

# *Estudos de gênero e seu impacto na história do design\**

GISELLE HISSA SAFAR<sup>\*1</sup>

Universidade do Estado de Minas Gerais

MARIA REGINA ALVARES CORREIA DIAS<sup>\*2</sup>

Universidade do Estado de Minas Gerais

**Resumo:** Os estudos de gênero constituem, na atualidade, um campo de conhecimento muito rico, mas ainda com enormes demandas por pesquisa, análises e reflexões. O debate sobre o gênero feminino na sociedade ainda é necessário e poderá contribuir para o redesenho positivo de alguns campos, entre eles, a história do design. Para o desenvolvimento dessa ideia, o presente trabalho apresenta o assunto por meio de três formas de abordagem: (a) a necessidade do resgate histórico da participação feminina no campo profissional e acadêmico do design; (b) a constatação sobre como o design contribui para a perpetuação de estereótipos em detrimento do gênero feminino; e (c) a reflexão sobre como a abordagem do campo profissional do design, pela perspectiva feminista pode contribuir, para a redefinição da história do design.

**Palavras-chave:** Gênero; Mulheres; História do design.

**Abstract:** Gender studies constitute, at present, a very rich field of knowledge but also with huge demands for research, analysis and reflections. The debate on the female in society is still necessary and can contribute to the positive redesign of some fields, including the history of design. To develop this idea, this paper presents the subject through three ways to approach: (a) the need of the historic rescue of female participation in professional and academic field of design; (b) the verification of how design contributes to the perpetuation of stereotypes to the detriment of the female; and (c) Reflect on how to approach the professional field of design for the feminist perspective can contribute to the redefinition of design history.

**Keywords:** Gender; Women; Design history.

---

\* Recebido em 06 de abril de 2016 e aprovado para publicação em 22 de junho de 2016.

<sup>\*1</sup> Doutoranda em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais (2015). Professora da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais na qual leciona desde 1983. E-mail: [giselle.safar@uemg.br](mailto:giselle.safar@uemg.br).

<sup>\*2</sup> Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela UFSC. Mestre em Engenharia de Produção pela mesma instituição. Graduada em Design Industrial pela FUMA/MG. Atua como docente da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). E-mail: [regina.alvares@gmail.com](mailto:regina.alvares@gmail.com).

## Estudos de gênero em design – por quê?

**O**s estudos de gênero constituem, na atualidade, um campo de conhecimento muito rico, mas ainda com enormes demandas por pesquisa, análises e reflexões, dada sua complexidade. Como observa Gonçalves (2015), não há dúvidas de que tais estudos decorrem das pressões e avanços do movimento feminista que, a partir dos anos 1960, estimulou o interesse acadêmico pela questão das mulheres.

Problemas como a discriminação social e cultural da mulher, sua exclusão das esferas de poder, entre outros, tornaram-se, assim, não apenas questões a serem compreendidas (para serem solucionadas), mas também serviram como estímulo e justificativa para a redescoberta do feminino por campos até então refratários ao tema, como a própria História.

Estudos sobre gênero, portanto, não são novidade, mas estão longe de serem considerados suficientes ou concluídos. Há muito ainda por ser feito e refeito e a acomodação acadêmica é o primeiro passo para a vulnerabilidade a argumentos superficiais ou obstaculizantes de um processo de conquista que não se deve deixar fenececer.

Dito assim, parece que a proposta de abordar a questão do gênero em design se reveste de caráter ideológico ou panfletário, como se fizesse coro com as manifestações reivindicatórias por igualdade de direitos e oportunidades, mas na verdade, vai além disso. Refletir sobre *design* e gênero pode trazer benefícios para o design, numa época como a atual, de demanda por mudanças de paradigmas. Nesse sentido o importante não é apenas falar sobre igualdades, mas, sobretudo, celebrar as diferenças.

Inicialmente, cumpre esclarecer de que gênero está se falando. Há um consenso de que gênero não se vincula exclusivamente a distinções sexuais. Gênero é uma construção social e, como tal, envolve toda a complexidade das construções dessa natureza. O termo gênero não se refere exclusivamente às mulheres. Como observado por Scott (1986), historiadora e militante feminista, o gênero se constrói no âmbito das relações sociais e deve ser compreendido como algo mais complexo do que as distinções biológicas entre homens e mulheres, bem como deve contemplar, no debate, a questão da sexualidade com toda sua variada gama de possibilidades.

Fala-se em gênero masculino, gênero feminino, transgêneros, e frequentemente acrescenta-se ao debate a questão da sexualidade – homossexualidade, heterossexualidade, bissexualidade e pansexualidade, entre outros. Sem desmerecer nenhuma dessas categorias, a opção de focalizar o presente trabalho sobre o gênero feminino se justifica justamente pelo fato de que, se por um lado, os avanços nesse campo foram muitos, por outro ainda existe enorme demanda por ajustes, reflexões e principalmente aprofundamentos bem como a abrangência de algumas áreas ainda tímidas nessa discussão, como é o caso do design.

Embora mudanças profundas tenham acontecido, o contexto ocidental ainda é moldado pelas regras básicas do sistema capitalista de produção e pela perpetuação da estrutura patriarcal, em alguns casos exacerbada pelos aspectos religiosos. Defende-se a ideia de que a reflexão e o debate sobre o gênero feminino na sociedade ainda é necessário e, mais do que isso, poderá contribuir para o redesenho positivo de alguns campos, entre eles, o design.

Acredita-se no debate sobre gênero no design não como uma adesão à luta feminista, mas como uma forma de aproveitar a perspectiva feminista para refletir sobre o design, seja historicamente ou em prospecções sobre seu futuro. Nesse sentido é conveniente lembrar as palavras pioneiras de Buckley (1986) que constituíram um desafio e um chamamento à academia e para o qual esse trabalho pretende ser uma contribuição:

Women have been involved with design in a variety of ways - as practitioners, theorists, consumers, historians, and as objects of representation. Yet a survey of the literature of design history, theory, and practice would lead one to believe otherwise. Women's interventions, both past and present, are consistently ignored. Indeed, the omissions are so overwhelming, and the rare acknowledgment so cursory and marginalized, that one realizes these silences are not accidental and haphazard; rather, they are the direct consequence of specific historiographic methods (BUCKLEY, 1986, p. 3).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Tradução livre: “As mulheres têm se envolvido com o design em uma variedade de

Outra razão que encoraja a abordagem do tema é a atenção ao senso comum, essa percepção coletiva às vezes subestimada pela perspectiva científica. Se por um lado, a questão do gênero não está adequadamente elaborada ou abordada em livros, artigos e pesquisas do design, por outro pode ser frequentemente encontrada como tema de conversas e desabafo entre profissionais e acadêmicos, naturalmente em sua maior parte mulheres. Foi a identificação dessa situação que impulsionou estender o olhar para descobrir um sólido e amplo debate internacional sobre as relações de gênero no design sendo levado a efeito por associações e grupos voltados à discussão de questões e defesa dos interesses femininos nesse campo.

Entre as mais importantes organizações podem ser citadas a International Gender Design Network - iGDN<sup>2</sup> (nascida na Alemanha); Scandinavian Network for Women on Design Research - WONDER<sup>3</sup> (originada na Noruega); Association of Women Industrial Designers - AWID<sup>4</sup> e Damsels in Design<sup>5</sup> (ambas nos Estados Unidos). Não deixa de ser interessante observar que as iniciativas de resgate histórico do protagonismo feminino no design, bem como a abordagem de conteúdos relacionados ao universo feminino venham de países nos quais o debate feminista está bem adiantado confirmando, inclusive, as ideias de Inglehart e Norris (2003) segundo os quais, sociedades pós-industriais, mais ricas e desenvolvidas, são mais receptivas às ideias de igualdade de gênero (SAFAR; ALMEIDA, 2014).

---

maneiras - como profissionais, teóricas, consumidoras, historiadoras, e como objetos de representação. No entanto, um levantamento da literatura sobre história do design, teoria e prática levaria a acreditar no contrário. As intervenções das mulheres, tanto do passado e do presente, são constantemente ignoradas. De fato, as omissões são tão avassaladoras, e o raro reconhecimento tão superficial e marginalizado, que se percebe que estes silêncios não são acidentais e casuais; em vez disso, eles são a consequência direta dos métodos historiográficos específicos”.

<sup>2</sup> Cf.: <<http://www.genderdesign.org>>.

<sup>3</sup> Cf.: <<http://www.ntnu.edu/womenindesignresearch>>.

<sup>4</sup> Cf.: <<http://www.awidweb.com>>.

<sup>5</sup> Cf.: <<http://www.damselsindesign.com>>.

No Brasil, a abordagem do gênero feminino tem sido objeto de trabalho intenso por parte de algumas áreas, principalmente aquelas nas quais a presença da mulher é tradicionalmente dominante, como é o caso da Educação. No campo científico e tecnológico, no entanto, as discussões são mais recentes, mas ainda assim têm tocado em pontos sensíveis como oportunidades de trabalho, expectativas profissionais, omissão de protagonistas pioneiras, entre outros. Cumpre ressaltar o papel articulador de algumas iniciativas científicas como o Congresso Ibero americano de Ciência Tecnologia e Gênero,<sup>6</sup> evento bianual que desde 1996 acontece em diferentes cidades e que tem permitido o surgimento de estudos brasileiros de grande contribuição para o debate sobre o gênero. Infelizmente, em meio ao grande número de pesquisas e artigos em áreas como educação, engenharia e medicina apenas um ou outro se aventura a abordar a questão do design e poucos com consistência acadêmica relevante para permitir uma continuidade nas investigações.

Para o desenvolvimento do assunto proposto foram eleitas três principais formas de abordagem do gênero feminino no design, às quais certamente poderão ser acrescentadas outras, mas que, no momento, são suficientes para expor um ponto de vista sobre o assunto e situar as áreas que demandam maior dedicação. São elas:

- O resgate histórico da participação feminina no campo profissional e acadêmico do design;
- A identificação, análise e reflexão sobre como o mercado, envolvendo quem produz, quem comercializa e quem adquire, trabalha com estereótipos que são perpetuados em detrimento do gênero feminino;

---

<sup>6</sup> Este Congresso, que teve sua 10ª edição em 2014 no Paraguai, existe há cerca de vinte anos, sendo realizado a cada dois anos em diferentes países ibero-americanos. Seu objetivo é motivar a inclusão das mulheres na ciência e na tecnologia por meio de palestras científicas e mesas de trabalho que apresentem as experiências dos países ibero-americanos no sentido de favorecer uma ciência e uma tecnologia sensíveis ao gênero. O Congresso conta com o apoio da Organização Universitária Interamericana (OUI) e de importantes organizações como ONUMIJERES e Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnologia para el Desarrollo (CYTED). Disponível em: <<http://www.oui-iohe.org/x-congresso-ibero-americano-de-ciencia-tecnologia-e-genero/>>.

- A reflexão sobre como a abordagem do campo profissional do design, pela perspectiva feminista pode contribuir, em longo prazo, para o redesenho da história do design.

São proposições ambiciosas, é verdade, e que não se esgotam no presente trabalho, mas há certo sentimento de libertação em tentar organizar o pensamento sobre o assunto e compartilhá-lo.

### **O resgate histórico da participação feminina no campo profissional e acadêmico do design**

É aparentemente, a forma mais fácil de abordar o assunto gênero no design, pois há toda uma mobilização acadêmica internacional, que não é de hoje, no sentido de trazer à luz a trajetória de mulheres protagonistas em campos como a arte, ciência, religião, política enfim, na história como um todo. Diz-se “aparentemente” porque, esse resgate, além de recente no design (desde meados dos anos 1980), muitas vezes esbarra nas críticas feitas pelos próprios historiadores da área que salientam as limitações de se entender a história de um campo por meio da vida e obra de alguns de seus protagonistas. Além disso, na maior parte dos casos, a história dessas mulheres está oculta sobre camadas de registros não realizados, omissões e invisibilidade social.

É importante observar que, se autoras como Buckley (1989), Gravier (2009), Campi (2010) e Sparke (2010) entre outros, estimulam o resgate da história das mulheres no design, também alertam para o fato de que a história do Design contada a partir das carreiras, ideias e teorias dos designers é limitada uma vez que a biografia de indivíduos não explica satisfatoriamente uma atividade que é, por natureza, social e não puramente individual.

The centrality of the designer as the person who determines meaning in design is undermined by the complex nature of design development, production, and consumption, a process involving numerous people who precede the act of production, others who

mediate between production and consumption, and those who use the design (BUCKLEY, 1989, p. 259).<sup>7</sup>

Ainda assim, algumas publicações emblemáticas foram produzidas tais como *A Woman's touch – women in design from 1860 to the present day*, de Isabelle Anscombe (1984); *Women in Design* de Liz McQuiston (1988); *Women of Design* de Bryony Gomez-Palacio e Armin Vit (2008), *Baubaus Women* de Ulrike Müller (2009), *Women in Graphic Design 1890-2012* de Gerda Bauer e Julia Meer (2012.), e os resgates tardios e bem vindos do trabalho de mulheres como Clara Driscoll no livro *A New Light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls* de Martin Eidelberg, Nina Gray e Margaret K. Hofer (2007) e Eva Zeisel na publicação que leva seu nome de autoria de Lucie Young, Marisa Bartolucci e Raul Cabra (2003) ou em *Eva Zeisel: Life, Design, and Beauty* de Pat Moore e Pico Wolfframm (2013).

No Brasil as iniciativas são ainda tímidas e o principal obstáculo é a carência de fontes primárias o que tem dificultado ir a períodos anteriores à metade do século XX, por exemplo. Nesse sentido cumpre ressaltar importante trabalho sendo realizado pelo professor Marcos da Costa Braga da USP que, em associação a programas de pós-graduação pelo país, tem gerado uma série de livros sobre histórias do design a partir de documentos e registros audiovisuais. Em um deles, Keil e Braga (2014) trouxeram, por exemplo, a trajetória profissional de Virginia Kistmann, uma das pioneiras do design brasileiro e paranaense. Iniciativas como essa contribuem significativamente para diminuir o desconhecimento sobre a participação feminina no campo do design.

É interessante observar que os trabalhos nessa perspectiva, talvez por não adotarem tom acusatório e nem se deter na invisibilidade feminina como decorrência de estruturas sociais vigentes, ou mais provavelmente, por significarem um acréscimo à ainda incipiente historiografia do design brasileiro, costumam ser muito bem recebidos.

---

<sup>7</sup> Tradução livre: “O papel central do designer como a pessoa que determina o significado em design é minado pela natureza complexa de seu desenvolvimento, produção e consumo, um processo que envolve inúmeras pessoas que precedem o ato de produção, outras que fazem a mediação entre produção e consumo, e aquelas que usam o design”.

Além do resgate profissional há que se atentar também para o resgate da atividade acadêmica das mulheres no design. Desde que o ensino formal do design historicamente se iniciou com a Escola Bauhaus alemã ou a Vkhutemas soviética (e até isso a moderna historiografia está questionando), as mulheres têm tido uma participação significativa ainda que numericamente inferior. Aliás, qualquer proposta de alinhar o ensino na Rússia pós-revolucionária aos conceitos modernos em educação para o design esbarraram em obstáculos ideológicos compreensíveis e, apenas recentemente ficou claro o desempenho fundamental de mulheres como Lyubov Popova, Varvara Stepanova como resultado de uma revolução que se propunha a trazer novos valores no que diz respeito à forma de tratamento dos camponeses, operários, crianças e mulheres.

Se no campo profissional a invisibilidade feminina pôde ser algumas vezes rompida pela visibilidade de seus projetos, no campo acadêmico pouco se percebe da movimentação das mulheres antes da década de 60 e principalmente nos países ditos como periféricos, quando em busca de alternativas profissionais no design muitas se dirigiram para as instituições de ensino emergentes. Há que se registrar sua contribuição ou ao menos participação nessa história ainda não construída.

O resgate histórico não precisa ser enfadonho ou ficar restrito ao universo acadêmico. Publicações como *When everything changed – the amazing journey of american women from 1960 to the presente*, de Gail Collins (2009) mostram como um grande volume de informação pode ser registrado e compartilhado de maneira leve, mantendo quase um diálogo com a memória do leitor. Naturalmente os nomes, fatos e lugares terão significado contextualizado à cultura norte-americana, mas é o estilo que se destaca permitindo que o conteúdo, ainda que atento ao rigor histórico e científico, se torne acessível às pessoas de uma maneira geral.

A título de finalização dessas considerações, registra-se aqui uma convocação à qual se espera que haja inúmeras adesões no futuro:

O século XXI será das mulheres! Quem avisa são os filósofos.... Por isso, vale a pena conhecer os caminhos que as mulheres trilharam, pois, para que o século XXI seja delas, de todas elas, é preciso compreender os

passos dados, corrigir rotas, sair de si próprio e pensar no coletivo. Conhecer a história de sua mãe e de sua avó, já é um bom começo (DEL PRIORE, 2013, p. 5).

## **Mulheres, relações de mercado e estereótipos**

From this point onwards, everything I already knew and everything that I subsequently uncovered about the world of material culture in the twentieth century confirmed my conviction that gender lay at the heart of an understanding that things are as they are and that we are as we are, to a significant extent, as a result of gendered material world that we encounter and negotiate every day (SPARKE, 2010, p. xvii).<sup>8</sup>

Toda sociedade, cultura ou grupo possui, ao longo de sua história, um conjunto de valores que norteiam seus atos. A construção de tais valores é um processo lento assim como sua mudança. Para além daqueles valores ditos universais e muitas vezes celebrados em cartas magnas de nações, religiões ou revoluções, estão características tangíveis ou intangíveis que conferem ao membro de uma sociedade a sensação de pertencimento e adequação. Padrões de beleza constituem um bom exemplo: toda sociedade os tem, não são imutáveis, mas, algumas vezes, apresentam um extraordinário poder de permanência. Por serem construções culturais podem se tornar incompreensíveis se observados fora de seu contexto, no entanto, enquanto vigentes, influenciam os inúmeros aspectos da vida cotidiana.

Tais valores decorrem de pressupostos sociais, os chamados estereótipos. Dias (2007) ao elaborar reflexões sobre como a publicidade brasileira mobiliza os estereótipos, apresenta seu significado sob várias

---

<sup>8</sup> Tradução livre: “Deste ponto em diante, tudo o que eu já sabia e tudo que eu posteriormente descobri sobre o mundo da cultura material no século XX confirmou a minha convicção de que o gênero estava no coração de um entendimento de que as coisas são como são e que somos como somos, de forma significativa, como resultado do mundo material genderificado que encontramos e negociamos todos os dias”.

perspectivas – a etimológica, da psicologia social, da sociologia e do discurso de comunicação. À parte sutis distinções quanto à sua operacionalização sob cada perspectiva e ressaltando que a conotação exclusivamente pejorativa dada ao termo é uma generalização sem fundamento, a autora oferece importante descrição de seu papel na dinâmica sociocultural:

Sendo o estereótipo uma convicção compartilhada socialmente, ele atua como preconizador de valores e comportamentos coletivos que garantem certa homogeneidade e coesão dos grupos. Se a vida em sociedade depende de um mínimo de acordo social, é preciso considerar que esse acordo pode significar a eliminação da diversidade, diversidade do pensamento coletivo que é moldado por convicções supostamente inquestionáveis pelo seu status de verdade social. A naturalização dessas convicções incide sobre a dimensão ideológica das representações sociais (DIAS, 2007, p. 34).

Se os estereótipos são preconizadores de valores e comportamentos coletivos e garantem a coesão dos grupos, é compreensível que constituam um recurso frequentemente utilizado pelo design, se atribuímos a este, como observa Forty (2007), dimensão econômica e ideológica no processo de construção da cultura material. No que diz respeito ao gênero há construções sociais de “masculinidade” e “feminilidade” que induzem a agir, mais ou menos, de acordo com estas condições. Designers não estão imunes a essa dinâmica.

Como salientam Safar e Almeida (2014, p. 83), “[...] o que os designers ‘sabem’ sobre a mulher resulta de sua percepção moldada pela sociedade patriarcal e capitalista e, portanto, revelando uma compreensão apenas parcial de suas demandas como consumidora e usuária.” E atribuem ao profissional de design responsabilidade social “[...] como agente de reprodução de valores intangíveis na sociedade por meio da linguagem visual apresentada nos artefatos produzidos e consumidos pelos indivíduos”.

A persistência de estereótipos femininos favorece a elaboração equivocada de projetos. Essa persistência decorre da manutenção dos

valores patriarcais, ainda que o modelo patriarcal de família já não seja mais uma realidade tão presente na sociedade.

O contexto histórico brasileiro foi marcado por uma estrutura patriarcal e conservadora (BORGES; IDE; DURÃES, 2010) que, definiu culturalmente os papéis e características de homens e mulheres destinando a essas os espaços privados mais do que os públicos, conferindo-lhes a responsabilidade pelas tarefas domésticas e a criação dos filhos e criando padrões de comportamento e moral que, se não foram totalmente seguidos, eram, ao menos, esperados. Pode parecer incrível, mas mesmo as mudanças decorrentes do movimento feminista e pós-feminista, como o aumento da inserção da mulher no ensino superior e no mercado de trabalho ou o aumento da participação da mulher no comando do núcleo familiar não têm sido suficientes para derrubar estereótipos tais como a existência de profissões consideradas mais “apropriadas” ao público feminino, a circunscrição da mulher ao âmbito do privado ou a expectativa por determinados comportamentos ditos “idôneos”.

Abordar o gênero em design, portanto, significa, entre outras coisas, questionar que características o design tem perpetuado nos produtos (seja na sua tipologia, forma de utilização, atributos estéticos ou até mesmo na sua própria necessidade ou não de existência) para supostamente atender a público usuário feminino, mas que constitui, basicamente, na perpetuação de estereótipos que apesar da conveniência mercadológica, estão contribuindo para a manutenção de certas relações de poder.

Que sociedade inclusiva se pretende quando um produto é vendido pelo seu apelo sexista e não pelas suas qualidades intrínsecas? Que oportunidades estão sendo oferecidas às crianças quando os brinquedos infantis são genderificados? Que identidades estão sendo estimuladas quando se reduz a sexualidade de homens e mulheres a códigos de cores?

Dizer que as conquistas feministas derrubaram muitos destes estereótipos não é uma verdade completa. Eles foram, na verdade, ampliados segundo interesses mercadológicos. Assim, à ideia de uma mulher maternal, frágil e sensível, afeita aos afazeres domésticos, acrescenta-se a da mulher fortemente sexualizada que busca o prazer a qualquer custo e a mulher fria, agressiva e combativa que “derrota” oponentes masculinos no mercado

de trabalho. Se tais construções são usadas na mídia, na publicidade e no cinema, não o deveriam ser no design, mas designers são seres sociais e, portanto, estão sujeitos a tais pressupostos sociais, a menos que exerçam com consciência crítica seu papel.

What is true for most of us, is also true for designers, both male and female: we cannot simply ‘shed our skin’: studies have shown that also design professionals, deliberately or unintentionally, transport their ‘gender’ in their design. Not only do we have to be aware of this social genderization in design, we also have to comment on it in a critical, open and public way, and in so doing we have to strive for change towards accepting and supporting diversity, towards a gender-sensitive and gender-appropriate design in both theory and practice (IGDN, 2016).<sup>9</sup>

Retomando a recomendação de Dias (2007) para que o entendimento sobre estereótipos não seja reduzido à sua dimensão exclusivamente pejorativa, é possível explorar, em benefício do design, alguns desses pressupostos sociais. Determinadas características tidas como “femininas” ao invés de limitar as mulheres a determinados territórios poderiam ser experimentadas como maneiras alternativas de compreensão e resolução de problemas em situações de projeto. Sobre esse aspecto vale lembrar Yeh (2011) que por meio de pesquisa realizada com cuidadosa escolha de participantes procurou estabelecer a relação entre o sexo dos designers (divididos em grupos de homens e mulheres) e os produtos que criaram (alto falantes, vaso decorativo e porta-lápis) para quatro grupos de gênero

---

<sup>9</sup> Tradução livre: “O que é verdade para a maioria de nós, também é verdade para os designers, tanto masculinos quanto femininos: não podemos simplesmente “trocar nossa pele”: estudos têm mostrado que também profissionais do design, deliberadamente ou não, transportam seu “gênero” na sua concepção. Não só temos de estar cientes desta genderização social no design, nós também temos que comentar sobre isso de uma forma crítica, aberta e pública, e ao fazê-lo, temos de lutar por mudança no sentido de aceitar e apoiar a diversidade, no sentido de um design sensível ao gênero ou adequado ao gênero na teoria e na prática”.

(feminino, masculino, andrógino e indiferente). O resultado é interessante porque os consumidores dos quatro grupos não atribuíram gênero a nenhum dos produtos criados, mas a preferência pelos produtos criados pelas mulheres foi significativamente maior. Naturalmente não se trata de uma pesquisa conclusiva, mas que desperta a curiosidade e sinaliza sobre a possibilidade de se explorar os mesmo estereótipos que condenaram o público feminino ao ostracismo na produção capitalista para estabelecer novos tipos de relação entre o designer e o público usuário ou consumidor.

Essa reflexão deve ser feita no âmbito do ensino do design, nas disciplinas projetuais e nos modelos metodológicos empregados. Esta é, inclusive, uma questão que perpassa a atividade do design independente do gênero de quem a executa. Como bem observa Bourdieu (2002) ações discriminatórias e uso de estereótipos discriminatórios são executados também por mulheres designers quando os efeitos duradouros de uma determinada ordem social se fazem presentes sem questionamentos.

### **O impacto sobre a historiografia do design**

O reconhecimento e a reflexão sobre a participação da mulher no design ampliam os limites conceituais para a reflexão sobre a própria história do design porque implicam na revisão de como essa história tem sido escrita.

Há a ilusão de que o resgate histórico do gênero feminino apenas enriquece a história do design. Na verdade, ele altera a leitura do passado porque é necessário ficar atento às formas de integração entre os fazeres industriais e não industriais dos quais as mulheres foram agentes fundamentais e mais representativos contribuindo para “descolar” o design do exclusivamente industrial, no seu significado de configuração prévia.

A invisibilidade das mulheres não se deveu apenas à sua exclusão das narrativas históricas, por serem mulheres, mas ao próprio conceito de design assumido pelos historiadores. Como observa Campi (2013), o alcance e os limites da história do design têm a ver com o entendimento do que seja design e tais questões ainda hoje são objeto de intenso debate no meio acadêmico. Para Buckley (1986) os métodos historiográficos utilizados

no design foram responsáveis pela exclusão do gênero feminino da história do design. Tais métodos envolviam processos de seleção e classificação influenciados por um contexto fortemente marcado pela estrutura patriarcal e capitalista para o qual deveriam ser priorizados processos de produção em massa mais do que domésticos ou artesanais e objetos de maior valor de mercado do que valor de uso.

Para a autora, a utilização de modos artesanais de produção pelas mulheres decorreu do lugar que lhes foi imposto e não de “predisposições biológicas”. Desse modo, para contemplar o que, por que e como as mulheres produziram para a cultura material, a história do design deve ampliar seu universo de investigação e entender o design não como restrito aos objetos industrializados, mas como constituidor principal da cultura material como um todo.

To exclude craft from design history is, in effect, to exclude from design history much of what women designed. For many women, craft modes of production were the only means of production available, because they had access neither to the factories of the new industrial system nor to the training offered by the new design schools. Indeed, craft allowed women an opportunity to express their creative and artistic skills outside of the male-dominated design profession. As a mode of production, it was easily adapted to the domestic setting and therefore compatible with traditional female roles (BUCKLEY, 1989, p. 255).<sup>10</sup>

Não se trata de reivindicar a existência de um “design feminino” – modalidade de classificação perigosa porque subestima a diversidade de

---

<sup>10</sup> Tradução livre: “Excluir o artesanato da história do design é, com efeito, excluir da história do design muito do que as mulheres projetaram. Para muitas mulheres, modos artesanais de produção eram os únicos meios de produção disponíveis, porque elas não tinham acesso nem às fábricas do novo sistema industrial nem à formação oferecida pelas novas escolas de design. Na verdade, a atividade artesanal permitiu às mulheres a oportunidade de expressar suas habilidades criativas e artísticas fora da profissão de design dominada por homens. Como um modo de produção, foi facilmente adaptado para o cenário doméstico e, por conseguinte, compatível com papéis femininos tradicionais”.

contextos envolvidos e a diversidade das soluções geradas pelas mulheres. Trata-se, na realidade, de se propor uma ampliação do escopo histórico de desenvolvimento do design, contemplando aquelas áreas do fazer artístico ou funcional marginalizadas porque executadas por um grupo social colocado à margem das grandes discussões conceituais. Trata-se de revelar não a existência de um estilo feminino homogeneizador, mas um olhar ou um pensar, na maioria das vezes, mas não exclusivamente feminino, que traz em si uma subjetividade diversa daquela, predominantemente masculina então existente.

Revelar a história dessas mulheres e de seu trabalho não precisa, portanto, ter o objetivo de alçá-las ao mesmo patamar masculino. Significa, isso sim, olhá-las onde estiverem, com as possibilidades e os limites que sua condição feminina lhes proporcionava em cada época ou contexto geográfico.

Barbosa (2010, p. 1982) chama atenção para o fato de ainda não ter havido uma revisão abrangente da produção feminina no passado brasileiro à semelhança do que já ocorreu com outros países como os Estados Unidos e atribui a essa falta de memória a consolidação de uma desigualdade que vai de encontro à ideia generalizada de igualdade em nosso país. Da mesma forma, reconhece obstáculos na própria posição assumida pelas mulheres que, ao obterem visibilidade significativa no Brasil “se recusam a serem vistas como artistas mulheres e, portanto, se recusam a reconhecer as diferenças de gênero”.

Além disso, ampliar os limites da História do Design de modo a incluir a produção artesanal é um recurso que não contempla apenas o gênero feminino. Considerar como produtos de design apenas objetos fabricados mediante processos mecânicos e de alta seriação é muito restritivo pois, como observa Campi (2013):

[...] excluye de los relatos históricos la producción de aquellos países o regiones que a pesar de tener una industria poco mecanizada han desarrollado o están desarrollando culturas del diseño muy sofisticadas. Este es el caso de muchos países latino-americanos o asiáticos que han llegado tarde a la industrialización y

que incorporam el diseño como factor de modernización y de mejora de la calidad de su producción artesanal (CAMPI, 2013, p. 36-37).<sup>11</sup>

## Por uma outra História

Abordar o gênero no design, bem como em qualquer outra área, traz em si [...]um duplo e profundo paradoxo, como todo gesto que tenta interrogar, retificar ou simplesmente evocar uma paridade não resolvida. De um lado, o ato que impede as mulheres de tomar a palavra; de outro, aquele que as impede de a tomarem a não ser em nome das mulheres (SIMIONI, 2011, p. 381).

Conquanto o tema gênero não seja inédito no Brasil, ainda é bastante incomum a existência de estudos que contemplem todas as áreas. Não é de surpreender, portanto, que o design, cuja afirmação no meio cultural e acadêmico foi (ou tem sido) arduamente conquistada ainda não tenha se dedicado adequadamente a este assunto.

Não há, na verdade, indícios consistentes do impacto que os estudos de gênero desenvolvidos no meio acadêmico tenham sido capazes de gerar na atividade profissional. Passa-se por um processo de reconhecimento e inclusão historiográfica, mas ainda poucos se debruçam sobre se e como essa revisão histórica pode contribuir para o design.

Nesse sentido, a teoria feminista tem contribuído de modo significativo para revelar as novas possibilidades para a História do Design na medida em que oferece aos historiadores instrumentos para entender a operacionalização histórica do patriarcado. Da mesma forma, a pós-

---

<sup>11</sup> Tradução livre: “[...] exclui, dos relatos históricos a produção daqueles países ou regiões que apesar de terem uma indústria pouco mecanizada desenvolveram ou estão desenvolvendo culturas de design muito sofisticadas. Este é o caso de muitos países latino-americanos ou asiáticos que chegaram tarde à industrialização e que incorporaram o design como fator modernização e melhoria da qualidade de sua produção artesanal.

modernidade e seu discurso aberto e heterodoxo tem sido receptiva à inclusão no âmbito das investigações da história do design territórios antes marginalizados como a produção artesanal e as criações populares.

De qualquer maneira, o que fica evidente é a necessidade de reescrever a história do design com base em uma definição de design que não seja nem demasiadamente restritiva nem inoperante pela sua amplitude. Um entendimento do design como principal configurador da cultura material e nesse caso, uma história mais inclusiva seja para o gênero ou para contextos geográficos periféricos ao eixo norte-americano e europeu.

## Referências

- BARBOSA, Ana Mae. Uma questão de política cultural: mulheres artistas, artesãs, designers e arte/educadoras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 19, 2010, Cachoeira, Bahia. *Anais...* Salvador: EDUFBA, 2010, p. 1979-1988.
- BORGES, K. F. C.; IDE, M. H. de S.; DURÃES, S. J. A. Mulheres na Educação Superior no Brasil: estudo de caso do Curso de Sistemas de Informação da Universidade Estadual de Montes Claros (2003/2008). In: CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E GÊNERO, 8, 2010. *Anais...* Curitiba: UFTPR, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação Masculina*. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BUCKLEY, Cheryl. Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design. *Design Issues*, Cambridge, v. 3, n. 2, p. 3-14, 1986
- BUCKLEY, Cheryl. Made in Patriarchy: toward a feminist analysis of women and design. In: MARGOLIN, Victor. *Design Discourse, history, theory, criticism*. Chicago: University of Chicago, 1989, p. 251-262.
- CAMPI, Isabel. El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto: um estado de la cuestión. In: \_\_\_\_\_ (Coord.). *Diseño y Historia: tempo, lugar e discurso*. México: Designio, 2010, p. 87-114

- \_\_\_\_\_. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio, 2013.
- COLLINS, Gail. *When everything changed – the amazing journey of american women from 1960 to the present*. New York: Back Bay Books, 2009.
- DEL PRIORE, Mary. *Histórias e conversas de mulher*. São Paulo: Planeta, 2013.
- DIAS, Dylia Lysardo. A Construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. *Stockholm Review of Latin American Studies*, Estocolmo, n. 2, p. 25-35, 2007.
- FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750*. Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GONÇALVES, Andréa Lisly. *História & Gênero*. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- GRAVIER, Marina Garone. Los designios de Eva: el género em La identidad Del diseño latinoamericano. *Revista 180*, Santiago, v. 13, n. 24, p. 32-35, 2009.
- IGDN, International Gender Design Network. Colônia, Alemanha. Rede internacional criada pelas professoras Uta Brandes (Alemanha) e Simone Douglas (Estados Unidos) para discussão e divulgação de trabalhos sobre design e gênero. Disponível em <<http://genderdesign.org/>>. Acesso em: 02 abr. 2016.
- KEIL, M. M. L.; BRAGA, M.C. Virginia Kistmann e a atuação pioneira como designer nos anos 1970. In: BRAGA, Marcos da Costa; CORREA, Ronaldo de Oliveira (Org). *Histórias do Design no Paraná*. Curitiba: UFPR; Insight, 2014, p. 193-210.
- 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.
- SCOTT, Joan W. Gender: a useful category of historical analyses. *The American Historical Review*, v. 91, n. 5, 1, p. 1053-1075, 1986.
- SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. A difícil arte de expor mulheres artistas. *Cadernos Pagnu*. Campinas, n. 36, p. 376-388, 2011.
- SPARKE, Penny. *As long as it's pink: the sexual politics of taste*. 2. ed. rev. Halifax: Nova Scotia College of Art and Design, 2010.

YEH, Wen-Dih. Industrial designers and the product gender of their design works. In: IDA CONGRESS EDUCATION CONFERENCE, 2011. Taipei. *IDA Congress Education Conference Proceedings*. Taipei, Taiwan Design Center, 2011, p. 95-102. Available on: <<http://www.icsid.org/education/education/articles1467.htm>>. Access: 10 nov. 2015