	1	-	5
Espacial	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Fronteiras do Design	-	-	-	2	6	2	1	1	2
Pensado o Design	-	-	-	-	-	-	3	1	1
Tipografia	-	-	-	-	-	1	-	2	3
Nenhuma das anteriores	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	1	1	6	9	23	31	11	14	35

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 03: Número de destaques por ano (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Os números de destaques variaram de acordo com o aumento da presença dos gêneros feminino e masculino ao longo dos anos analisados da Bienal de Design Gráfico. O ano de 2015 teve o menor número de autores com destaque entre as três premiações, sendo em sua maioria entregues para estúdios. Em 2017, houve aumento da quantidade de autores dos gêneros feminino e masculino, sendo essa superior aos autores de estúdios, com mais homens

selecionados do que mulheres. Na premiação de 2019, os destaques de estúdios superaram os dos gêneros feminino e masculino, com a diminuição da diferença entre os destaques entregues aos gêneros feminino e masculino, uma vez que a quantidade de mulheres com autoria destacadas aumentou, enquanto a de homens diminuiu, embora estes ainda tenham recebido mais destaques.

3.1.2. Integrantes da equipe

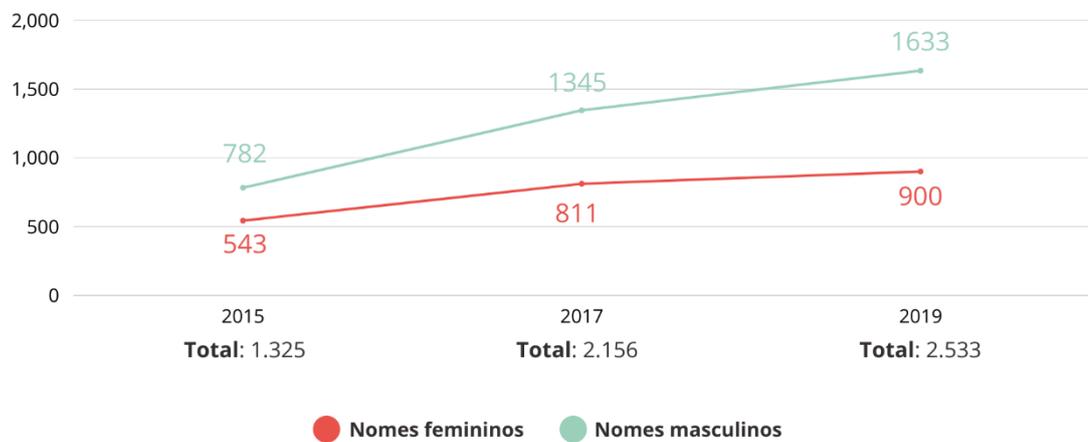
O Quadro 04 e o Gráfico 04 refletem os resultados obtidos a partir da análise dos nomes citados que constituíam a equipe responsável pelo projeto selecionado na Bienal. O site da Bienal da ADG disponibilizava, além dos nomes dos autores, os nomes da equipe, divididos em diferentes funções, profissões e cargos.

Quadro 04: Número de integrantes por categoria 2017-2019 (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)

Categorias	2015		2017		2019	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
Branding e Identidade de marca	140	169	305	472	317	572
Design de serviços	-	-	-	-	17	15
Design editorial	216	274	274	371	228	319
Design promocional	55	84	104	211	32	86
Design digital	41	129	37	83	68	174
Design de embalagens	68	84	80	124	56	113
Espacial	20	26	-	-	122	142
Fronteiras do Design	-	-	33	50	4	67
Pensado o Design	3	16	-	-	18	27
Tipografia	-	-	5	34	23	88
Nenhuma das anteriores	-	-	-	-	15	27
Total	543	782	811	1345	900	1633

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 04: Número de integrantes em equipe por ano (Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG)



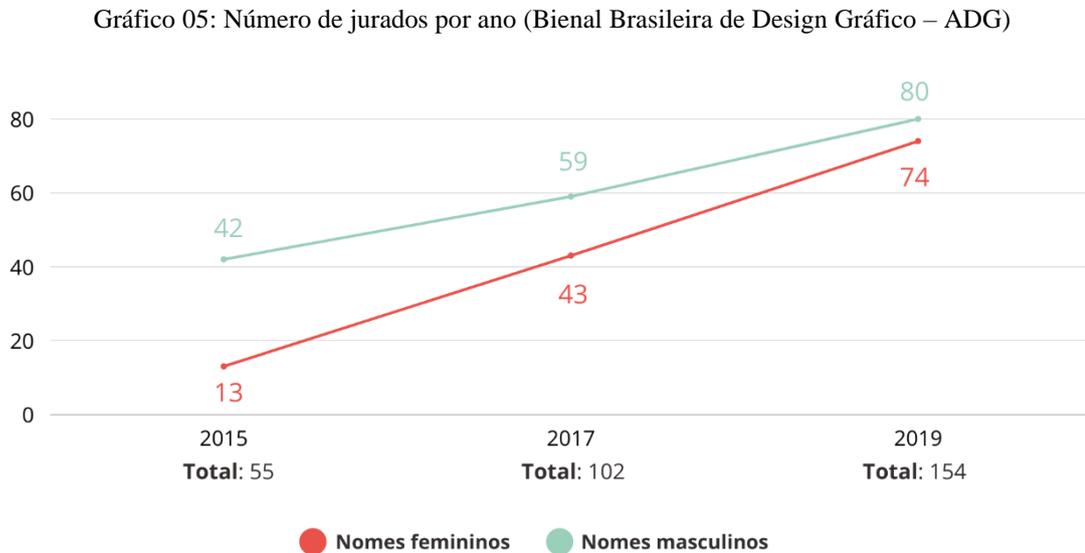
Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

No geral, o número de integrantes das equipes teve um aumento significativo ao longo das premiações para ambos os gêneros, com a quantidade de membros do gênero masculino superior a de membros do gênero feminino, não havendo uma variação relevante da diferença entre essas quantidades durante os três anos.

Em relação às categorias das premiações, a presença masculina nas equipes foi superior à presença feminina, sendo possível notar essa predominância em todas as categorias ao longo das premiações, com uma exceção apenas em 2019 na categoria “Design de Serviços”, na qual a quantidade de integrantes do gênero feminino foi maior do que a de integrantes do gênero masculino, com 17 mulheres contra 15 homens.

3.1.3. Jurados

O Gráfico 05 é resultado do estudo acerca dos jurados escolhidos para cada ano analisado da Bienal.



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

De modo abrangente, ao longo das três premiações analisadas, houve uma variação significativa da diferença entre o número de jurados do gênero feminino e o do gênero masculino, sendo notável o aumento da presença feminina no júri de acordo com os anos, embora a quantidade de nomes masculinos tenha se mantido superior à de mulheres nesse período. O aumento da equidade entre os gêneros na composição do júri da Bienal da ADG, perceptível principalmente no ano de 2019, comprova o que foi mencionado no tópico “3.5. Cenário da área e associações de design”, em que a comissão organizadora da Bienal Brasileira de Design Gráfico manifesta a necessidade de maior representatividade feminina no júri como uma de suas ações para valorizar o papel das mulheres dentro do design.

O ano de 2015 teve o júri com menos mulheres entre as três premiações, com uma diferença significativa entre quantidade de mulheres (13) e de homens (42). Em 2017, ocorre a primeira diminuição dessa diferença, com aumento da participação feminina (43) entre jurados, a qual ainda se mantém inferior à presença masculina (59). Na premiação de 2019, essa disparidade se reduz consideravelmente, uma vez que a presença feminina aumenta novamente (74), mesmo com participação masculina se mantendo maior (80), porém com uma diferença menor.

3.2. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira

Os levantamentos do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira foram divididos em três tópicos, sendo eles total de premiados, colocações e jurados.

3.2.1. Total de premiados

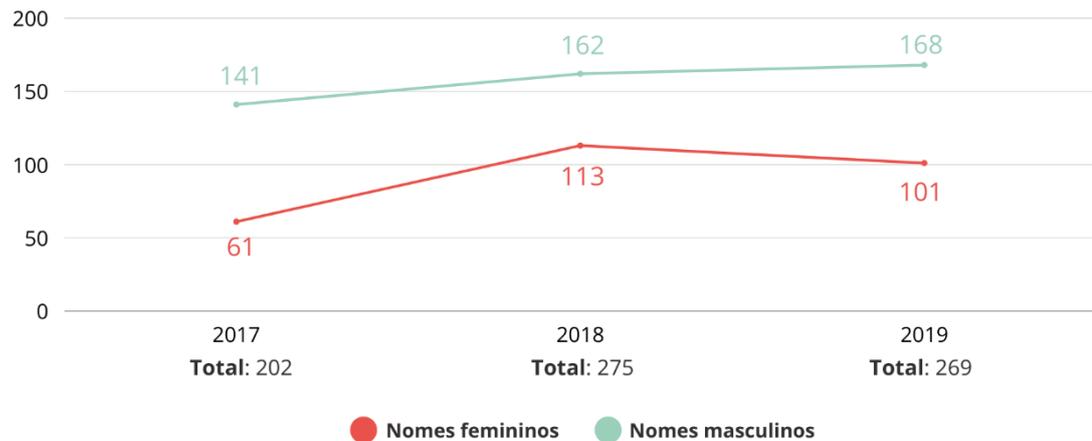
O Quadro 05 e o Gráfico 06 refletem o levantamento da totalidade de premiados do gênero feminino e masculino nos anos de 2017, 2018 e 2019 do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira.

Quadro 05: Número de premiados por categoria 2017-2019 (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)

Categorias	2017		2018		2019	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
Cartaz	3	8	4	14	31	32
Construção	6	17	9	13	2	13
Eletroeletrônicos	10	15	21	30	15	44
Iluminação	2	22	6	31	2	14
Mobiliário	6	17	16	17	4	28
Têxteis	5	3	8	7	7	-
Transportes	3	14	1	6	1	11
Utensílios	10	36	21	28	4	10
Trabalhos escritos	16	9	27	16	35	16
Total	61	141	113	162	101	168

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 06: Número total de premiados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

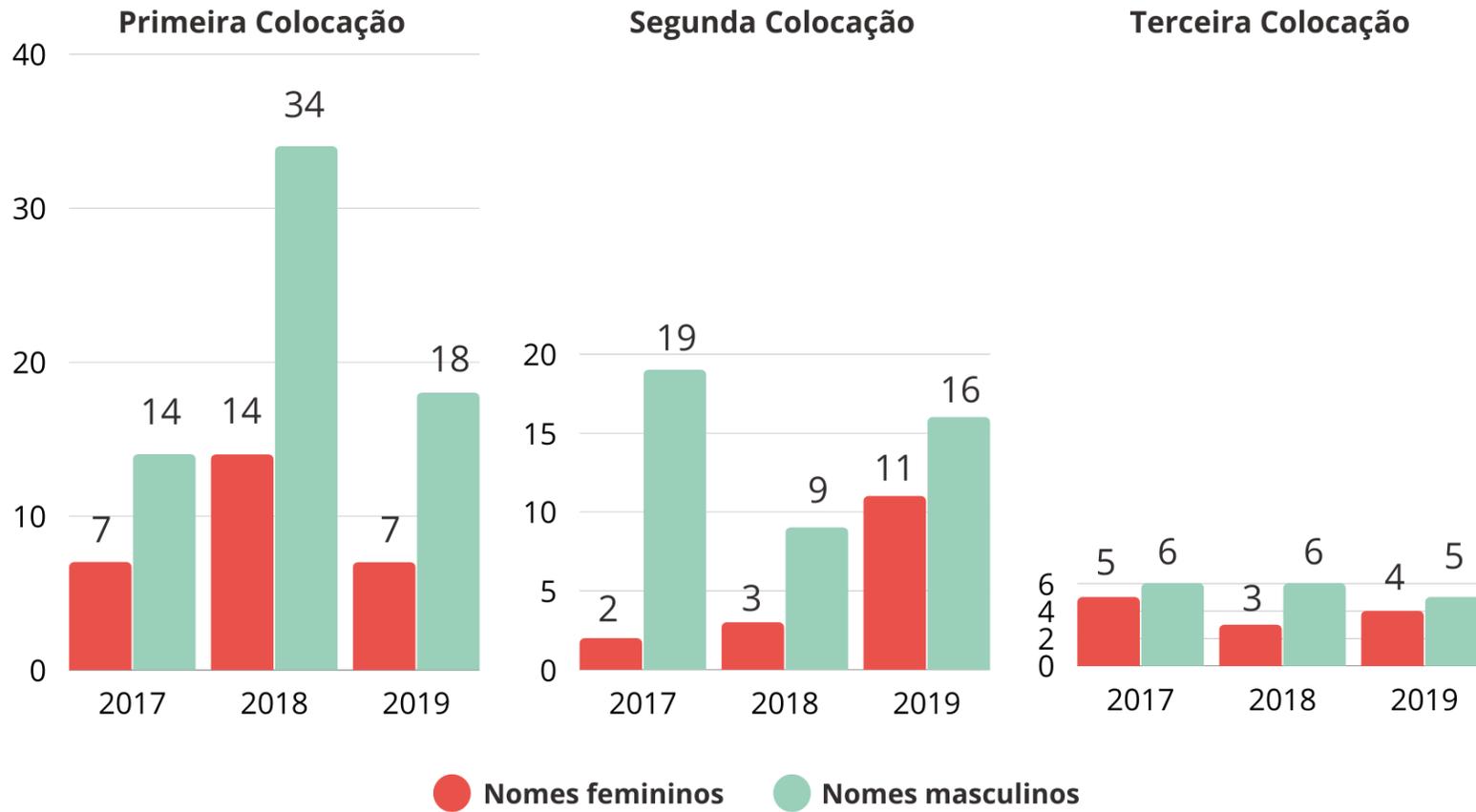
Em todos os anos analisados (2017, 2018, 2019), o número de laureados no Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira do gênero masculino foi maior do que o do gênero feminino, com uma média de 157 homens premiados por ano contra 91,6 mulheres premiadas. Em relação aos segmentos, a distribuição de premiados se deu em maior quantidade no gênero masculino. Durante os três anos, o número de mulheres foi superior apenas nas categorias “Trabalhos Escritos” e “Têxteis”.

Esses resultados estão em conformidade com as divisões sexuais do trabalho citadas na fundamentação teórica, em que é aprofundado o fato de que o trabalho feminino é constantemente atrelado às tarefas que podem ser associadas ao ambiente doméstico, resultando no predomínio das profissionais do design em áreas como o bordado, tecelagem, artes decorativas, bem como mulheres que direcionam suas carreiras ao ambiente de educação e pesquisa devido à maior flexibilidade de horários de trabalho (BRUCE, 1986; BUCKLEY, 1986; CAMPI 2010; CARVALHO, 2008; VADILLO 2009).

3.2.2. Colocações

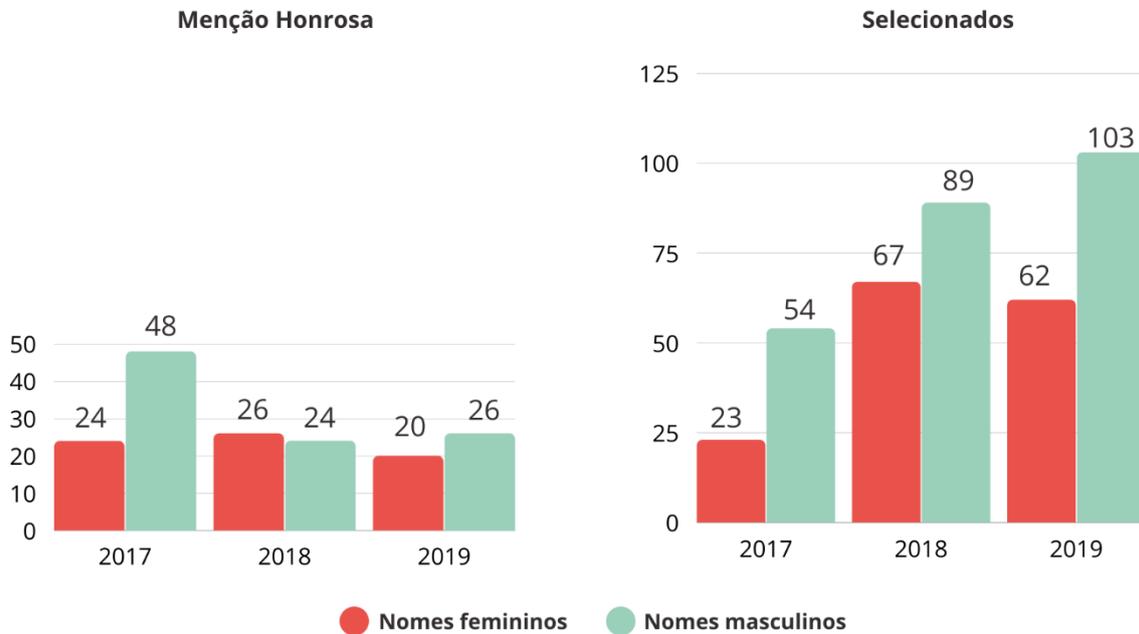
Os gráficos a seguir (07. 08) tratam dos nomes dos participantes em cada ano analisado da premiação a partir da divisão de colocação. Como citado anteriormente, o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira divide os premiados em primeiro, segundo e terceiro lugar, a categoria de menção honrosa e de selecionados. Logo, será analisado como ocorre a distribuição de gênero para cada colocação.

Gráfico 07: Número total de premiados na primeira colocação, segunda e terceira colocação (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 08: Número total de menções honrosas e projetos selecionados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Nas colocações de primeiro, segundo e terceiro lugar, o número de nomes masculinos premiados nos anos de 2017, 2018 e 2019 foi maior, com médias aproximadas de 70%, 75% e 68%, respectivamente.

No que diz respeito às menções honrosas, houve em 2017 uma superioridade numérica significativa de homens que receberam esse reconhecimento. Já em 2018, a quantidade de mulheres ultrapassou a de homens, porém com uma diferença pequena, fato que se repete também em 2019, entretanto o número de homens premiados volta a ser superior.

Em relação à quantidade de selecionados, durante os três anos, o gênero masculino foi o mais premiado, com uma média de 63% dos vencedores por ano. As menores diferenças entre os gêneros feminino e masculino foram registradas na terceira colocação e menções honrosas, com exceção do ano 2017 nas menções honrosas.

3.2.3. Jurados

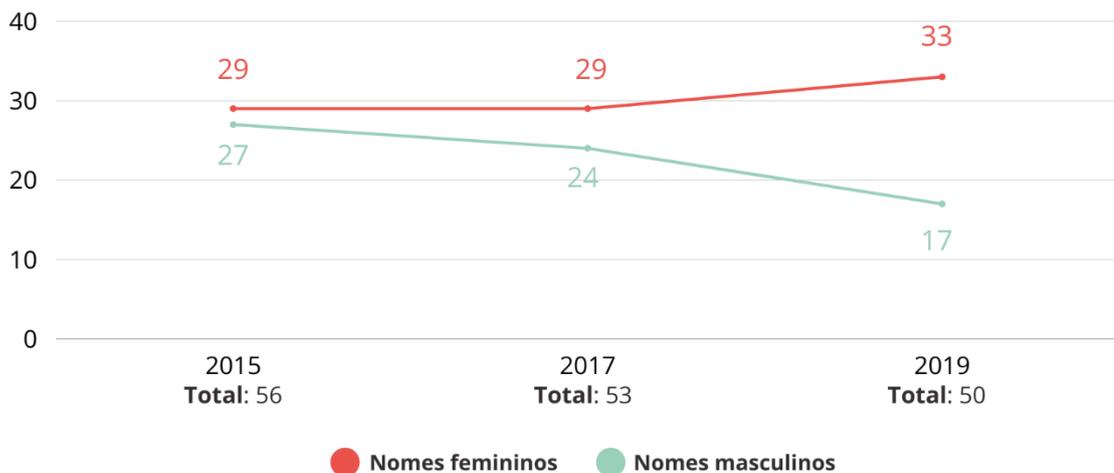
O Quadro 06 e o Gráfico 09 expõem os resultados dos nomes presentes na composição do júri. Nessa premiação, os jurados aparecem divididos por categorias, assim como os premiados. O que permitiu a comparação entre jurados e premiados para cada categoria.

Quadro 06: Número de jurados por categoria 2017-2019 (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)

Categorias	2017		2018		2019	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
Cartaz	1	4	1	4	2	3
Construção	1	2	2	-	1	1
Eletroeletrônicos	-	2	-	2	1	1
Iluminação	-	3	-	2	-	2
Mobiliário	-	4	2	2	2	2
Têxteis	2	-	2	-	2	-
Transportes	1	1	1	1	1	1
Utensílios	1	1	1	1	-	2
Trabalhos escritos	23	10	20	12	24	5
Total	29	27	29	24	33	17

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Gráfico 09: Número total de jurados (Prêmio Design Museu da Casa Brasileira)



Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

De maneira geral, durante os três anos analisados (2017, 2018, 2019), a quantidade de mulheres na composição do júri foi superior a de homens, com uma média de 57,5% contra 42,5% dos homens.

Em relação à distribuição do júri nas categorias, em todas de 2017, o número de homens foi maior, exceto em “Trabalhos Escritos” e “Têxteis”, em que a quantidade de mulheres foi significativamente maior, e em “Utensílios” e “Transporte”, em que a quantidade foi a mesma.

Já em 2018 houve uma maior proximidade nos números, para cada gênero a quantidade foi superior em três categorias (“Iluminação”, “Eletrônico” e “Cartaz” para os homens e “Trabalhos Escritos”, “Têxteis” e “Construção” para as mulheres). As demais tiveram a mesma quantidade.

Em 2019, houve empate numérico em quatro categorias, superioridade no número de homens em três (“Utensílios”, “Iluminação” e “Cartaz”) e superioridade no número de mulheres em duas (“Trabalhos Escritos” e “Têxteis”).

Considerando o júri selecionado para cada categoria, é possível construir a seguinte relação: as categorias que apresentaram constante predomínio feminino no júri (“Têxteis” e “Trabalhos Escritos”) também expõem maior número de mulheres como autoras de projetos selecionados. No caso dos trabalhos escritos, ocorre um alto número de mulheres na academia, como professoras e pesquisadoras. Todavia, seria precipitado dizer que esse fenômeno se refere somente à suposição de que juradas mulheres escolheriam participantes mulheres. Esse caso possivelmente reflete a divisão sexual do trabalho que é visível tanto no júri quanto nos participantes premiados. Essa segmentação se encontra tão presente em nossa sociedade que muitas vezes não percebemos como a reproduzimos.

A escritora Silvia Federici (2017) demonstrou como as mudanças históricas redefiniram a posição das mulheres em relação aos homens na sociedade. Essa segmentação que emergiu e sujeitou as mulheres ao trabalho reprodutivo também invisibilizou o trabalho realizado no ambiente doméstico, sendo mitificado como uma vocação natural e designado como “trabalho de mulheres”. Algumas das consequências dessa divisão podem ser observadas no predomínio de mulheres em áreas que se relacionam com o fazer dentro do ambiente doméstico.

Assim, se faria necessário futuramente um estudo amplo a respeito das ocupações de mulheres nestas áreas, visto que ainda não existe no júri representação igualitária, para compreender se realmente é insignificante o número de mulheres com o requisito necessário para compor o júri ou se existe tendência para uma escolha de gênero masculino.

Apesar de pouco aprofundada nesta pesquisa, a representatividade de mulheres negras é um ponto a salientar e se aprofundar futuramente. No Prêmio Design Museu da Casa

Brasileira, foi possível constatar por meio de fotos, o número de mulheres negras que integraram o corpo de jurados nas edições presentes neste estudo. O resultado mostra que, em uma média de 53 jurados por ano, apenas uma era mulher e negra. Essa iniquidade é alarmante e precisa ser questionada, principalmente em um país em que a maior parte da população é negra, quase 56%, o que faz do Brasil a maior nação negra fora da África (RIBEIRO, 2019).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inquietação que deu início ao processo desta pesquisa foi devido à escassa divulgação e disseminação da atuação das mulheres na área do design brasileiro. Como consequência desse estímulo inicial, despontaram diversos questionamentos que nortearam esta dissertação, como: as relações estabelecidas entre o design e os estudos feministas e suas contribuições para a crítica às desigualdades vivenciadas pelas mulheres na área, as características presentes no design contemporâneo que apontam e afirmam sua importância e são capazes de influenciar positivamente esse debate, e como o protagonismo feminino é registrado no design brasileiro, com foco no cenário das principais e mais longevas premiações da área. Desse modo, procuramos por meio da pesquisa descritiva alcançar uma visão geral desses pontos e facilitar pesquisas futuras com temática similar ou, ainda, incentivar pesquisas futuras nesta temática de relevância.

O design faz parte da vida dos indivíduos e, portanto, possui papel ativo na cultura de uma sociedade, evidenciando seus valores e contradições por meio de produtos, bens de consumo, serviços e ações para com a coletividade. Procuramos destacar o potencial transformador da área de construir novos cenários e novos futuros, por meio de uma prática ética, responsável, crítica e atenta ao seu caráter ético-estético-sociopolítico. Para isso, fundamentada e aprofundada em diversos outros campos de conhecimento, por meio da interdisciplinaridade e de características evidenciadas no contemporâneo, como a transdisciplinaridade, que potencializam os diálogos da área com temas emergentes presentes em nosso cotidiano. A questão da desigualdade de gênero, exposta nesta pesquisa, é uma dessas discussões que permeiam o design e despertam a necessidade da constante construção e reavaliação da área, além de acentuar a importância de um olhar crítico à prática do design, que acaba por reproduzir muitas das opressões. Bem como a reavaliação da própria escrita da área e de seus protagonistas. Assim, visando a não perpetuação de desigualdades presentes em nossa sociedade.

Como vimos, o avanço dos estudos feministas e o aprofundamento nas pautas levantadas por ele passou a se dar em diversas áreas, inclusive no design. Buscou-se nesta dissertação introduzir pautas da luta feminista, principais conquistas, divergências do movimento e principalmente seu caráter fluido e de constante crítica e reconstrução, pois não se pretende nesta pesquisa limitar a luta feminista à conquista do espaço feminino no mercado de trabalho. Intencionamos salientar a interseccionalidade do movimento e a forma como as opressões advindas do sistema patriarcal incidem de maneira muito distinta na vida das mulheres,

divergindo de acordo com o território, classe social e raça. Nesse momento, visamos compreender como esses aspectos refletem nos estudos com temática do feminismo que estão inseridos no design, evidenciando, assim, as frentes de pesquisa publicadas na área que se relacionam com os estudos feministas e de gênero.

Considerando a crítica à historiografia da área e o esforço em reconhecer as protagonistas que foram ofuscadas pela história escrita, observamos, inserida nesse aspecto, a carência de pesquisas que aprofundem a história das mulheres negras e latino-americanas no design e um forte predomínio de pesquisas que se atentam aos fatos compreendidos na Europa e América do Norte. Vale ressaltar a importância de referências principalmente como incentivo e apoio as jovens profissionais.

A presença da reprodução de estereótipos de gênero nos produtos e sistemas evidenciou como o design também participa da construção identitária dos indivíduos. A linguagem simbólica dos artefatos e os estereótipos ligados a ele podem agir de forma a inibir ou a convidar comportamentos de feminilidade e masculinidade, esses que costumam constituir polos opostos. Acreditamos que o aprofundamento em pesquisas de design e gênero é essencial para articular soluções inteligentes a esses impasses que se inserem na vida das pessoas diariamente. Também culmina para o desafio e a necessidade de aprofundar a compreensão desse fenômeno social.

As pesquisas identificadas que relacionam o debate de gênero e feminismo com a área do design também apontaram para a divisão sexual do trabalho. Essa segmentação de áreas atribuídas ao feminino e ao masculino parece refletir também nas premiações analisadas neste estudo, em que a maioria das mulheres aparece nas áreas “Têxtil/ Moda”, “Trabalhos Escritos” e “Design Editorial” e “Pesquisa e Ensino”. Esses resultados revelam como a construção de gênero em nossa sociedade repercute nas escolhas profissionais dos indivíduos e possivelmente nos resultados das premiações.

Essas problemáticas apontam também para a necessidade de que os profissionais, estudantes e professores da área aprofundem seus conhecimentos em teorias de gênero e feminismo visando à construção de valores que os auxiliem no momento de sua atuação.

O estudo de caso nas premiações selecionadas, Bienal Brasileira de Design Gráfico (2015, 2017 e 2019) e no Prêmio Design Museu da Casa Brasileira (2017, 2018, 2019), nos possibilitou compreender um avanço na participação feminina no decorrer dos anos analisados, apesar do predomínio de nomes masculinos em praticamente todos os âmbitos dos prêmios. Mas também provoca questionamentos a respeito do modelo que é utilizado para atribuir valor e reconhecimento aos profissionais da área. Decerto as premiações permitem a reflexão do

nosso campo profissional, mas será que refletem de fato o design brasileiro? Essa inquietação convoca a necessidade de refletir e amadurecer coletivamente a partir dessas experiências, maneiras de fomentar prêmios em que a preocupação com a igualdade de gênero e território e as possibilidades de acesso a todos estejam incluídos como pontos fundamentais. Quanto mais diversidade nós obtivermos nas peças, nos produtos, sistemas, serviços e ações criados pelas designers e divulgados pelas premiações, integrando o registro histórico da nossa produção, mais próximos estaremos da realidade do nosso país. E, conseqüentemente, mais plurais serão as referências para as e os profissionais e para as alunas e os alunos no momento de produzir novas soluções a partir do design.

Notar as desigualdades de gênero presentes na área é possível quando observamos a partir do enfoque do feminismo. Porém não se trata apenas de visualizar o contexto desigual, mas de vislumbrar mudanças e futuros. O design é uma área de conhecimento em constante transformação e a inclusão de um pensar atento a essas problemáticas se faz necessária.

Assim, iniciativas como as desenvolvidas pelas associações da área de diálogo com os profissionais e empresas com relação aos desafios que as mulheres enfrentam na profissão, a conscientização das pessoas com o tema por meio de exposições, debates e rodas de conversa; a busca por equidade de gêneros na composição do júri das premiações, visando a um olhar mais diversificado sobre os projetos; a influência à pesquisa teórica do design, a redescoberta das mulheres da área, bem como a reescrita da história buscando identificar mulheres que foram ocultadas pela seleção dos historiadores ou descritas de forma a minimizar suas influências; também o estudo de design aplicado ao gênero, buscando compreender como o design pode atuar criando novos códigos e símbolos que despertem novas possibilidades de interpretação são algumas propostas necessárias para promover o protagonismo feminino no design. É importante que esse avanço de pesquisas e iniciativas ocorra tanto na área da pesquisa como no mercado e na atuação das profissionais. Todavia, é de extrema necessidade que tais mudanças aconteçam em nível educacional, visando à formação de discentes que naturalizem o pensar político na área.

Ademais, conclui-se que a desigualdade que ocorre na área do design é reflexo de um fenômeno social. Portanto, cabe ao campo do design, por meio de suas capacidades, não apenas resgatar suas protagonistas, mas atuar buscando a não perpetuação das desigualdades de gênero e promovendo iniciativas que provoquem mudanças sociais na forma como o gênero é exercido em nossa sociedade. Um exemplo é o cuidado à maneira como pensamos os usuários no momento da criação e idealização de um produto. Esse desafio precisa estar embasado em

estudos das ciências sociais. Conseqüentemente, tais transformações reverteriam também nas demais problemáticas salientadas nesta pesquisa.

Além disso, pudemos notar desde o início da pesquisa o aumento de estudos e debates associados ao tema. Conseguimos vislumbrar que estamos caminhando para a maior conscientização sobre os desafios das mulheres no design e a equiparação da desigualdade de gênero na área. Viva as mulheres no design brasileiro! Viva o Design!

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó-SC: Argos, 2009.
- ALMEIDA, Heloisa Buarque de. Novos feminismos e a luta pelos direitos das mulheres. In: RODRIGUES, Carla; BORGES, Luciana; RAMOS, Tania Regina B. (Orgs.) **Problemas de gênero**. Rio de Janeiro: Funarte, 2016. p. 27-30.
- ALVES, Branca M.; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- ANDRADE, Ana Beatriz P.; REBELLO, Ana Maria. A invisibilidade feminina no design: da Bauhaus ao Brasil. In: **Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño**. Conferência da Universidade de Palermo, Buenos Aires, Argentina, 2008.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: fatos e mitos. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. Algumas Considerações Sobre Teoria e Pedagogia do Design. **Estudos em Design**, n.2, v.7, p. 23-29, 1999.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em Design - Design Articles**, v.V, n.2, p. 27-41, dez.1997.
- BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. 1. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2011.
- BORGES, Adélia. **Prêmio Design: 1986-1996**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1996.
- BRETTEVILLE, S. Alguns aspectos do design na perspectiva de uma designer. 1973. BEIRUT, Michael (Org). In: **Textos Clássicos do Design Gráfico**. Editora WMF Martins Fontes, 2010.
- BRUCE, Margaret. A missing link: women and industrial design. **Design Studies**, v.6, n.3, p. 150-156,1985.
- BRUCE, Margaret. Women designers is there a gender trap? **Design Studies**, v. 11, n.2, p.114-120, 1990.
- BUCKLEY, Cheryl. Made in Patriarchy II: Researching (or Re-Searching) Wommen and Design. **Design Issues**, v. 36, n.1, p.19-29, 2020.
- BUCKLEY, Cheryl. Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design. **Design Issues**, v. 3, n. 2, p.3-14, 1986.
- CAMPI, I. El sexo determina La historia; Las diseñadoras de produto: um estado de La cuestión. In: **Deseño y Historia**: tiempo, lugar y discurso. Mexico: Designio, 2010, pp. 87-114.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo, Cosac Naif, 2016.
- CARNASCIALI, R. M. **Gestão de design**: contribuições da gestão da qualidade para a construção de parâmetros para avaliar o bom design. Curitiba, 2014. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Paraná.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/FAPESP, 2008.
- CONNELL, R. **Gender and Power**: Society, the Person, and Sexual Politics. Stanford University Press, 1987.
- CONNELL, R.; PEARSE, R. **Gênero**: uma perspectiva global. São Paulo: nVersos, 2015.
- COOPER, R. Design e Responsabilidade Social: entrevista exclusiva com Rachel Cooper, por Maria Cecília Loschiavo dos Santos. **Revista Design em Foco**, v. II, n.2, p. 79-85, jul./dez. 2005.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o Encontro de Especialistas em Aspectos da Discriminação Racial Relativos ao Gênero. **Estudos Feministas**. v.10, n.1, p 177-188, 2002.

DIAGRAMA - Design, Processo e Cultura Visual: Cotidiano 02 - Qual o Papel das Premiações de Design? Rogério Lionzo, Tereza Bettinardi e Rafael Bessa. Diagrama, 21 de agosto de 2019. Podcast. Disponível em: <https://cotidiano.diagrama.co/>. Acesso em: 22 set. 2020.

EHRNBERGER, K.; RASANEN, M.; ILSTEDT, S. Visualing Gender Norms in Design: Meet the Mega Hurricane Mixer and the Drill Dophia. **International Journal of Design**, v.6, n.3, p.85-98, 2012.

ESCLAPÉS, Rosalia Torrent. Sobre diseño y género - mujeres pioneras. **Millars: espai i història**, Castelo de La Plana, n. 31, p. 221-231, 2008.

ESCOBAR, Arturo. Autonomous design and the emergent transnational critical design studies field. **Strategic Design Research Journal**, v.11, n.2, p. 139-146, maio/ago. 2018.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo: Elefante, 2017.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Editora: Cosac Naiify, 2007.

HEILBORN, Maria Luiza; SORJ, Bila. Estudos de Gênero no Brasil. In: MICELI, Sérgio (Org). **O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)**, ANPOCS/CAPES. São Paulo: Editora Sumaré, 1999, p. 183-221.

HETZEL, A. D. Mulheres no Design Gráfico: o passado e o presente – uma análise comparada entre Brasil e Portugal. Lisboa, 2016. Dissertação (Mestrado). Universidade de Lisboa.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HOOKS, Bell. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Rev. Bras. Ciênc. Polít.**, Brasília, n. 16, p. 193-210, jan./abr. 2015.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrematadoras**. 11. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.

KAYGAN, Pinar. Gender, Technology, and the Designer's Work: A Feminist Review. **Design and Culture**, v. 8, n.2, p. 235-252, 2016.

KIRKHAM, Pat; STALLWORTH, Shauna. Three Strikes Against Me: African American Women Designers. In: **Women Designers in the USA, 1900-2000**. New Haven and London: Yale University Press, pp. 123-144, 2000.

KIRKHAM, Pat. In a Man's World Women Industrial Designers. In: **Women Designers in the USA, 1900-2000**. New Haven and London: Yale University Press, pp. 269-290, 2000. Disponível em: <https://www.bgc.bard.edu/gallery/exhibitions/51/women-designers-in-the-usa>.

LEON, E. **Design em exposição: o design no Museu de Arte Moderna no Rio de Janeiro (1968-1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978-1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986-2002)**. São Paulo, 2012. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo.

LEON, E. **Memórias do Design Brasileiro**. São Paulo: Senac SP, 2009.

LIMA, Rafael Leite Efreim de. Designers mulheres na História do Design Gráfico: o problema da falta de representatividade profissional feminina nos registros bibliográficos. In: **XXIX Simpósio Nacional de História – Contra os preconceitos: história e democracia**, 2017.

LUGONES, María. Colonialidad y Género. **Tabula Rasa**. Bogotá - Colombia, n.9, p. 73-101, jul.-dic., 2008.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 935-952, dez. 2014.

- LUTZ, Bertha. Em que consiste o feminismo. In: RODRIGUES, Carla; BORGES, Luciana; RAMOS, Tania Regina Borges (Orgs.) **Problemas de gênero**. Rio de Janeiro: Funarte, 2016. p. 453-455.
- MARGOLIN, Victor. Design History or Design Studies: Subject Matter and Methods. **Design Issues**, v. 11, n. 1, p.4-15, 1995.
- MARGOLIN, Victor. O designer cidadão. **Revista Design em Foco**, vol. III, n. 2, jun./dez., p. 145-150, 2006.
- MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, v. I, n. 1, jul./dez., p. 43-48, 2004.
- MCCOY, Katherine. Good citizenship – design as a social and political force. In: HELLER, Steven; VIENNE, Véronique (Orgs.). **Citizen Designer: perspectives on design responsibility**. 2. ed. New York: Allworth Press, 2018. p. 188-195.
- MILLS, C. Wright. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2009.
- MILLER, Cheryl D. Black Designers: Missing in Action (1987). **Print Mag**, junho 2016. Disponível em: <https://www.printmag.com/post/blacks-in-design-1987>. Acesso em: 16 jan. 2021.
- MILLER, Cheryl D. Black Designers: Still Missing in Action? **Print Mag**, 2016. Disponível em: https://letterformarchive.org/uploads/Miller_Black_Designers_Still_Missing_in_Action.pdf. Acesso em: 16 jan. 2021.
- MOURA, M. Design para o sensível: política e ação social na contemporaneidade. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**. Florianópolis, ano 1, n. 3, p. 44-67, jun./set., 2018.
- MOURA, M. Interdisciplinaridade no Design Contemporâneo. In: Menezes, M.; Paschoarelli, L.C. (Orgs.). **Metodologias do Design: inter-relações**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, p.274-290.
- MOURA, Mônica. Design contemporâneo: poéticas da diversidade no cotidiano. In: FIORIN, Evandro; LANDIM, Paula da Cruz; LEOTE, Rosângela da Silva (Org.). **Arte-ciência: processos criativos**. São Paulo: Cultura acadêmica, 2015.
- MOURA, Mônica. Poéticas do Design Contemporâneo: a reinvenção do objeto. **Anais do III Seminário Nacional de Pesquisa em Cultura Visual**. Universidade Federal de Goiânia. Agosto, 2010. Goiânia: Editora da UFG, 2010.
- MOURA, Mônica. **Design Brasileiro Contemporâneo: reflexões**. Estação das Letras e Cores, 2014.
- OOST, Ellen van. Materialized Gender: How Shavers Configure the User’s Femininity and Masculinity. In: OUDSHOORN, Nelly E.J.; PINCH, Trevor (Orgs.). **How users matter: The co-construction of users and technologies**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2003. pp. 193-208.
- PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “Segunda Onda”: Corpo, prazer e trabalho. In: PINSKY, Carla B.; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres**. 1 ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- PIAIA, J. A participação de projetos de design gráfico voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico na 9ª Bienal de Design Gráfico. In: **Cultura Visual**, n. 19, julho/2013, Salvador: EDUFBA, p.27-42.
- RAGO, Margareth. Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós) modernidade no Brasil. **Cadernos AEL**, n.3-4, 1996.
- RIBEIRO, Maria Catarina de Alencar (Org.). Catalogação de designers brasileiras. 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1d7oxb8-HTxmPen4AoaCqrl4wkJLSeqW/view>.
- RISMAN, Barbara J. Gender as a Social Structure. **Gender & Society**, vol. 18, n.4, p.429-450, ago. 2004.

SAFAR, G.; ALMEIDA, M.G. Protagonismo feminino no design: um resgate histórico em andamento. In: DE MORAES, D.; DIAS, R. A.; BOM CONSELHO, R. (Org.) **Cadernos de Estudos Avançados em Design – História**. Barbacena: Universidade do Estado de Minas Gerais, 2014.

SAFAR, G.; DIAS, R. Estudos de gênero e seu impacto na história do design. **Revista Dimensões**, v. 36, pp. 102-120, jan.-jun. 2016.

RIBEIRO, Djamila. **Pequeno manual antirracista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ROMMES, Els. Feminist Interventions in the Design Process. In: ERNST, W.; HORWATH, I. (Orgs.) **Gender in Science and Technology: Interdisciplinary Approaches**. Transcript Verlag, Bielefeld, 2014, pp. 41-56. *JSTOR*, https://www.jstor.org/stable/j.ctv1xxsrx.5#metadata_info_tab_contents.

SCHNEIDER, Beat. **Design: uma introdução**. Editora Blucher, 2010.

SCOTT, Joan W. Gender: A Useful Category of Historical Analysis. **The American Historical Review**, vol. 91, No. 5 (Dec., 1986), p. 1053-1075.

SCOTT, Joan. História das mulheres. In: BURKE, Peter (Org.). **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de São Paulo, 1992. p. 63-96.

SIMIONI, Ana Paula C. Bordado e transgressão: questões de gênero na arte de Rosana Paulino e Rosana Palazyan. **Revista Proa**, n.2, v.01, 2010.

SOUSA, Cyntia S. M. de. Estudos de futuro e premiações em design: observatório de mudanças na cultura material. **Actas de Diseño**, vol. 28, p. 229-236, jul. 2019.

STOLARSKI, André. Prefácio. In: CONSOLO, Cecilia (Org.). **Anatomia do Design Gráfico: uma análise do design gráfico brasileiro**. São Paulo: Blucher, 2009.

TELES, Maria Amelia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

VADILLO, M. El triunfo de las diseñadoras invisibles: la Bauhaus em femenino. **I+Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño**, 1(1), 2009, pp. 27-34.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. Companhia das Letras, 2014.
- ÁLVAREZ GONZÁLEZ, Ana Isabel. **As origens e a comemoração do dia internacional das mulheres**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.
- ASSOCIAÇÃO OBJETO BRASIL. **Um olhar sobre o design**. São Paulo: SENAI-SP editora, 2012.
- BIROLI, Flavia. **Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2016.
- BONSIEPE, Gui; FERNÁNDEZ, Silvia. (Orgs.). **Historia Del diseño em América Latina y el Caribe: Industrialización comunicación visual para la autonomía**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- FEITLER, Bruno. (Org.). **O design de Bea Feitler**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- FUAD-LUKE, Alastair. **Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world**. London, Earthscan, 2009.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Editora Vozes, 2015.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Editora Vozes, 2016.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza: rumo a civilização sem peso**. Amarellys Editora, 2016.
- LÖBACH, B. **Desenho industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.
- PERROT, Michelle. **As mulheres e os silêncios da história**. São Paulo, Edusc, 2005.
- RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível: estética e política**. Tradução: Mônica Costa Netto. 2ª ed, São Paulo: Editora 24, 2009.
- VENTURI, Gustavo; GODINHO, Tatau. (Orgs.) **Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado: uma década de mudanças na opinião pública**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Edições Sesc SP, 2013.
- WOLLSTONECRAFT, Mary. **Uma reivindicação pelos direitos da mulher**. Boitempo, 2016.