

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design

HISTÓRIA

History

Pekka Korvenmaa

História do design Finlandês: uma versão
extremamente compacta

History of Finnish design: an extremely compressed version

Alessandro Biamonti

Design: um foco italiano da história até os
dias atuais

Design: an italian focus from history to nowadays

Sergio Luis
Peña Martínez,
Milvia Pérez Pérez

La utopía del diseño. El diseño en Cuba.
Historia y realidad

Design utopia. Design in Cuba. History and reality.

Marcos da Costa
Braga

A pesquisa em história do design no Brasil: uma
experiência na Pós-graduação da FAU-USP

*Research on history of design in Brazil: an experiment in
Post-graduate courses at FAU-USP*

Giselle Hissa Safar,
Marcelina das
Graças de Almeida

Protagonismo feminino no design - um resgate
histórico em andamento

Female leadership in design - a historical rescue in progress

Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho
(Org. | Edited by)



EDITORA DA
UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE
MINAS GERAIS

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design



HISTÓRIA

History

EdUEMG - Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais

Avenida Coronel José Máximo, 200 - Bairro São Sebastião
CEP 36202-284 - Barbacena/MG | Tel.: (32) 3052-3120 - eduemg.uemg@gmail.com

Conselho Editorial da EdUEMG | *Editorial Council of EdUEMG*

Dijon Moraes Júnior (Presidente)

Fuad Kyrillos Neto

Helena Lopes

Itiro Iida

José Eustáquio de Brito

José Márcio Barros

Paulo Sérgio Lacerda Beirão

Vânia Costa

EdUEMG - Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais

Coordenação | *Coordination*

Daniele Alves Ribeiro de Castro

Projeto gráfico | *Graphic project*

Laboratório de Design Gráfico (LDG) da ED-UEMG

Coordenadora: Mariana Misk

Capa: Iara Mol

Produção editorial e revisão | *Editorial production and revision*

Daniele Alves Ribeiro de Castro

Diagramação | *Diagramming*

Marco Aurélio Costa Santiago

Tradução | *Translation*

Camila Faria Braga Pires

Monica de Sanctis Viana

Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e História /
organização: Dijon De Moraes. Regina Álvares Dias. Rosemary Bom
Conselho -

1. ed. - Barbacena, MG :

EdUEMG, 2014.

172 p.: il. – v.9

Título em inglês: Collection of advanced studies in design: Design and
History.

ISBN 978-85-62578-52-6

1. Design. 2. História. I. Moraes, Dijon De (org.), II. Dias, Regina Álvares
(org.), III. Bom Conselho, Rosemary (org.) IV. Universidade do Estado de
Minas Gerais. V. Título VI. Série.

CDU 7.05

Catálogo: Sandro Alex Batista - Bibliotecário CRB/6 - 2433

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design

HISTÓRIA

History

Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho
(Org. | Edited by)

Barbacena
Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais - EdUEMG
2014

UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS



ESCOLA DE
DESIGN



Centro de Estudos, Teoria,
Cultura e Pesquisa em Design

Cadernos de Estudos Avançados em Design
Collection of Advanced Studies in Design

Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design - Centro T&C Design
Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - ED-UEMG
Universidade do Estado de Minas Gerais

Reitor | *Rector*
Dijon Moraes Júnior

Vice-reitor | *Vice-rector*
José Eustáquio de Brito

Chefe de Gabinete | *Cabinet Chief*
Eduardo Andrade Santa Cecília

Pró-reitor de Planejamento, Gestão e Finanças | *Pro-rector of Planning, Management and Finances*
Giovânio Aguiar

Pró-reitora de Pesquisa e Pós Graduação | *Pro-rector of Research and Post Graduation*
Terezinha Abreu Gontijo

Pró-reitora de Ensino | *Pro-rector of Teaching*
Renata Nunes Vasconcelos

Pró-reitora de Extensão | *Pro-rector of Extension*
Vânia Aparecida Costa

Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais
Diretora | *Director*: Jacqueline Ávila Ribeiro Mota
Vice-Diretora | *Vice-Director*: Simone Maria Brandão M. de Abreu

Apoio financeiro | *Support*
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG

Organizadores do volume 9 | *Organizers of the volume 9*
Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho

SUMÁRIO

Apresentação

Dijon De Moraes

Regina Álvares Dias

Rosemary Bom Conselho _____ 11

História do design finlandês:

uma versão extremamente compacta

Pekka Korvenmaa _____ 23

Design: um foco italiano da história até os dias atuais

Alessandro Biamonti _____ 33

La utopía del diseño. El diseño en Cuba.

Historia y realidad

Sergio Luis Peña Martínez

Milvia Pérez Pérez _____ 47

A pesquisa em história do design no Brasil:

uma experiência na Pós-graduação da FAU-USP

Marcos da Costa Braga _____ 63

Protagonismo feminino no design - um resgate

histórico em andamento

Giselle Hissa Safar

Marcelina das Graças de Almeida _____ 79

Summary _____ 97

A Coleção

Os *Cadernos de Estudos Avançados em Design* integram o conjunto de publicações do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design (Centro T&C Design) da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED-UEMG). Sua finalidade é aproximar docentes, pesquisadores e estudiosos em torno da temática da teoria, pesquisa e cultura, buscando contribuir para o avanço da pesquisa em design, à luz de sua abrangente forma de expressão como cultura material.

O Centro T&C Design opera no universo das questões complexas e ainda pouco decodificadas, inerentes ao design, e se propõe como ferramenta de apoio aos programas de *stricto sensu* nessa área do conhecimento. Os textos reunidos neste nono volume são de reconhecidos pesquisadores do Brasil e do exterior, com o objetivo de promover um debate de alto nível no âmbito da comunidade de referência em design.

Os *Cadernos de Estudos Avançados em Design* abordam temas diversos, com amplos valores críticos, reflexivos e analíticos, buscando integrar conhecimentos de diversas áreas através de enfoques distintos como nos atesta o histórico de suas publicações:

Volume 1 – 1ª edição – Design & Multiculturalismo – ISBN 978-85-87042-71-2

2ª edição – Design & Multiculturalismo – ISBN 978-85-62578-20-5

Volume 2 – Design & Transversalidade – ISBN 978-85-87042-72-9

Volume 3 – 1ª edição – Design & Sustentabilidade I – ISBN 978-85-62578-00-7

2ª edição – Design & Sustentabilidade I – ISBN 978-85-62578-34-2

Design & Sustentabilidade II – ISBN 978-85-62578-00-7

Volume 4 – Design & Identidade – ISBN 978-85-62578-04-5

Volume 5 – Design & Método – ISBN 978-85-62578-09-0

Volume 6 – Design & Inovação – ISBN 978-85-62578-16-8

Volume 7 – Design & Humanismo – ISBN 978-85-62578-27-4

Volume 8 – Design & Emoção – ISBN 978-85-62578-32-8

Volume 9 – Design & História – ISBN 978-85-62578-52-6

Todos os volumes da Coleção estão disponíveis para *download* gratuito no sítio: www.tcdesign.uemg.br.

A Comissão Científica dos *Cadernos de Estudos Avançados em Design* é composta por professores doutores, provenientes de reconhecidas e diversas universidades do mundo:

Alessandro Biamonti, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Alpay Er, Dr. – Istanbul Technical University – ITU
Carlo Vezzoli, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Claudio Germak, Dr. – Politecnico di Torino – POLITO
Dijon De Moraes, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Ezio Manzini, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Flaviano Celaschi, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Gui Bonsiepe, Dr. – Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ
Itiro Iida, Dr. – Universidade de Brasília – UnB
Jairo D. Câmara, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Lia Krucken, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Luigi Bistagnino, Dr. – Politecnico di Torino – POLITO
Marco Maiocchi, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Dr. – Universidade de São Paulo – USP
Mario Buono, Dr. – Università Degli Studi di Napoli – Itália
Maristela Ono, Dr. – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Pekka Korvenmaa, Dr. – University of Art and Design Helsinki – Finlândia
Regina Álvares Dias, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rita de Castro Engler, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rosemary Bom Conselho, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rui Roda, Dr. – Universidade de Aveiro, Portugal
Sebastiana B. Lana, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Sergio Luis Peña Martínez, Dr. – Instituto Superior de Diseño – ISDI – Cuba
Silvia Pizzocaró, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Vasco Branco, Dr. – Universidade de Aveiro – UA
Virginia Pereira Cavalcanti, Dr. – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

Mais informações sobre o Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design estão disponíveis no sitio: www.tcdesign.uemg.br.

The Collection

The *Collection of Advanced Studies in Design* integrates the set of publications of the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design (Centro T&C Design) of the School of Design of the Minas Gerais State University (ED-UEMG). Their purpose is to approximate professors, researchers and scholars in what concerns the thematic of theory, research and culture, aiming to contribute to the progress of the Design research, under the concept of its extensive way of expression as a material culture.

The Centre T&C Design operates in the universe of complex questions inherent to Design and that are also still little decoded. It has the purpose of being a support tool to the *stricto sensu* programs in this area of knowledge. The texts put together in this ninth edition were produced by renowned researchers of Brazil and foreign countries, with the objective of promoting a high level debate in the scope of the community of reference in Design.

The *Collection of Advanced Studies in Design* approach different themes, with wide critical, reflexive and analytical values, aiming to integrate the knowledge of many areas, throughout different focuses, as the history of their publications attests to us:

- Volume 1 – 1st edition – Design & Multiculturalism – ISBN 978-85-87042-71-2
2nd edition – Design & Multiculturalism – ISBN 978-85-62578-20-5
- Volume 2 – 1st edition – Design & Transversality – ISBN 978-85-87042-72-9
- Volume 3 – 1st edition – Design & Sustainability I – ISBN 978-85-62578-00-7
2nd edition – Design & Sustainability I – ISBN 978-85-62578-34-2
Design & Sustainability II – ISBN 978-85-62578-00-7
- Volume 4 – Design & Identity – ISBN 978-85-62578-04-5
- Volume 5 – Design & Method – ISBN 978-85-62578-09-0
- Volume 6 – Design & Innovation – ISBN 978-85-62578-16-8
- Volume 7 – Design & Humanism – ISBN 978-85-62578-27-4
- Volume 8 – Design & Emotion – ISBN 978-85-62578-32-8
- Volume 9 – Design & History – ISBN 978-85-62578-52-6

All the volumes of the Collection are available for free download at the website:
www.tcdesign.uemg.br

The *Scientific Commission of the Collection of Advanced Studies in Design* is composed by doctor professors, who come from many renowned universities around the world:

Alessandro Biamonti, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Alpay Er, Dr. – Istanbul Technical University – ITU
Carlo Vezzoli, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Claudio Germak, Dr. – Politecnico di Torino – POLITO
Dijon De Moraes, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Ezio Manzini, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Flaviano Celaschi, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Gui Bonsiepe, Dr. – Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ
Itiro Iida, Dr. – Universidade de Brasília – UnB
Jairo D. Câmara, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Lia Krucken, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Luigi Bistagnino, Dr. – Politecnico di Torino – POLITO
Marco Maiocchi, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Dr. – Universidade de São Paulo – USP
Mario Buono, Dr. – Università Degli Studi di Napoli – Italy
Maristela Ono, Dr. – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Pekka Korvenmaa, Dr. – University of Art and Design Helsinki – Finland
Regina Álvares Dias, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rita de Castro Engler, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rosemary Bom Conselho, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Rui Roda, Dr. – Universidade de Aveiro – Portugal
Sebastiana B. Lana, Dr. – Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG
Sergio Luis Peña Martínez, Dr. – Instituto Superior de Diseño – ISDI – Cuba
Silvia Pizzocaró, Dr. – Politecnico di Milano – POLIMI
Vasco Branco, Dr. – Universidade de Aveiro – UA
Virginia Pereira Cavalcanti, Dr. – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

More information about the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design are available at the website: www.tcdesign.uemg.br

Apresentação

Design & história: prospecções, construções e contextos foi o tema do Seminário Internacional de Design realizado em dezembro de 2013, no auditório do Memorial da Vale, em Belo Horizonte, do qual resultou esse nono volume da Coleção *Cadernos de Estudos Avançados em Design*. O livro reúne a reflexão de estudiosos de universidades brasileiras e do exterior sobre temas relacionados aos aspectos de história e design.

O seminário propôs um espaço de debate de temas que nos leve a compreender a história do design, não apenas na cronologia das suas produções materiais, mas como reflexão e análise crítica do que se constrói das relações dos seres humanos com os objetos que produz e usa. O leitor notará que os textos apresentados reúnem vários elementos transversais à história e cultura material do design, com diferentes áreas atuando conjuntamente, contribuindo para sua evolução e temporalidade.

O professor Pekka Korvenmaa, vice-reitor da Alvaro Aalto University de Helsinki na Finlândia, nos brinda com o texto intitulado *História do design Finlandês: uma versão extremamente compacta*. O autor comenta que a história do design da Finlândia, contada em apenas dez páginas, é uma versão extremamente condensada de seu último livro, publicado em 2009 e intitulado “Design Finlandês: uma história concisa”. O conteúdo original do livro contém aproximadamente 150 páginas, compreendendo o período de 1870 a 2010, portanto, um pouco mais de uma página por ano relatado. O próprio autor se pergunta sobre o que incluir e o que excluir dessa história. Contudo, explica que por se tratar de uma narrativa de um só autor, o leitor pode questionar a relevância dos tópicos, a seleção de casos e toda a narrativa, e se dispõe a receber dos leitores contribuições e trocar ideias após a leitura. A disposição cronológica e seu texto claro permitem, mesmo que de forma resumida, tecer a trajetória bem sucedida do design na Finlândia e como o seu desenvolvimento contribuiu para moldar a autoidentidade do país. Podem-se destacar as realizações do modernismo, entre 1930 e a década de 1970, que deu origem a um reconhecimento internacional do fenômeno “design finlandês”. Os principais temas abordados incluem as exposições nacionais e internacionais, o desenvolvimento do ensino de design, a organização profissional, os setores industriais mais relevantes e as relações entre arte, artesanato

e design. Na atualidade, o design tornou-se elemento fundamental na tomada de decisões corporativas, e para promover o design, a fabricação e a comercialização do produto finlandês, três importantes instituições de ensino se fundiram - Universidade de Arte e Design de Helsinki, a Universidade de Tecnologia de Helsinki e a Escola de Helsinki de Economia - para criar a nova Alvaro Aalto University, que começou a funcionar em 2010.

No capítulo seguinte intitulado *Design: um foco italiano da história até os dias atuais*, o autor Alessandro Biamonti, do Politécnico di Milano, inicia seu texto com a seguinte reflexão: "A crise econômica atual é uma crise humana?" Apesar do momento difícil que estamos passando, professor Biamonti não acredita que seja uma crise humana, mas sim uma violenta, dura, até mesmo cruel crise econômica. Uma crise que, como consequência, pode afetar os seres humanos (e de fato o faz), mas os seres humanos não são a sua economia, e conclui ser "apenas" uma crise econômica. O autor apresenta uma série de distorções e mal-entendidos relacionados aos conceitos do design, tecnologia e seres humanos. Para ele, o design pode ser considerado como atividade antropológica e cultural no sentido amplo, que opera para dar suporte, com os resultados do próprio trabalho (e do próprio pensamento), ao objetivo de todos os seres humanos: dar um sentido à existência. Objetivo que se reflete na busca de um senso das coisas, dos objetos, dos símbolos que circundam as frágeis existências dos seres humanos. O design italiano é outro ícone mundial e se baseia em um DNA do "fazer italiano", que sempre busca um sentido, principalmente nos reflexos socioculturais. Um exemplo icônico apresentado pelo autor é a Lambreta. Após a Segunda Guerra Mundial, a Itália se encontrava em uma situação bem crítica do ponto de vista econômico, mas daí emerge uma capacidade de interpretar a realidade e de projetá-la em um sentido por tudo diferente. A invenção da Lambreta sintetiza três características fundamentais do design italiano: o uso da tecnologia como instrumento, o design para produzir sentido e o seu impacto sociocultural. São vários os exemplos de designers italianos, entre os quais o autor destaca os mestres Achille e Piergiacomo Castiglioni, Marco Zanuso e Joe Colombo. Destaca também um momento histórico importante para o reconhecimento do design italiano, quando em 1972, no MOMA de Nova York aconteceu a exposição "Italy: New Domestic Landscape",

chamando atenção para três nomes significativos para a cultura do design na Itália: Superstudio, Gaetano Pesce e Ettore Sottsass. Os três exemplos reportados mostram que o foco do design italiano naquele período não estava ligado apenas às ideias de beleza ou de forma, mais muito mais às consequências socioculturais, ao sentido do design. Ao final, o autor conclui que o design italiano se desenvolve em torno da importância e centralidade dos seres humanos e de suas existências, principalmente através da criação de cenários, necessariamente temporários. As questões técnicas representam apenas um elemento para a construção de uma experiência de outra natureza: mágica, sagrada, metafórica, alusiva... em suma, profundamente antropológica.

O texto dos professores cubanos Sergio Luis Peña Martínez e Milvia Pérez Pérez intitulado *La utopía del diseño. El diseño en Cuba. Historia y realidad* nos revela um outro contexto, bem distinto de países como a Finlândia e Itália. A história do design em Cuba é recente, possui menos de quarenta anos, iniciando e se desenvolvendo juntamente com a revolução que transformou o contexto e o modelo socioeconômico em um cenário de novas condições e oportunidades. Desde o início, o governo revolucionário apostou no design como fator de desenvolvimento e ferramenta indispensável para a melhoria da qualidade de vida da população. Em 1963, foi fundada em Havana a Escuela Superior de Diseño Industrial, com um programa baseado em princípios e currículos de escolas existentes em outros países socialistas e outras escolas europeias, mas não prosperou. Em 1980 nasce a Oficina Nacional de Diseño Industrial (ONDI), uma entidade estatal orientada a aplicações de políticas no domínio do design, assim como a formação dos profissionais que a realidade demanda. Quatro anos mais tarde é criado o Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDi) como centro de educação superior que até o momento já formou mil e duzentos profissionais graduados, sendo o único no país. O ISDi prepara seus alunos para propor soluções para necessidades socioeconômicas, com projetos em setores prioritários e fortes de Cuba, como a saúde, turismo, transporte, biotecnologia e comunicações. Os autores comentam que são muitos os projetos bem sucedidos, mas advertem também que ainda há muito a ser melhorado, especialmente uma maior compreensão do design como ferramenta para a inovação, e não somente um gasto a mais no desenvolvimento dos produtos.

A diferença mais relevante na atuação do design em um país socialista é que o “mercado” é o próprio país, visto que as empresas são estatais. Os autores desvendam alguns mitos do design por meio de uma reflexão detalhada dos conceitos do design e sobre a profissão do designer. Por sua natureza complexa, os temas foram decompostos em quatro dimensões: os problemas profissionais, as esferas de atuação, os modos de atuação e os campos de ação profissional. Sem dúvida, os mitos revelados e transformados em realidade possibilitarão aos designers suprir as deficiências em diferentes áreas da profissão e propor formas que lhe permitem adaptar-se dinamicamente para os novos desafios. Os cenários exigem uma revisão urgente do modelo de profissional necessário para a sociedade, e nesse sentido o design cubano precisa articular uma nova proposta de formação e emprego capaz de dar resposta às exigências dos tempos, contudo, sem perder a pertinência e pertencimento ao país.

O quarto capítulo *A pesquisa em História do Design no Brasil: uma experiência na Pós-graduação da FAU-USP*, o professor Marcos da Costa Braga apresenta uma experiência didática de estímulo à pesquisa da História do Design no Brasil. Trata-se da disciplina “História Social do Design no Brasil” oferecida pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), sobre a qual o autor narra: a estruturação, os resultados e alguns de seus desdobramentos. A dinâmica da disciplina foi organizada em aulas expositivas, seminários apresentados pelos alunos e ao final a realização de monografias em temas de interesse e motivações próprias do aluno, mas com uma definição clara do foco do estudo, seja ele nos designers, nas ideias, nas instituições, na cultura material, no consumo, na *práxis*, na produção ou áreas específicas de atuação profissional. As monografias finais apresentadas, em muitos casos, foram publicadas em eventos ou periódicos da área, incentivando a publicação de produção acadêmica. O resultado dos trabalhos gerou dois livros “Histórias do Design no Brasil I e II”, publicados pela Annablume e FAU-USP, organizados por Braga e outros autores. A mesma disciplina foi também oferecida para uma turma do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (UFPR – PPGDesign), em 2013. A experiência resgatou importantes passagens históricas do design paranaense, sendo que a maioria dos temas nunca tinha sido objeto de

alguma pesquisa anterior. Apesar do crescimento da pesquisa em história sobre o campo do design brasileiro, se faz necessário avançar, abrir frentes institucionais para fortalecer a História do Design no Brasil, buscar interações com histórias de outros campos e defender a sua valorização nos cursos de graduação. Braga espera que a experiência narrada nesse estudo possa contribuir para aumentar o interesse na formação dos designers como pesquisador da História do Design e estimular a vontade em pesquisar novas histórias do design pelo Brasil afora.

Por fim, uma nova perspectiva é apresentada, *Protagonismo feminino no design - um resgate histórico em andamento* das professoras de História da Arte e Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Giselle Hissa Safar e Marcelina das Graças de Almeida. Segundo as autoras, o estudo sobre a identidade de gênero é discutido em vários campos da ciência, mas sua abordagem no campo do design é muito recente. O capítulo discute, por meio do resgate da participação feminina no design, três contextos históricos específicos para compreender o processo pelo qual suas atuações colocadas em segundo plano ou mesmo desconsideradas no registro histórico. O primeiro contexto avaliado foi o da designer Clara Driscoll em sua trajetória na Tiffany no final do século XIX, sendo responsável pela supervisão dos mais importantes mosaicos e vitrais realizados pela empresa bem como pelo projeto da maior parte de suas luminárias e objetos decorativos. Driscoll foi atuante no trabalho, obteve posição de chefia de uma equipe, foi bem remunerada e não encontrou grandes obstáculos como designer, porque se inseria adequadamente no papel que lhe era permitido: trabalhava, criava, mas aceitava o anonimato, privilegiou a vida como esposa todas as vezes que teve a oportunidade e, principalmente, atuou nas artes decorativas, considerada apropriadamente feminina. As mulheres da Bauhaus foi o segundo contexto apresentado pelas autoras, em especial a trajetória da designer Marianne Brandt, que esperou pacientemente pela aceitação de seus colegas. Brandt foi uma das poucas a encarar o desafio de entrar em território masculino - a oficina de metal, enquanto a maioria das mulheres estudantes da Bauhaus permaneceu em territórios femininos como tecelagem, cerâmica, brinquedos de madeira, mobiliário infantil e fotografia artística. O terceiro contexto explorado foi o da General Motors, uma das maiores indústrias automobilísticas do mundo, que incluiu mulheres em sua

equipe a partir de 1943. As “donzelas do design” entraram no universo masculino pela porta lateral do design de interiores dos automóveis e somente sobreviveram nesse campo enquanto a figura masculina que lhes permitiu o acesso existiu. As autoras concluem que o mais significativo em todas as três situações é que as histórias aconteceram e têm um valor para a compreensão da dinâmica do design, mas não foram reconhecidas como relevantes pelos historiadores. Esse reconhecimento se deu por meio de resgates conscientes realizados por outras mulheres muitas décadas depois.

Os enfoques abordados pelos diferentes autores de culturas tão distintas somam-se e se completam nessa rica coletânea. Esperamos que este livro estimule novos estudos considerando as importantes questões da cultura material, o resgate histórico da produção do design, enquanto empresas, profissionais e ensino. Acreditamos que também possa contribuir para a formação de jovens designers, no âmbito do *lato* e *stricto sensu*, por meio das pesquisas em busca da humanização do design contemporâneo, e que inspire as transformações que ainda estão por vir.

Com mais este volume da coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design, o Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) espera colaborar para o desenvolvimento acadêmico em nível avançado no país.

Por fim, agradecemos a todos os articulistas que colaboraram com esta publicação e convidamos o leitor a refletir conosco sobre o tema “Design & história”.

Boa leitura.

Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho

Presentation

Design & history: prospections, constructions and contexts was the theme of the International Seminar of Design, carried out in December of 2013, in the auditorium of the Vale Memorial, in Belo Horizonte, and it resulted in this ninth volume of the *Collection of Advanced Studies in Design*. The book reunites the reflection of scholars of Brazilian and foreign universities about themes related to the aspects of history and design.

The seminar proposed a space of debate about themes that make us comprehend the history of design, not only in the chronology of its material productions, but as a reflection and critical analysis of what is built out of the relationship of humans with the objects they produce and use. The reader will be able to notice that the texts here presented reunite many elements transversal to the history and material culture of design, with different areas acting conjunctly, contributing for its evolution and temporality.

The professor Pekka Korvenma, vice-rector of the Alvaro Aalto University of Helsinki in Finland, gives us a text entitled *History of Finnish design: an extremely compressed version*. The author comments that the history of design in Finland, told in only ten pages, is an extremely condensed version of his last book published in 2009, entitled "Finnish Design: a concise history". The original content of the book has approximately 150 pages, comprehending the period from 1870 to 2010, therefore, a little more than one page for year related. Even the author asks himself what to include or not of the history. However, he explains that being it a narrative of a single author, the reader may question the relevance of the topics, the selection of cases and the whole narrative, and he opens himself to receive feedback and contributions from the readers and to exchange ideas after the reading. The chronological disposition and its clear text allow the author, even in a resumed way, to spin the well succeeded trajectory of design in Finland and how its development has contributed to shape the self-identity of the country. We may highlight the realizations of modernism, from the 1930s to the 1970s, that gave origin to an international recognition of the "Finnish design" phenomenon. The main themes approached include the national and international expositions, the

development of design teaching, the professional organization, the most relevant industrial sectors, and the relations between art, handicraft and design. Nowadays, design has become an essential element in the corporative decision making, and to promote the design, the fabrication and the commercialization of the Finnish product, three important scholar institutions merged - The University of Art and Design of Helsinki, The University of Technology of Helsinki and The School of Economics of Helsinki - to create the new Alvaro Aalto University, that started to function in 2010.

In the next chapter, entitled *Design: an Italian focus of history to nowadays* the author Alessandro Biamonti of the Politécnico di Milano initiates his text with the following reflection: "Is the current economical crisis a human crisis?" Professor Biamonti considers that, despite the difficult moment we are facing, he does not believe this is a human crisis, but a violent, hard and even cruel economical crisis. A crisis that, as a consequence, may affect the human beings (and in fact does), but the human beings are not their economy, and so he concludes that it is "only" an economical crisis. The author presents a series of distortions and misunderstandings related to the concepts of design, technology and humans. For him, design can be considered an anthropological as well as cultural activity in a wide sense, which operates to give support, with the results of the work itself (and the thought itself), to the objective of all human beings: give a meaning to existence. Objective that is reflected in the search of the sense of things, of objects, of symbols that surround the fragile existence of human beings. Italian design is another global icon and it is based on a DNA of the "Italian doing", that always looks for a sense, mainly the sociocultural reflexes. An iconic example presented by the author is the Scooter. After the Second World War, Italy was in a very critical situation from the economical point of view, but there emerges a capacity of interpreting reality and projecting it in a sense for everything different. The invention of the Scooter synthesizes three fundamental characteristics of the Italian design: the use of technology as an instrument, the design to produce sense and its sociocultural impact. There are many examples of Italian designers and the author highlights the masters Achille and Piergiacomo Castiglioni, Marco Zanuso and Joe Colombo. He also highlights an important historical moment for the recognition of the Italian design, when,

in 1972, at MOMA in New York, happened the exposition: "Italy: New Domestic Landscape", calling attention for three meaningful names for the design culture in Italy: Superstudio, Gaetano Pesce and Ettore Sottsass. The three reported examples showed that the focus of the Italian design in that period was not connected only with the ideas of beauty and form, but much more with the sociocultural consequences, with the sense of design. At the end, the author concludes that the Italian design is developed around the importance and centrality of human beings and their existence, mainly throughout the creation of scenarios, necessarily temporary. The technical issues represent only an element for the construction of an experience of another nature: magical, sacred, metaphorical, allusive... in sum, profoundly anthropological.

The text of the Cuban professors Sergio Luis Peña Martínez and Milvia Pérez Pérez, entitled *Design utopia. Design in Cuba. History and reality* reveals us another context, very different from countries such as Finland and Italy. The history of design in Cuba is recent, has less than forty years, initiating and developing together with the Revolution that transformed the context and the socioeconomic model in a scenario of new conditions and opportunities. Since the beginning, the revolutionary government bet in design as a factor of development and an essential tool for the improvement of the population's life quality. In 1963, the Superior School of Industrial Design was founded in Havana, with a program based on principles and curriculums of schools that existed in other socialist countries and European schools, but it did not prosper. In 1980, appears the National Office of Industrial Design (ONDI, a State entity oriented to the application of politics in the design domain, as well as the formation of professionals that reality demands. Four years later, the Superior Institute of Industrial Design (ISDi) was created as a center for superior education that up to the moment has formed 1.200 graduated professionals, being unique in the country. The ISDi prepares its students to propose solutions for socioeconomic needs, with projects in important and strong sectors of Cuba, such as health, tourism, transports, biotechnology and communications. The authors comment that there are many well succeeded projects, but also advert that there are many things to be improved, specially conquering a greater comprehension of design as a tool for innovation and not only another expense in the development

of products. The most relevant difference in the actuation of design in a socialist country is that the "market" is its own country, since the companies belong to the State. The authors unveil some myths of design throughout a detailed reflection of the concepts of design and the profession of the designer. Due to their complex nature, the themes were decomposed in four dimensions: the professional problems, the spheres of actuation, the forms of actuation and the fields of professional action. Doubtless, the myths revealed and transformed into reality will allow the designers to fulfill the deficiencies in different areas of the profession and to propose forms that allow it to dynamically adapt to the new challenges. The scenarios demand an urgent revision of the professional model necessary for society, and in this sense the Cuban design needs to articulate a new proposal of formation and employment, able to give answers to the demands of times, but without losing the pertinence and belonging to the country.

In the fourth chapter, *The Research in History of Design in Brazil: an experience in the Post-graduation of FAU-USP*, the professor Marcos da Costa Braga presents a didactic experience of stimulation to the research of the Design History in Brazil. It is about the discipline of "Social History of Design in Brazil", offered by the Post-graduation Program of the School of Architecture and Urbanism of the University of São Paulo (FAU-USP), which the author narrates how it was structured, its results and some of its deployment. The dynamic of the discipline was organized in expository classes, seminars presented by the students and in the end the realization of monographs about themes of interest and motivation of the students, but with a clear definition of the focus of the study, be it on the designers, on the ideas, on the institutions, on the material culture, on the consumption, on the praxis, on the production or on specific areas of professional actuation. The final monographs presented, in many cases, were published in events or newspapers of the area, motivating the publication of academic production. The result of the works has generated two books "Histories of Design in Brazil I and II", published by Annablume and FAU-USP, organized by Braga and other authors. The same discipline was also offered for a class of the Post-graduation Program in Design of the Paraná Federal University, UFPR – PPGDesign, in 2013. The experience rescued important historical passages of the design of Paraná, and most of the themes had never being object

of a previous research. Despite the growth of the research in history about the field of Brazilian design, we need to go forward, to open institutional fronts to strengthen the History of Brazilian Design, to look for interactions with histories of other fields and to defend its valorization in the graduation courses. Braga expects that the experience narrated in this study may contribute to enhance the interest in the formation of designers as researchers of the history of design and to stimulate the will of researching new histories of design all over Brazil.

Last but not least, a new perspective is presented in the last chapter of this report: *Feminine protagonist of design - a historical rescue*, by the professors of history of art and design of UEMG, Giselle Hissa Safar and Marcelina das Graças de Almeida. According to the authors, the study about identity of gender is discussed in many fields of science, but its approach in the field of design is very recent. The chapter discusses, throughout the rescue of feminine participation in design, three specific contexts to understand the process throughout which its actuation was put in a second plan or was not considered in the historical registration. The first context evaluated was the one of the designer Clara Driscoll in her trajectory at Tiffany in the end of the XIX century, being her responsible for the supervision of the most important mosaics and stained glass windows realized by the company as well as by the project of the greater part of its luminaries and decorative objects. Driscoll was active at her work, conquered the leadership of a team, was well paid and did not face big obstacles as a designer, because she would fit properly in the roll she was given: she worked, created, but accepted the anonymity, she privileged life as a wife every time she had the chance and mainly she acted in the decorative arts, considered properly feminine. The Bauhaus' women were the second context presented by the authors, specially the trajectory of the designer Marianne Brandt, who patiently waited for the acceptance of her colleagues. Brandt was one of the few women to face the challenge of entering in a masculine territory - the metal office, while most Bauhaus' student women stayed in feminine territories, such as weaving, ceramics, wood toys, child furniture and artistic photography. The third context explored was the one of General Motors, one of the biggest industries of automobiles in the world, and that included women in its team since 1943. The "design ladies" entered the masculine universe through the lateral door of

interior design of automobiles and only survived in this field while the masculine figure that allowed their access existed. The authors conclude that what is most meaningful in all three situations is that the histories happened and have a value for the comprehension of the design dynamic, but they were not recognized as relevant by the historians. This recognition happened throughout conscious rescues made by other women many decades later.

The focuses approached by the different authors of so different cultures are summed and complement themselves in this rich compilation. We hope this book stimulates new studies considering the important issues of material culture, the historical rescue of the production of design, as companies, professionals and teaching. We believe that it may also contribute to the formation of young designers, in the ambit of *lato* and *stricto sensu*, throughout researches for the humanization of contemporaneous design, and that inspire the transformations yet to come.

With this new volume of the Collection of Advanced Studies in Design, the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design of the Minas Gerais State University – UEMG, expects to collaborate with the academic development in the country, in an advanced level.

Finally, we thank all the writers that collaborated with this publication and invite the reader to reflect with us about the theme "Design and History".

Good reading.

Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho

História do design finlandês: uma versão extremamente compacta

Pekka Korvenmaa

PhD em História da arte pela University of Helsinki. Atualmente é vice-reitor na Escola de Artes, Design e Arquitetura da Universidade Aalto (Aalto University School of Arts, Design and Architecture) e professor de Design e Cultura no Departamento de Design da mesma universidade. Neste campo, liderou diversos projetos e equipes de pesquisa e supervisionou estudos de doutorado na Finlândia e no exterior. Korvenmaa publicou extensamente sobre a história da arquitetura e do design finlandeses, tanto na Finlândia como internacionalmente. Seu livro mais recente é o “Design Finlandês - uma história concisa”.

pekka.korvenmaa@aalto.fi

Prólogo

Em 2009, publiquei um livro sobre o desenvolvimento geral do design na Finlândia. O livro, publicado tanto em finlandês como em inglês, tinha o título de “Design Finlandês - uma história concisa” (*Finnish Design - a concise history*), University of Art and Design Publications, Helsinki 2009. O manuscrito original continha aproximadamente 150 páginas digitadas, compreendendo um lapso de tempo de aproximadamente 1870 a 2010. Portanto, um pouco mais de uma página por ano discutido. Claro que surge a pergunta: o que foi escolhido para ser incluído e o que excluir? Sendo uma narrativa de um só autor, o leitor pode questionar a relevância dos tópicos, a seleção de casos e toda a narrativa.

O livro foi, para minha grande alegria, recebido com entusiasmo. Em 2012 foi lançado em chinês em Beijing. Agora, uma nova edição está sendo preparada com a *Victoria&Albert Museum Publishing* (Londres).

O texto a seguir é uma versão atualizada do resumo do livro original. Eu comprimo a complexa, variada e ilustre história do design finlandês em oito páginas digitadas. Pode isso realmente ser feito sem violar o tema e os parâmetros a nível macro do design onde ele opera? – Eu lhe convido a ler e decidir por si mesmo e enviar-me seu parecer para meu endereço de e.mail.

O design finlandês desde o início dos anos 1870 até os dias atuais

Os esforços conscientes de desenvolver a arte aplicada que começaram na Finlândia nos anos 1870 coincidiram com a marcada industrialização do país, na época em que um autônomo Grão-Ducado do Império Russo, Carl-Gustaf Estlander, professor de estética na Universidade Imperial de Alexandre, de Helsinki (*Imperial Alexander University of Helsinki*), era uma figura influente neste respeito, quem também entregou diretrizes ideológicas. O treinamento em tal campo começou na Escola de Artesanato, em 1871, e o Museu de Artes Aplicadas foi fundado em 1873, seguido pela Sociedade Finlandesa de Artesanato e Design, em 1875. Tais atores principais ainda realizam seu trabalho de várias maneiras. Os Amigos do Artesanato Finlandês, que desenvolveu o conteúdo neste campo por um bom tempo, começou seu trabalho em 1879, enquanto a fábrica Arabia de porcelana, um dos pilares do design na Finlândia, foi lançada em 1874. Apoiada pelo liberalismo econômico e facilitada pela legislada liberdade de ocupações, a industrialização também chamou a atenção para a qualidade dos produtos, que foi melhorada pelas habilidades nas artes aplicadas. Por vários anos, a indústria finlandesa esteve essencialmente baseada em papel e madeira. Esta situação deu um impulso importante para o artesanato e a produção em oficinas, as principais fontes de produtos de arte aplicada até os anos 1920. As significativas indústrias finlandesas de algodão, cerâmica e vidro tornaram-se exemplos de seu design no estrangeiro.

Onde as artes aplicadas originalmente enfatizavam seus benefícios para a indústria, as artes e artesanatos foram ressaltados como uma área de atividade relacionada à arte, espacialmente em relação à arquitetura. Isto elevou seu *status* e promoveu sua inclusão entre as artes, enquanto o Pavilhão Finlandês na Feira Mundial de Paris de 1900 marcou um avanço internacional. Artes e artesanatos

contemporâneos combinaram aplicações herdadas da cultura popular doméstica com as últimas tendências internacionais, tais como *art nouveau* e *jugendstil*. Mantidos por uma longa explosão econômica que prometeu construção e urbanização, as artes e artesanatos se desenvolveram fortemente até o fim da Primeira Guerra Mundial. O treinamento no campo também se diversificou, apesar de haver enfatizado arte aplicada como especificamente artes e artesanato, ao invés de servir a indústrias. Em 1911, profissionais em artes aplicadas estabeleceram a Associação de Artistas Ornamentais Ornamo (atualmente Associação Finlandesa de Designers Ornamo), que foi uma das primeiras organizações profissionais deste tipo no mundo.

A independência internacional em 1917 e o fechamento da fronteira com a Rússia Soviética que logo seguiu levaram a mudanças estilísticas e comerciais nas artes e design aplicados. O classicismo, que se tornou o estilo predominante do período, se encaixava bem à nova democracia. A Casa Parlamentar neoclássica em Helsinki, inaugurada em 1930, foi uma exibição das melhores conquistas das artes e design finlandeses aplicados e um projeto exigente que promoveu este campo como um todo.

Dos vários setores da arte aplicada, o mobiliário estava entre os primeiros a usar os serviços de designers formados na Finlândia. Após sofrer, primeiramente, com o fim do comércio com a Rússia, este setor rapidamente evoluiu nos anos 1920 para a produção em massa, tendo a cidade de Lahti, no sul da Finlândia, como seu centro. Em artes e artesanatos, os tecidos, em particular, prosperaram, e diversos estúdios de tecelagem eram dirigidos pelos seus próprios designers. Trabalhos de arte aplicada desenhados na Finlândia ainda consistiam, em sua maioria, de pequenas edições de trabalhos manuais e design de interiores e decoração ligados ao design arquitetônico. As maiores indústrias finlandesas têxteis e de cerâmica ainda não haviam empregado designers em larga escala e as indústrias de polpa e papel não necessitavam de habilidades do design. A base para a aclamação internacional que se tornou importante após a Segunda Guerra Mundial já havia sido posta na Trienal de Milão de 1933, em que prêmios foram dados para os trabalhos finlandeses de artes e artesanatos.

O modernismo internacional, que se tornou conhecido como funcionalismo,

ganhou terreno no início dos anos 1930 tanto na arquitetura como no design. No setor mobiliário, os tubos de aço cromado curvos, que eram característicos deste estilo, foram logo substituídos pelo uso engenhoso da bétula maciça e do contraplacado de bétula. Estes eram os meios com os quais o funcionalismo foi domesticado para ajustar-se aos materiais, manufatura e gostos finlandeses, o que facilitou sua ampla aceitação nos ambientes domésticos. O modernismo, entretanto, era principalmente um fenômeno urbano e de classe média. Nos anos 1930, a Finlândia ainda era um país predominantemente rural, onde a herança dos camponeses e agricultores ainda era forte. Não obstante, o modernismo logo se tornou um modo dominante de design, servindo à modernização da sociedade como um todo, especialmente após a Segunda Guerra Mundial. Comprometeu-se então a melhorar a qualidade e a funcionalidade da vida diária. A casa, o mobiliário, os eletrodomésticos e aspectos práticos seriam o foco principal do design por vários anos posteriores.

Nos anos 1930, as indústrias finlandesas começaram a confiar incrivelmente nos designers para renovar suas linhas de produtos. A indústria de vidros procurou novos talentos através de competições, a indústria têxtil finalmente começou a consultar designers finlandeses, e a Arabia, principal indústria finlandesa de cerâmica, introduziu utensílios de mesa projetados a partir do espírito de funcionalismo. A indústria mobiliária adotou os recursos do modernismo sobre uma frente ampla. Fatores do plano de fundo eram um forte crescimento econômico no final da década, o ritmo crescente de urbanização e os novos requerimentos de consumo da jovem classe média. A formação e o ensino em artes aplicadas, entretanto, rejeitavam amplamente o modernismo, o qual era considerado como forte aliado ao progresso tecnológico e às indústrias alimentadas por ele. No entanto, tornou-se óbvio que as indústrias crescentemente evoluindo em direção à produção em massa empregariam um crescente número de profissionais da área do design.

Na Finlândia, os anos de guerra, desde o outono de 1939 até 1945, quase terminaram completamente com o trabalho nos setores orientados ao design, juntamente com um hesitante desenvolvimento em outras áreas de manufatura. Onde foi possível, houve um foco em artes e artesanato durante tal período, onde principalmente materiais substitutos e madeira estavam disponíveis. Por outro lado,

os anos pós-guerra de escassez, até o início dos anos 1950, apesar da austeridade, foi um período que viu uma grande ascensão da arte e do design. Trabalhos de artes e artesanato empregando cerâmica e vidro introduziram elementos de fantasia e beleza na vida dura diária. O processo de reconstrução que teve andamento levou à ascensão da indústria mobiliária, com uma emergente geração jovem de designers que havia adotado completamente o modernismo e também havia entendido os parâmetros e oportunidades da produção industrial em massa. A educação em design também abordou os requerimentos da indústria. A nova arte aplicada finlandesa foi altamente aclamada na Trienal de Milão de 1951. Os trienais foram mostras dos exitosos arte e design finlandeses aplicados até meados dos anos 1960. Com o passar dos anos, a ênfase original das artes e artesanatos das exposições mudaram juntamente com o desenvolvimento do campo para focar-se mais e mais nos produtos industriais.

Desde o começo dos anos 1950, o crescimento do produto nacional e da demanda dos consumidores, juntamente com o aumento na cooperação entre a indústria e o design, levou a um rápido crescimento do design e à expansão de suas aplicações. O sucesso internacional dos designers e seus trabalhos aumentaram a visibilidade e fluxo econômico das empresas envolvidas. Tais desenvolvimentos atraíram uma gama maior de indústrias para a aplicação das habilidades de design. No final dos anos 1950, os setores tradicionais foram alcançados por veículos motores, aparelhos domésticos e, não muito tempo depois, por aparelhos eletrônicos domésticos. Tais indústrias também usavam designers para assegurar a qualidade e as vendas dos seus produtos. O treinamento de designers industriais começou em 1961 para atender os requerimentos diversificados de design feitos pelas indústrias. Ao lado do design industrial, as artes e artesanato floresceram. Uma particular importância foi dada aos tecidos *ryiji*, de uma técnica antiga que aplicava formas e cores vanguardistas.

Pode-se dizer que o design finlandês, sua oferta e consumo, atingiram a maturidade modernista e uma extensão que também foi internacionalmente significativa nos anos 1960. Tal como na arquitetura, aqui também o modernismo tornou-se o idioma predominante do design e da forma. Os setores tradicionais desfrutaram do sucesso e a cooperação dos designers com as indústrias procedia

bem. O investimento em design também afetou as exportações e, por exemplo, o mercado centro-europeu para mobílias feitas na Finlândia desenvolveu-se em uma direção positiva. Os designers também foram capazes de colocar em uso o novo material predominante, plástico, aplicando-o em uma vasta gama de usos, tais como móveis e aparelhos para cozinha. O design e seus profissionais estavam finalmente na situação que já havia sido colocada como uma meta no final do século XIX. Eles foram levados para a indústria, enquanto podiam demonstrar os benefícios das suas habilidades.

Em tal situação e especialmente na medida em que o design industrial provou seus méritos na indústria pesada e os planos de produção de maquinário, emergiram planos para uma maior cooperação entre design, educação para o campo, indústrias e organizações de suporte, tais como a Sociedade Finlandesa de Artesanato e Design (*Finnish Society of Crafts and Design*). O objetivo, claro, foi aumentar as exportações e as oportunidades para o design industrial foram ressaltadas. Isso, em troca, levou a uma menor consideração para os setores mais tradicionais do design e sua natureza artística. A crítica do discurso de design surgiu focada no pensamento sobre a utilidade comercial-tecnocrática, o que pareceu dominar a discussão ao redor da virada dos anos 1970.

Melhorias na qualidade do ensino em design fizeram parte das políticas do design em desenvolvimento. O Instituto de Arte Industrial, um sucessor da original Escola de Artesanato, tornou-se, em 1973, a Universidade Helsinki de Artes Industriais (posteriormente Universidade Helsinki de Arte e Design). Esta foi, e continua sendo até o momento quando escrevi este artigo, o único instituto de nível superior em design nos países nórdicos.

Um período positivo para o design continuou até meados dos anos 1970, quando a recessão econômica que seguiu o despertar da crise internacional do petróleo afetou adversamente a manufatura, exportações e lucro das empresas que confiavam no design. O aumento no preço do petróleo terminou, entre outras coisas, com a produção de móveis de plástico, que havia sido extremamente exitosa. Ao mesmo tempo, entretanto, as artes e artesanato voltaram, desta vez, através de pequenos estúdios que frequentemente trabalhavam em tecidos ou cerâmicas, com uma base artesanal. Eles eram parte de uma busca por alternativas das linhas

de produtos das corporações que dominavam o campo, bem como uma resposta a pobres oportunidades de emprego para profissionais de tais setores. Artes e artesanatos continuaram a emergir na década seguinte, quando tornaram-se arte de galeria, e os trabalhos artísticos em tecido impressionantes para espaços públicos.

O campo do design continuou a expandir-se. Começou a incluir aparelhos e equipamentos comissionados pelo setor público, onde tanto o design quanto seu uso diferenciavam-se dos bens de consumo. O crescimento contínuo da sociedade do bem-estar aumentou a necessidade de equipamentos de cuidados para a saúde, entre outros itens. Nos anos 1970, a tecnologia hospitalar tornou-se uma das áreas de trabalho mais intensivas para o design. O papel do designer - e aí especificamente do designer industrial - estava refletido na usabilidade e segurança atingidos através do pensamento ergonômico. Os designers também aprenderam a servir como especialistas em grandes e multidisciplinares projetos públicos, tais como o planejamento do Metrô de Helsinki. O trabalho do designer tornou-se anônimo, misturando-se com um todo maior. Isso se diferenciou da presença individual que marcou as décadas pós-guerra. Neste sentido, o design industrial e seus profissionais tinham diferentes objetivos. Este trabalho envolveu a colaboração com indústrias realizadas via escritórios e agências, cujos resultados, tais como tratores ou capacetes de segurança, eram raramente considerados como produtos de designers.

Desde os anos 1970, o trabalho do design foi fortemente influenciado pelo avanço da indústria de eletrônicos, sistemas de comunicação de dados e finalmente pela digitalização. O último mencionado iria finalmente revolucionar tanto os métodos quanto os objetos do design. A indústria de televisão finlandesa expandiu-se durante a explosão econômica dos anos 1980 e designers internos foram empregados. Muitos dos designers desta geração se estabeleceram em seus próprios escritórios, os quais seguiram prestando serviços às mesmas companhias, mas agora remunerados por comissões e *royalties*. Nessa mesma época, surgiu a necessidade de vários sistemas de vigilância eletrônica, controle e comunicação de dados. O design foi necessário para fornecer um comando para suas propriedades de uso. Quando a tecnologia de comunicação de dados sem fio foi adotada em meados dos anos 1980, o caminho se abriu para a fabricação de telefones celulares. Os designers estavam envolvidos desde o início com celulares e este setor tornou-se

um dos principais da indústria finlandesa e também cresceu para tornar-se uma das principais novas áreas do design.

No final dos anos 1980, a digitalização ofereceu ao design um novo conjunto de ferramentas de simulação por computador. Isso trouxe mudanças significativas na natureza do trabalho do design, fazendo-o mais eficiente e gerando uma comunicação mais fácil com as indústrias. Com estes desenvolvimentos, mais adiante, nos anos 1990, apoiados pelas redes de informação e pela internet, o trabalho do designer deixou de estar atrelado a um lugar ou tempo específico.

Os setores tradicionais do design, artes e artesanato, e a realidade rapidamente digitalizada do design industrial, descritos anteriormente, funcionaram lado a lado durante a explosão econômica dos anos 1980 até seus agitados últimos anos. Na medida em que a severa recessão do início dos anos 1990 se reduziu a meados da década, as estruturas que haviam suportado as várias áreas do design mudaram. As importações de bens de consumo domésticos, tais como vidraria, cerâmicas, tecidos e móveis, cresceram na economia global livre e através da entrada da Finlândia na União Europeia. Nessa mesma época, a produção de aparelhos celulares e *software* de comunicação de dados, que beneficiaram grandemente os designers industriais, também emergiu e se desenvolveu. Um setor completamente novo era o design de mídia, que combinou diversas áreas, tais como design industrial e gráfico.

Em uma nova situação competitiva internacional que era mais exigente do que nunca - um paralelo aos estágios fundadores dos anos 1870 - o campo do design veio a ser considerado como parte de um projeto de reconstrução nacional pós-recessão. Tomadores de decisão em ensino do design, pesquisa e indústria prepararam um programa político de cinco anos para o design nacional, que foi aprovado oficialmente em 2000 pelo Conselho de Estado Finlandês. Um aspecto importante deste programa foi que ele fez do design parte do denominado sistema nacional de inovação, marcando um passo adiante significativo para o *status*, visibilidade e condições operativas do design.

O design finlandês, na primeira década do século XXI, ainda abrange o campo descrito acima, cobrindo desde artes e artesanato à mobília, computadores de pulso e maquinário para a fabricação de papel. Um longo período de crescimento econômico estimulou compras de mercadorias *commodities*. A maioria delas,

entretanto, tais como dispositivos de mídia móveis, não é nem projetada e nem produzida na Finlândia. O mesmo vale para as roupas de moda *prêt-à-porter*, com seus ciclos extremamente rápidos. A ascensão da Ásia Oriental para tornar-se “a fábrica do mundo” implica em novos requisitos. A internacionalização tem sido um desafio para jovens designers e para empresas orientadas pelo design. Devido à maior rapidez da publicidade na mídia, a visibilidade e a distinção em um mercado global saturado são tecnicamente mais fáceis de ser conquistadas do que antes. Ao mesmo tempo, o grande número de produtos de design e seus designers requerem um alto grau de diferenciação.

Em anos recentes, a contribuição menos visível, mas funcionalmente e economicamente significativa do design, foi entendida como mais ampla do que antes, ao liderar corporações industriais tais como fabricantes de elevadores. O design se tornou, pelo menos em parte, um importante aspecto da tomada de decisões corporativas. Em uma perspectiva mais ampla, o design é considerado como pertencente às indústrias criativas. Para promover o design, a fabricação e comercialização em tais indústrias, entre outros objetivos, foi decidido fundir a Universidade de Arte e Design de Helsinki, a Universidade de Helsinki de Tecnologia e a Escola de Helsinki de Economia para criar a nova Universidade Aalto, que começou a funcionar em 2010. Na Universidade Aalto, a Escola de Artes, Design e Arquitetura pode beneficiar-se da presença do ensino, pesquisa em tecnologia e economia, abrindo, portanto, diversas combinações em benefício dos estudantes. No ano de 2012, Helsinki foi a Capital Mundial do Design. Naquele ano, o design estava mais visível do que nunca, com inúmeros projetos, tanto privados como públicos, os quais também possuem uma vida posterior além do ano do evento.

Referência

KORVENMAA, Pekka. *Finnish design: a concise history*. Helsinki: University of Art and Design Publications, 2009.

Design: um foco italiano da história até os dias atuais

Alessandro Biamonti

PhD em Design Industrial e Comunicação Multimídia. Desenvolve atividades de ensino e pesquisa junto a Faculdade de Design do Politecnico di Milano onde coordena as atividades do Lab.IRInt (Laboratório de Pesquisa e Inovação de Interiores) de uma equipe de pesquisa com foco específico nas questões antropológicas relacionadas aos ambientes. Como membro do 'Board' da coordenação do PhD em Design (Politecnico di Milano), organizou uma série de palestras abertas e atividades internacionais. Professor visitante em Siena (Comunicação Ambiental na Graduação em Design). Autor de ensaios e artigos, apresenta suas abordagens e estudos em conferências internacionais.

alessandro@biamonti.net

Premissa contemporânea

A crise econômica atual é uma crise humana?

Começo com esta reflexão que fala do período difícil em que estamos vivendo, porque tenho medo de que estamos todos caindo no risco de um grande mal-entendido. Um mal-entendido relacionado a uma figura de linguagem: a sinédoque¹, que desloca o sentido usando "a parte" no lugar "do todo".

Então: a atual crise mundial é uma crise humana? NÃO! Pelo menos do meu ponto de vista.

Hoje em dia estamos enfrentando uma violenta, dura, até mesmo cruel crise econômica. Uma crise que, como consequência, pode afetar os seres humanos (e

¹ Tipo especial de metonímia que quer dizer a comparação de várias coisas simultaneamente.

de fato o faz), mas os seres humanos não são a sua economia (daí vem o sentido da sinédoque).

Por isso, é “apenas” uma crise econômica.

Design

O design é uma atividade fortemente relacionada com gestos, objetos, ambientes que têm a ver com a nossa vida cotidiana. Mas como o design é percebido pelas pessoas?

Peço-lhe para fazer um teste simples: pense sobre a primeira imagem que vem à sua mente com a palavra “design”. Normalmente, em geral, é uma imagem que tem a ver com uma revista, ou algum dispositivo de alta tecnologia, ou algo relacionado com moda; de qualquer maneira, algo muito contemporâneo e, em geral, realizado através de produção industrial. Poderíamos dizer que a percepção geral a respeito de design está ligada à algo contemporâneo, relacionado com uma destas áreas: Comunicação, Produto, Interiores.

Nomes de áreas que soam realmente muito contemporâneas. Isso se dá talvez porque nos fazem lembrar as habilidades profissionais que estão entre as mais atraentes nos últimos anos.

Mas vamos tentar ver o Design a partir de um ponto de vista diferente, talvez começando com a comunicação.

A Comunicação parece a mais nova tendência profissional, mesmo porque ela representa o fulcro, o ponto de convergência da última evolução para novas tecnologias. Porém, a comunicação sempre existiu. Há vinte e oito mil anos atrás, em Lascaux (França), alguns antepassados sentiram a necessidade de comunicar entre si. Eles não tinham um alfabeto, mas a necessidade de se comunicar, trocar informações sobre animais, caça, armas; ou seja, algo tão básico e importante para a vida naquela época.

Tão básico, tão importante, como o instinto humano de comunicação.

Que tal se nós tocamos o reino dos objetos que, com o termo Inglês *Product Design*, lembra imediatamente a ideia de uma produção industrial destinada a uma enorme massa de pessoas. Uma produção que não poderia prescindir de uma

tecnologia muito desenvolvida.

Bem, há dois mil e quinhentos anos, um homem qualquer na Grécia fez um vaso em seu ateliê.

Porque é disto que se trata: um recipiente. Algo que deveria conter vinho, óleo, talvez água, mas hoje nós, diante de um objeto assim, vamos obviamente além da função e, desse objeto, capturamos uma aura quase mágica, mitológica. O produto transformou-se no suporte para uma comunicação que atravessou os séculos, bem além da sua função. Esse resultado é possível apenas quando há, na origem, uma sociedade que tenha uma grande consideração para com os seres humanos aos quais os produtos são destinados.

Há também os produtos mágicos, como os acessórios de moda. Desde sempre o homem cultivou uma grande atenção para tudo àquilo que serve para decorar o corpo. Verdadeiras e próprias próteses estéticas. Podemos notar a presença de acessórios em qualquer cultura, em qualquer época da história do homem. Essa presença demonstra como, na verdade, o acessório não é somente “acessório”, mas sim algo fundamental, estrutural, necessário, dentro de uma profunda relação que o ser humano tem com o próprio tempo, com a própria história e com o próprio contexto.

Um dos exemplos mais interessantes é representado pelos *netsuke* japoneses. Alguns desses objetos atravessaram os séculos e, hoje, enlouquecem os colecionadores do mundo inteiro, atingindo altíssimas cotações, principalmente os *netsukes* mais antigos e com manufatura mais preciosa.

Porém, parece que os *netsukes* nasceram por uma razão bem precisa: a roupa tradicional japonesa não possui bolsos e para fechá-la, usa-se uma corda na qual fica dependurado um bolso externo (para guardar coisas pequenas) preso por um tipo de botão chamado de *netsuke*. Esta é, portanto, sua função básica: um botão. Teria sido simples, mas os seres humanos não são simples, principalmente no oriente (os *netsukes* têm origens chinesas, aliás, como muitas outras coisas). Esses botões tornaram-se, com o passar do tempo, mais elaborados até chegarem a verdadeiras e próprias microesculturas sendo considerados, portanto, preciosos devido aos materiais utilizados, principalmente o marfim e o osso, e/ou devido ao trabalho de microesculturas cada vez mais complexas, mas também porque eram carregados de significados mágicos e de esconjuro. Novamente muito além da

função, muito além do objeto, com uma inacreditável atenção e cuidado para com os seres humanos e suas existências.

A leitura dessas experiências nos evidencia que na história do ser humano sempre existiu uma atenção especial à cultura material. Uma produção de objetos e símbolos que desde sempre acompanha os seres humanos e suas histórias à qual poderíamos chamar design sem a necessidade do adjetivo “industrial”, devido, aliás, a um recente fato de natureza técnica. De fato, nesse percurso dos homens com seus objetos e símbolos, a certo ponto, iniciou-se o fenômeno da revolução industrial. Um fenômeno muito recente, se visto sob uma adequada escala histórica, fortemente baseado em questões tecnológicas e econômicas. Fenômeno ao qual os designers deram uma forte contribuição para a busca de um sentido, mas que também gerou alguns mal-entendidos que talvez, hoje, podemos observar com a devida distância.

O primeiro foi o de que o designer trabalhe PARA a indústria. Distorção excêntrica do ponto de vista originário de toda a cultura material que, como pudemos ver claramente, teve sempre o ser humano como principal destinatário de qualquer design. A indústria é um importante parceiro com o qual continuar nesse objetivo plurissecular, mas deve ficar bem claro que o designer trabalha COM a indústria PARA os seres humanos. Não poderia ser diferente. Quando não é assim, logo se vê.

O segundo mal-entendido, que também está ligado ao que acabamos de dizer, é considerar o design como uma atividade técnica. Sem dúvida a tecnologia e o mínimo de técnica são componentes importantes do design, mas podemos claramente ver como, em qualquer época e em qualquer sociedade, emergem dos objetos, ambientes, símbolos dos quais o homem se circunda, o peso do componente cultural, antropológico, às vezes mágico, a que os seres humanos não conseguem renunciar.

Portanto, poderíamos dizer que o design, como atividade antropológica e cultural no sentido amplo, opera para dar suporte, com os resultados do próprio trabalho (e do próprio pensamento), ao objetivo de todos os seres humanos: dar um sentido à existência. Objetivo que se reflete na busca de um senso das coisas, dos objetos, dos símbolos que circundam as frágeis existências dos seres humanos.

Italian design

Na história do design italiano existe um projeto que pode ser representativo de certo tipo de abordagem: a Lambreta. Depois da Segunda Guerra Mundial, em um país que saía do conflito como perdedor (sob vários aspectos), com uma história industrial quase inexistente, emerge uma capacidade de interpretar a realidade e de projetá-la em um sentido diferente, o que permitiu, portanto, a invenção da Lambreta que sintetiza três características fundamentais do design italiano:

1) A tecnologia como instrumento. Após o conflito tornou-se necessário reconverter as indústrias bélicas para fins melhores. Até mesmo porque estas representavam provavelmente o único, mesmo que exíguo, recurso em um panorama industrial que nunca fora excepcional no nosso país.

2) Design para produzir sentido. Das características e capacidade da indústria bélica buscou-se um novo sentido através do desenvolvimento de um veículo econômico, simples, que todos conseguissem dirigir. Até mesmo porque a possibilidade de movimentar-se rapidamente (sendo o mais econômico possível) estava bem mais perto da ideia de liberdade. E depois de uma guerra em que fascismo e nazismo foram experimentados, a liberdade era fundamental para dar um sentido à própria vida e ao próprio futuro.

3) Impacto sociocultural do design. Em um país destruído, duramente massacrado pela guerra, foi colocado no mercado um pequeno objeto que permitia que as pessoas se deslocassem. Os reflexos sociais foram enormes. A Lambreta (e depois em sequência, a 'Vespa' e o automóvel '500') representou um dos pilares do renascimento sociocultural da Itália. Mas não apenas; pois esse meio de transporte permitia que os jovens da época se deslocassem, que fossem para outras cidades ou países (a Itália é formada predominantemente por pequenas cidades interioranas ou por cidades-satélites) e que conhecessem novas pessoas, normalmente novas garotas. Ai está! Eu acredito que muitos novos amores tenham acontecido e novas crianças tenham nascido também por causa da Lambreta.

Talvez esses três elementos façam parte do DNA do "fazer italiano", já que nunca fomos bons para desenvolver, de modo cínico e "vertical", como diriam alguns especialistas, uma tecnologia, mas estivemos sempre buscando um sentido,

principalmente nos reflexos socioculturais. Isso, especialmente, vale desde quando existe o conceito de Design.

Para melhor explorar o tema, gostaria de reportar aqui o caso de três elementos projetados por três mestres do design italiano: a “Arco” dos Castiglioni, “Algol” de Marco Zanuso e a “Mini-Kitchen” de Joe Colombo.

A luminária Arco - projetada por Achille e Piergiacomo Castiglioni, em 1962, e produzida pela Flos - é um design que permitiu mudar completamente o modo de viver à luz nos ambientes domésticos. A questão do ponto de luz nos ambientes domésticos sempre esteve (e está até hoje) muito vinculada a decisões irreversíveis tomadas rapidamente e baseadas em instalações elétricas embutidas. Os Castiglioni se perguntaram sobre como seria possível ter uma luz que viesse do alto, mas que fosse regulável e desvinculada das restrições das instalações embutidas. Foi assim que propuseram uma luminária com uma nova concepção: algo que não fizesse parte das tipologias existentes, que não fosse uma luminária de piso, e que não fosse um lustre, mas que representasse um novo conceito de luz doméstica. Livre para se movimentar nos ambientes, onde houvesse uma tomada com corrente. Além disso, a base em mármore, muito pesada, era manejável graças a um furo posicionado de maneira que, inserindo um cabo de vassoura, dava um perfeito equilíbrio para ser carregada (melhor se carregada por duas pessoas!) para onde se quisesse ter luz nos ambientes. Tudo isso não explícito, mas fechado em uma estética muito calibrada. Uma nova estética. Hoje é vista como um design-cult, exposto em todos os museus do mundo, e provavelmente muitos a comprem ainda por esse motivo. Mas a “Arco” não é uma “bela luminária”, sua verdadeira e profunda qualidade está no fato de ser uma revolução que desvinculou a arquitetura de questões que a mesma não controlava.

Marco Zanuso projetou em 1964, juntamente com Richard Sapper, o televisor “Algol” produzido pela Brionvega. Como outros projetos de Zanuso, este também já é um ícone do design mundial e um deleite para fetichistas de peças *vintage*. Tanto é que mereceu uma reedição com uma tecnologia atualizada. Mas de novo a sua importância não está no fato que seja um “belo televisor”. Não apenas. Também neste caso estamos falando de um projeto “revolucionário”, porque colocou em discussão comportamentos que já estavam consolidados na sociedade. Nas casas

italianas de 1964, quando existia, o televisor era normalmente um objeto enorme, quase sempre revestido por um laminado de cor de madeira. Colocado acima, ou dentro, de um móvel próprio, frequentemente enfeitado com pequenas toalhas de renda que o cobriam ou eram colocadas debaixo do televisor, fazendo de todo este conjunto uma espécie de minitemplo doméstico. Zanuso e Sapper avançam com um televisor vermelho, pequeno, com uma pega que permitia que o televisor fosse carregado facilmente para qualquer parte da casa e, golpe de gênio, com uma inclinação que consentia assistir à TV de pé, portanto fazendo outras coisas, e que, sempre graças à tela inclinada, podia ser também colocado diretamente no chão. Um verdadeiro e próprio atentado ao templo! “Algol” tem muito mais a ver com os nossos computadores portáteis do que com os televisores de sua época.

Que Joe Colombo tenha sido um dos mais interessantes designers e que, em cada um de seus projetos, exista uma forma de irreverência para com os hábitos, logo se percebe. Mas a “Mini-Kitchen”, que em 1963 ele projetou para a Boffi, é especialmente emblemática. Antes de tudo deve ser feito um esforço de contextualização: no início dos anos de 1960 a cozinha média italiana era de tradição camponesa, frequentemente feita em madeira ou em um material que a imitava, e ocupava um cômodo ou, pelo menos, uma parede. Além disso, a cozinha no nosso país é um dos locais onde mais se condensam hábitos, tradições e comportamentos consolidados passados de geração em geração. Joe Colombo propôs que fossem reconsideradas as funções da cozinha, que fosse compactada dentro de um cubo com um metro de cada lado, e, de colocá-la sobre rodas de modo que “a cozinha” pudesse ser utilizada em qualquer espaço da casa. Também neste caso, o design se desvincula da arquitetura, dando uma nova autonomia aos próprios produtos. Autonomia em vários níveis: respeito aos ambientes, mas também respeito aos gostos do mercado, que não estava certamente pronto para uma proposta do gênero. A *Mini-Kitchen*, na sua época, foi um tipo de “ultraje à bandeira”, mas na verdade contribuiu para construir uma nova bandeira. Graças a projetos como esse, o mundo do design conheceu a liberdade de pensamento, a autonomia em relação ao mercado, a capacidade de explorar novas linguagens e significados dos designers italianos.

Os três projetos apresentados são todos da mesma época, e provavelmente não

é por acaso. Naqueles anos, no nosso país, estava sendo construído um importante pensamento em relação à cultura do design. Uma posição que se obstinava a propor não tanto novos objetos, mas novos estilos de vida. De fato, tudo começa pela tomada de consciência ou pela vontade que os resultados dos próprios projetos tenham efeitos sobre o estilo de vida e sobre a paisagem doméstica.

Italy: new domestic landscape

Em 1972, no MOMA de Nova York, foi montada uma mostra que teve como curador Emilio Ambasz e que representou para o mundo do design italiano um ponto de referência histórico: *Italy: New Domestic Landscape*. Os designers italianos foram chamados para refletir justamente sobre o tema da paisagem doméstica e os resultados foram extraordinários - no sentido de extraordinários enquanto evidentemente fora do ordinário - levando às extremas consequências aquela abordagem que citamos antes. Sintetizando, falarei do trabalho de três designers que foram certamente significativos pela contribuição que deram à cultura do design: Superstudio, Gaetano Pesce e Ettore Sottsass.

O Superstudio, um grupo de designers (Adolfo Natalini, Cristiano Toraldo di Francia, Piero Frassinelli, Roberto Magris e Alessandro Poli) pertencentes ao movimento radical italiano, levou à Nova York uma reflexão, com certeza radical, do ambiente doméstico. Um cenário onde o design e a natureza formaram um cenário tanto integrado quanto inédito, onde os seres humanos viviam em uma forma de sociedade neotribal. Como cenário doméstico, estava bem longe do "mercado", colocando-se mais nas experimentações de novos estilos de vida delineados naqueles anos por algumas comunidades independentes. Os designers do Superstudio levaram suas reflexões radicais, de *controdesign* (contra tendência), que tanto contribuíram ao debate dentro da cultura do design italiano e internacional.

O ambiente doméstico proposto por Gaetano Pesce é, na verdade, um abrigo antiatômico, onde uma família vivia uma existência pós-atômica. Uma instalação onde os seres humanos, representados nus, portanto no cerne de sua fragilidade, estavam abatidos, prostrados, entediados, deprimidos, em um ambiente cinza, sem qualidade. A obra de Pesce possuía, obviamente, forte natureza política, já

que naquele período todos se encontravam em plena Guerra Fria entre os Estados Unidos e a União Soviética. A relativa proximidade temporal com o último conflito bélico, terminado com o terror das bombas atômicas sobre o Japão, deixava a população ainda mais sensível no que se referia à possibilidade que uma próxima guerra acontecesse com bombas nucleares. Diversas gerações cresceram com a ideia que, no futuro, eles teriam de se esconder embaixo da terra por longos períodos para evitar as radiações. Que uma nova sociedade teria, um dia, emergido do subsolo depois do último desastroso ato de um conflito mundial. Esses medos, essa tensão, essa sensação de impotência foram colocados em cena por Gaetano Pesce, com um ato 'projetual' que queria passar uma mensagem forte, política, com grandes reflexos sociais.

Ettore Sottsass, ao contrário, propôs para a mostra no MOMA uma ideia de ambiente doméstico que, à primeira vista, poderia ser entendida como fortemente tecnológica. Uma série de recipientes sem qualidade, nos quais podiam ser inseridas as funções necessárias à vida doméstica. Os recipientes eram ligados por cabos entre eles, os quais permitiam a passagem de energia elétrica e de água onde fosse necessário. Portanto de novo emerge um ambiente doméstico que vai além de qualquer relação com o contexto arquitetônico, sendo apenas vinculado a uma tomada de corrente ou a um cano de água. Porém essa solução com a estética muito "técnica" possui um profundo sentido antropológico. Sottsass conta como a sua primeira ideia era a de apresentar um projeto para uma sociedade em que uma pessoa pudesse "vestir uma casa, assim como se veste uma roupa". Uma sociedade em que os indivíduos pudessem considerar o morar como uma função vital antropológica, fora do lugar comum, da tecnologia etc. A proposta de Sottsass é propositalmente um modelo, um protótipo, quase inacabado, não justamente de uma tecnologia, mas de um pensamento sobre um novo estilo de vida.

As três experiências aqui reportadas podem claramente mostrar como o foco do design italiano daquele período (que, aliás, foi um ótimo período) não estava ligado apenas às ideias de "beleza" ou de "forma", mas muito mais às consequências socioculturais, ao "sentido" do design. De todos os projetos, em qualquer escala.

A Itália é um país que sempre posicionou suas próprias raízes em um "passado" antigo. Um passado que, mesmo sendo considerado por muitos como "glorioso",

representou, principalmente na Era Moderna, um álibi. Um importante álibi em relação a um desenvolvimento que, frequentemente, ficou apenas no “potencial”. Um álibi tanto perigoso quanto aquele fornecido por certa visão do “futuro”, tanto longe e utópico, a ponto de nunca ser gerenciável. Por isso os designers italianos frequentemente trabalharam pensando em um “presente diferente”. Sempre imaginaram que estavam trabalhando não para uma improvável sociedade futura, mas para colocar em cena uma mudança da sociedade contemporânea em que viviam.

Conclusões

[...] isto deveria ser entendido muito bem e, se não for assim, não se pode entender nada do design italiano [...] os italianos pensam na vida como em um espetáculo, um espetáculo improvisado, uma tragédia, um drama ou uma comédia em cena, mas um espetáculo sem um ponto de partida preciso e nem mesmo um preciso desenvolvimento e nem mesmo um fim muito previsível.

[...] de qualquer maneira essa comédia é uma comédia muito estranha, muito misteriosa, que continua desde sempre e que continuará para sempre sem uma razão específica, sem nenhum objetivo especial. Acho que os italianos acreditam que, na verdade, os objetivos não são importantes porque não existem. Nem são importantes os eventos porque não existem e nenhuma realidade é importante, exceto a comédia.

O que conta realmente é continuar a recitar a comédia.

[...] O design italiano, pelo que eu sei, não projeta nada mais do que cenários, talvez cenários de papel ou papelão, sempre cenários provisórios, metafóricos, alusivos, para histórias públicas e privadas, alegres e tristes, românticas e cínicas, pobres ou ricas, pequenas ou planetárias (SOTTASS, 2002).

Essas palavras de Ettore Sottsass - pronunciadas em uma Conferência realizada no Metropolitan Museum, em 1987 - são simplesmente iluminadoras. Sottsass desloca completamente o ponto de vista, fazendo um passo para trás - ou para o alto, se quisermos - fornecendo como chave de leitura uma síntese, tão radical quanto eficaz, daquela que poderia ser a concepção italiana da existência. O design é chamado em causa para orientar o próprio trabalho em relação a essa

concepção da existência.

O design italiano parece desenvolver-se em torno da importância e centralidade dos seres humanos e de suas existências, principalmente através da criação de cenários, necessariamente temporários. Onde as questões técnicas, ou a tecnologia em geral, representa apenas um elemento para a construção de uma experiência de outra natureza: mágica, sagrada, metafórica, alusiva... em suma, profundamente antropológica.

Um possível desenvolvimento

O que o design italiano sempre buscou colocar em cena é um novo modo de viver, tendo, frequentemente e de fato, explorado novas funções, novos mercados, novos estilos de vida. Isso comportou (e comporta) um enorme dispêndio de energias, principalmente para os designers, que, em primeira pessoa, se responsabilizaram por experimentar, por pesquisar, por elaborar questões. Principalmente, como vimos, através da proposta de cenários.

A dimensão do “cenário” tem necessariamente a ver com os “ambientes”. Não com as arquiteturas que os contém e que apresentam pouquíssimas possibilidades de interação. Não com os produtos tout-court, principalmente se entendidos como expressões atópicas de novas formas para funções consolidadas.

Disso tudo emerge uma abordagem que demonstra como os *environment*, os interiores (mesmo não sendo apenas propriamente “interiores”), passam a ser o verdadeiro território de experimentação. Uma problemática experimental de exploração, da qual podem surgir, como consequência, novas arquiteturas e novos produtos. De fato, apenas em uma lógica ambiental é possível colocar em relação os diversos *layers* dos quais a nossa experiência vital, a nossa existência, é composta.

Se projetarmos essas reflexões sobre a nossa atualidade, podemos perceber como a crescente convergência das tecnologias baseia-se justamente na conexão, na colocação em relação às diversas experiências vitais: profissionais, afetivas, relacionais...

Estamos vivendo uma importante expansão do conceito de *environment*, de *habitat*, do qual hoje já fazem parte, com igual dignidade, os componentes digitais e imateriais. Temos ainda que aprender a conviver com esse novo estado das coisas,

mesmo se, para a natureza quase biológica da comunicação como instinto, estamos absorvendo essa evolução muito rapidamente. Talvez mais rápidos como usuários do que como designers, que deveriam sair das discipline e colocar-se em jogo.

Na história, as grandes utopias que objetivavam construir as próximas sociedades futuras frequentemente faliram, enquanto que resultaram evidentemente mais eficazes aquelas utopias que baseavam as suas ações no hoje. Em mudanças que pudessem ser colocadas em ação imediatamente, sem esperar uma nova, tanto perfeita quando longínqua, tecnologia ou uma nova, tanto justa quanto improvável, visão e estrutura social.

Na verdade, aquilo de que sempre precisamos como seres humanos são propostas para um mundo diferente.

Nesse panorama, o design recupera, através do pragmatismo experimental que o conota, uma posição central, como instrumento eficaz para uma sociedade que deve enfrentar a atual, e certamente passageira, crise global.

Referências

- AMBASZ, E. *Italy: the new domestic landscape*. Nova Iorque: MOMA, 1972.
- BIAMONTI, A. *Research experience in design* - Paolo Ulian. Milano: FrancoAngeli, 2012.
- BIAMONTI, A. *Michele De Lucchi*. Milano: Il Sole 24 ore, 2011.
- BIAMONTI, A. Germogli di un nuovo Made in Italy. *DIID Disegno Industriale*, Roma, n. 49, 2011.
- BIAMONTI, A. Mind the gap. In: RAMPINO, L. *Notes on doctoral research in Design*. Milano: FrancoAngeli, 2012.
- BAUMAN, Z. *La società dell'Incertezza*. Bologna: Il mulino, 1999.
- BOSONI, G. *Il modo italiano*. Napoli: Skira, 2010.
- BRANZI, A. *Capire il design*. Firenze: Giunti Ed., 2007.
- BRANZI, A. *Introduzione al Design Italiano. Una modernità incompleta*. Milano: Dalai Editore, 2008.
- BRANZI, A. *La crisi della qualità*. Palermo: Della Battaglia, 1997.
- BURKHARDT, F. *Marco Zanuso*. Design. Milano: Il Sole 24 ore, 1996.
- DE MASI, D. *L'avvento post industriale*. Milano: FrancoAngeli, 1985.
- DE MORAES, D. *Limites do design*. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

MALDONADO, T. *Il futuro della Modernità*. Milano: Feltrinelli, 1987.

MALDONADO, T. *La speranza progettuale*. Torino: Einaudi, 1970.

POLANO, S. *Achille Castiglioni 1918-2002*. Milano: Mondadori-Electa, 2006.

VON VEGESACK A.; KRIES M. *Joe Colombo: inventing the future*. Vitra Ed., 2005.

SOTTASS, E. *Scritti*. Vicenza: Neri Pozza Ed., 2002.

La utopía del diseño. El diseño en Cuba. Historia y realidad

Sergio Luis Peña Martínez

Graduado con título de oro en 1989 en el Instituto Superior de Diseño de la Habana, Cuba. Master en Gestión e Innovación de Diseño y Desarrollo de nuevos productos, e Ph.D en Diseño en la Universidad Politécnica de Valencia, España. Profesor de diferentes asignaturas de Diseño, talleres y seminarios internacionales en instituciones, universidades y empresas de Cuba, Argentina, Brasil, México, Colombia, Ecuador, España y Venezuela. Director de la Carrera de Diseño Industrial 1995 al 2001. Vicerrector primero del ISDi del 2001 al 2011. Actualmente es Rector del Instituto Superior de Diseño (ISDi).

sergio@isdi.co.cu

Milvia Pérez Pérez

Graduada en Diseño Industrial en el Instituto Superior de Diseño, Cuba, 1992 y máster en Diseño Industrial en la UNAM, México, 1997. Decana de la Carrera de Diseño Industrial, Jefa de la Comisión de Carrera de Diseño Industrial y Miembro del Comité Académico de la Maestría de Gestión en innovación de Diseño del Instituto Superior de Diseño. Ha impartido docencia de pregrado y posgrado en asignaturas relacionadas con la Teoría y práctica del Diseño Industrial, el Diseño sostenible, la Ergonomía y la Gestión de Diseño, en países como Cuba, Brasil y Ecuador.

milviapp@isdi.co.cu

El Diseño en Cuba. Historia y realidad

La historia del Diseño en Cuba espera para ser escrita, el ejercicio profesional del Diseño alcanza casi los 40 años de particular evolución, en una Revolución que transformó el contexto y el modelo socioeconómico en un escenario de

nuevas condiciones y oportunidades. Una sociedad socialista, con políticas públicas de diseño definidas y con una formación de profesionales competentes y comprometidos, debería ser el paraíso del Diseño para todos. Cuendias (2013), ex-Presidente de la Oficina Nacional de Diseño y ex-Rector del Instituto Superior de Diseño, apuntaba, que en esa situación particular la profesión:

al acompañar activamente el difícil camino de la Revolución desde un sistema estatal integrado, puede ser una muestra singular de la dimensión política y social del Diseño (CUENDIAS, 2013).

Y es que, con estas condiciones paradigmáticas, deberían ser significativos los estándares de calidad y presencia del Diseño en la vida cotidiana y en la solución de los problemas sociales.

Desde muy temprano el gobierno revolucionario apostó por el Diseño como factor de desarrollo y herramienta indispensable para el mejoramiento de la calidad de vida del pueblo. En el año 1963 se funda la Escuela Superior de Diseño Industrial de La Habana, en el Vice-ministerio de Industria Ligera, la iniciativa fue muy bien acogida e impulsada por Ernesto Guevara, en ese momento Ministro de Industrias. Al frente de este proyecto se encontraba la destacada diseñadora y pionera del Diseño en Cuba y América Latina Clara Porcet. Este primer intento no prosperó, sin embargo, fue la punta de lanza de los estudios de Diseño en Cuba y sus programas estuvieron basados en los principios de escuelas existentes en los países socialistas y en otras de Europa.

Dos años después, en 1965, con el profesor alemán Friedrich Saalborn en la dirección, se crea el Instituto de Diseño Industrial del Ministerio de Industrias. Un documento del Archivo Histórico de la ONDI, hace referencia a esta nueva tentativa fundacional como: "El primer Instituto Socialista existente en América para la formación de diseñadores para la Industria". Esta, junto a otras propuestas, fueron acciones que no lograron sostenerse en el tiempo con efectividad, dando paso, cinco años después, a que se creara la Escuela de Diseño Industrial e Informacional (EDII) integrada al Ministerio de la Industria Ligera (MINIL) y bajo la dirección del arquitecto Iván Espín. La EDII tuvo mejor suerte y en 1973 pasó al Consejo Nacional de Cultura. A finales de los años 70 diez estudiantes habían concluido sus estudios,

no obstante, a pesar de múltiples esfuerzos, esta experiencia llegaba a su fin sin haber sido aprobada como Centro de Educación Superior.

No es hasta 1980 que se crea la Oficina Nacional de Diseño Industrial, con la Misión fundamental de organizar y dirigir la actividad de Diseño en el país. Se hacían realidad los sueños de un grupo de profesionales e intelectuales que apreciaban, desde los inicios de la Revolución, la necesidad de lograr una forma de organización institucional para el Diseño, que acompañara el desarrollo general de la Economía. La ONDI es una entidad estatal orientada a la aplicación de políticas públicas y de gobierno en materia de Diseño Industrial y de Comunicación Visual, así como a la formación de los profesionales que la realidad demanda.

Cuatro años más tarde se funda un nuevo centro de enseñanza superior para el Diseño, adscrito a la ONDI, así el 28 de mayo de 1984, por el acuerdo No. 1707 del Consejo Ejecutivo del Consejo de Ministros, se oficializa la creación del Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI) como Centro de Educación Superior. El ISDI abrió sus puertas al primer curso académico en Octubre de ese mismo año con dos Carreras: Diseño Industrial y Diseño Informacional. La nueva universidad tuvo que esperar 5 años para aportar a la realidad cubana, en 1989, los primeros 29 diseñadores, muchos de los cuales pasaron a formar parte del claustro de profesores del instituto, otros fueron al Departamento de desarrollo de productos de la ONDI, a la Industria Ligera y a las primeras entidades de Diseño que surgían en el país. Desde entonces, cada año salen a las calles nuevos profesionales dispuestos y preparados para diseñar e insertarse en la dinámica de desarrollo y transformación del país.

Hoy, con una cifra de graduados superior a los 1200, el contexto de desempeño del Diseño cubano afronta nuevas oportunidades y desafíos, entre los que se destacan la informatización de la Sociedad cubana, las nuevas y crecientes inversiones, las reformulaciones y ampliaciones en el sector industrial, la aparición de nuevos actores económicos y formas no estatales de producción, como cooperativas y negocios de capital privado. A lo anterior se une la necesidad de diversificar las exportaciones y sustituir importaciones, incrementar el desarrollo productivo con un enfoque interdisciplinario y propuestas de desarrollo de innovaciones con un carácter más prospectivo, acompañando la fortaleza de la producción con un alto grado de conocimiento científico.

En este contexto el ISDi, en consonancia con su misión de formar diseñadores con un elevado compromiso ético y social, cada vez mejor preparados para dar respuesta a las necesidades que plantea el desarrollo sucesivo de la economía y la sociedad cubana actual, ha tenido la oportunidad de participar, más allá de la formación, en proyectos prioritarios para el país y de significativa importancia, vinculados a sectores que constituyen áreas de fortaleza para la economía cubana, como la salud, el turismo, el transporte, la biotecnología y las comunicaciones y ha podido mostrar en estos proyectos: la adecuación tecnológica, funcional y de uso, la racionalidad de recursos y el valor agregado que su actividad favorece. Algunos ejemplos aparecen en la FIG. 1.



FIGURA 1 - Ejemplos de proyectos desarrollados en el ISDi.

Aunque los resultados son estimulantes, estos deben ser aún mayores, para que el Diseño realmente despliegue su capacidad de elevar la calidad, diversidad y enfoque social de los productos, contribuyendo a una cultura material más racional y favoreciendo la introducción de los resultados científicos al sistema productivo. Pero

aún existen barreras que dificultan la sistematización del Diseño como herramienta importante en las transformaciones económicas. Aún se mantienen situaciones como la búsqueda de la competitividad del producto vía productividad, competir sólo por el lado de los costos, anulando la potencialidad del Diseño como proveedor de mayor calidad, mejores prestaciones y menos costos y la actitud conservadora de los empresarios, que no arriesgan y escogen caminos menos comprometidos como la copia o la fabricación de productos con diseños predefinidos desde las casas matrices.

Todavía son escasos los modelos organizativos de empresas, compatibles y consecuentes con una postura de Diseño innovadora, integrada al proceso de elaboración de sus estrategias competitiva o a las actividades de mercado, de producción y de finanzas. Es de señalar la sensible falta de inversión en el Diseño, el equívoco de observarlo como gasto y no como una inversión. Otros conflictos a superar se resumen en la vieja contradicción de la cantidad vs calidad, el desacierto de considerar el ahorro como fuente de ingreso, las deficientes políticas de distribución y las trampas del mercado, la poca prioridad otorgada al hombre y el equívoco de considerarlo consumidor, usuario y cliente, así como la dificultad al abordar la solución de los problemas y no profundizar en las causas.

Diseño. Deshaciendo mitos

Si buscamos resultados diferentes, no sigamos haciendo lo mismo solía plantear Albert Einstein. Es desde el Diseño que tenemos que proponer soluciones y para ello entender y deshacer algunos mitos. El primero de ellos está presente en la propia definición de la profesión, dado que es considerada una actividad joven, compleja, cambiante, diversa y abarcadora. Supuestamente difícil de encasillar en definiciones estrechas, termina por no tener una única, reconocida y aceptada por el gremio, existiendo tantas como autores han escrito sobre el tema, generando usos indebidos y frecuentes malentendidos en el lenguaje popular, en los medios de comunicación, en el entorno empresarial y hasta el contexto académico.

El uso del vocablo Diseño ha experimentado un incremento exponencial en los más disímiles espacios de la cultura, la ingeniería y las ciencias sociales. Su presencia en el discurso contemporáneo para denominar cualquier actividad relacionada a

la creación humana y la multi-semantización del mismo en el universo lingüístico actual es responsable de que su definición haya ganado en extensión horizontal, en detrimento de la profundidad conceptual.

Un primer análisis sitúa al Diseño en el plano de la acción, la actividad profesional, en el dominio del ejercicio de la profesión, es decir "Diseño-actividad". Esta acepción deriva en el verbo que representa la acción de Diseñar. En esta acepción coincidimos con Branzi (1984) al declarar que: "El Diseño no reside en los productos acabados, sino en el acto de hacerlos. No en el resultado, sino en el proceso."

Otra lectura emerge cuando se utiliza como equivalente al resultado de la actividad proyectual para nombrar a la solución, a los documentos, instrucciones, dibujos, modelos y prototipos que comunican la propuesta. En ese caso hablamos de "Diseño-proyecto", siendo empleado como sustantivo, sinónimo de proyecto. Una tercera interpretación del término está presente al ser utilizado para representar una propiedad de la solución, aquellos elementos diferenciales y características del producto como la calidad formal, la funcionalidad, la ergonomía o la retórica entre otros. En este modo Diseño es utilizado como un adjetivo, es decir "Diseño-cualidad".

Esta ambigüedad conceptual, lejos de beneficiar, confunde. Para la profesión es necesario especificar que la acepción de "diseño-actividad" es la adecuada para definir lo que hace, entendida como la acción de diseñar, el trabajo profesional y el desempeño laboral, que se describe como: "una actividad que tiene como objetivo la concepción de productos, que cumplan una finalidad útil, puedan ser producidos, y garanticen su circulación y consumo".

Entendiéndose por "concepción": creación, plan, proyecto y anticipación; prefiguración de la solución; predeterminación de las propiedades multifacéticas; síntesis de las relaciones funcionales, formales y estructurales de los "productos", a partir de las condicionantes humanas, tecnológicas, productivas y económicas en el contexto social en el que se desarrollará el consumo.

Al expresar que tengan una "finalidad útil" declaramos que los "productos" tienen el propósito de ser útiles, deben desempeñar eficientemente su función y cumplir con el objetivo que le da vida, como respuesta a un problema. La finalidad va ligada a la materialización de la función, a la pertinencia que indica el grado de correspondencia entre la solución diseñada y los requerimientos de la necesidad

y problema de origen.

El que puedan ser “producidos” expresa el vínculo con la solución material, las soluciones deben ser diseñadas para que puedan ser materializadas, fabricadas, reproducidas, impresas, ejecutadas y elaboradas, según las condiciones económicas, tecnológicas y productivas de la industria. Producir implica una capacidad de movilización de recursos técnicos, humanos y financieros, para dar una respuesta eficiente.

Se declara que los productos deben ser “distribuidos” para llegar a manos del usuario, proceso que se manifiesta en la circulación, pasando por la inserción en el mercado y la comercialización, donde ocurren las ventas, publicaciones, difusión en la red y presencia en los medios de comunicación. La circulación para el Diseño implica considerar las condicionantes que establecen las estructuras y características de los mercados, la logística de transportación, almacenaje, la demanda y el tipo de mecanismos que predomina en la regulación mercantil de la producción.

Por su parte, “consumidos” resume el acto de apropiación individual de los productos por el usuario, en el proceso de satisfacción de sus necesidades individuales o colectivas, expresa la utilización, el uso y la interacción del hombre con la solución. El consumo está condicionado por la idoneidad de la solución para cumplir a cabalidad con su finalidad útil, por las prestaciones esperadas, los propósitos y la naturaleza del uso, todo ello, articulado coherentemente con el condicionamiento social y el modelo socio-económico existente.

Sólo en el caso de “productos” se particulariza de un problema de Diseño a otro, siendo tan diverso y diferente como dinámicas, mutantes y nuevas son las necesidades. El término puede abarcar desde soportes de comunicación que operan en el plano, la secuencia o la tri-dimensión, medios audiovisuales o informáticos, hasta objetos, equipos, maquinarias, espacios y cualquier otro portador de función. Los “productos” son el universo de objetos de trabajo de la profesión, los resultados del proyecto, que fueron producidos independientemente de la escala y tecnología que medie en su fabricación.

Esta propuesta de definición integradora es una plataforma conceptual única y al mismo tiempo flexible, es una definición holística que da cabida a todo accionar de la profesión, de acuerdo con la naturaleza del proyecto y la escala o ámbito en que

se manifiesta, abarcando productos que pueden ser desde un objeto, una máquina, un espacio, un servicio, una gráfica, un audiovisual, un producto digital, hasta la articulación de varios de ellos en la misma solución. El alcance y adecuación de la misma integra tipologías proyectuales y perfiles diferentes previendo, además, un espacio a futuros problemas y nuevos escenarios proyectuales, en correspondencia a la dinámica de cambios sociales, económicos, culturales, tecnológicos y ambientales.

Un segundo mito a transformar se vincula al estereotipo del Diseño como actividad imposible de acotar, creativa y por tanto libre, diferente, sin rutinas, poco ortodoxa, revolucionaria, sin fronteras, que está presente en cualquier área y resuelve cualquier problema. Es cierto que el Diseño está continuamente reinventando la realidad y su ámbito de desempeño en la práctica, pero, como expresara Frascara (1997), es necesario “subordinar lo que el diseño debe ser a lo que debe hacer”.

La cultura material de la humanidad está en expansión, todo lo que el hombre necesita debe ser diseñado y la actuación del Diseño se incrementa. “El diseño es un dominio que puede manifestarse en cualquier área de acción humana y está orientado al futuro” (BONSIEPE, 2000). Vivimos en escenarios caracterizados por una especialización acelerada de la producción y del consumo, en una sociedad mutante y comercialmente globalizada, donde proliferan muchos “tipos” de Diseño.

Esta especialización desmedida, lejos de aclarar, confunde, siendo responsable de gran parte de las incomprensiones entre decisores, empresarios y empleadores sobre el papel e importancia del Diseño como agente transformador y potenciador del desarrollo productivo y social. Es evidente la necesidad de contar con caracterizaciones esclarecedoras de la profesión, referentes representativos de cada profesional, una imagen de lo que hace y cómo lo hace, pormenorizando las semejanzas y diferencias en cada desempeño particular, de acuerdo al contenido y alcance de los servicios que ofrecen y las tipologías de problemas que enfrentan en cada caso.

Un primer acierto sería describir el Objeto de la profesión, según Álvarez (2001), “...la expresión concreta del proceso que desarrolla el profesional”, aquella parte de la realidad sobre la cual recae directamente la actividad profesional y el trabajo que realiza al ofrecer solución a cada problema, es decir, las particularidades del desempeño y las situaciones objetivas sobre las que interviene. Es una integración

descriptiva del contexto, la problemática y el objetivo que define una profesión y es una categoría compleja que se descompone para su estudio en cuatro dimensiones: Problemas profesionales, Esferas de actuación profesional, Modos de actuación profesional y Campos de acción profesional.

Así, los Problemas profesionales permiten identificar aquella parte de las situaciones que demandan el accionar de algún tipo de profesional para ser resueltas son, de acuerdo con Álvarez (2001), aquellas "...situaciones objetivas presentes en la sociedad, analizadas, caracterizadas y valoradas como problema por aquel sujeto que siente dicha necesidad para su solución". Mientras que los problemas que demandan soluciones suelen ser diferentes, particulares y dinámicos, tan diversos como ilimitadas y crecientes son las necesidades manifiestas en el desarrollo humano, los problemas profesionales son tipologías generalizadoras que agrupan a las situaciones problemáticas más significativas, frecuentes y relevantes, considerando las invariantes y analogías entre ellas.

Para el Diseño, los problemas profesionales son el universo de situaciones proyectuales evaluativas, investigativas y de gestión, identificadas, clasificadas y agrupadas según criterios integradores. En su nominalización se toman como referencia genéricos de su actividad y las denominaciones de los productos que se diseñan, organizados en categorías que, empíricamente, van asumiendo determinadas áreas de trabajo en las que el diseñador interviene.

El resultado de agrupar el universo infinito de situaciones problemáticas en problemas profesionales es de gran utilidad, pero no es suficiente, al solucionar un problema complejo, descubrimos solapamientos, coincidencias y complementación entre ellos, las relaciones que se establecen al trabajar en equipo y de manera multidisciplinar, unido a la demanda de soluciones integrales y completas, hacen que sea necesario un arreglo organizativo superior en lo que al nivel categorial se refiere.

Al considerar los terrenos en el que estos se manifiestan y, por consiguiente, donde se desarrolla la actividad laboral, descubrimos espacios y escenarios donde concurren y se materializan los problemas profesionales y que permiten delimitar un ordenamiento en Esferas de actuación, definidas por Horruitiner (2006) como "...aquellos lugares donde se manifiesta la profesión, las áreas fundamentales de desempeño laboral." Para el caso del diseño esta determinación necesita una

clasificación que logre un consenso equilibrado entre generalidad y particularidad.

Esta multiplicidad existente en la nomenclatura de la actuación del Diseño, disfrazada de aparente amplitud y flexibilidad, continúa siendo uno de los problemas fundamentales de la profesión y es responsable del desconocimiento objetivo del actuar del Diseño en cada área, generando incomprendiones del verdadero contenido de trabajo por parte de los empleadores y público en general.

Como resultado, muchos de los registros profesionales, títulos académicos y carreras de Diseño, al menos en el nombre, no se corresponden entre sí y, por tanto, dificultan las homologaciones de títulos y estudios, la internacionalización académica, categorizaciones y movilidad profesional. De ahí la necesidad de definir las Esferas de actuación del Diseño en correspondencia con una lectura más flexible y holística del desempeño profesional.

Las Esferas de actuación son resultado de considerar los planos en los que opera el Diseño, aquellos terrenos donde se materializa el desempeño profesional, llegando a la propuesta de seis áreas que engloban y agrupan determinadas temáticas proyectuales diferenciadas y con tipologías de problemas afines. Las esferas identificadas son: Espacio, Maquinaria, Objeto, Digital, Grafica y Audiovisual y aparecen en la FIG. 2.

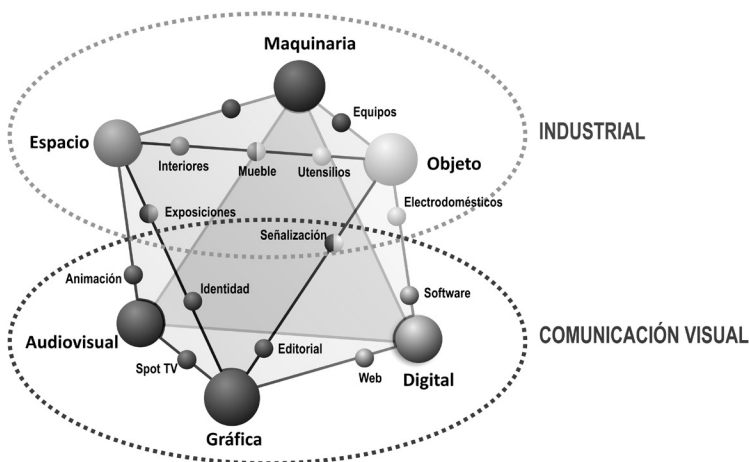


FIGURA 2 - Esferas de actuación del Diseño.

El tercer mito es relativo al desempeño del profesional y los modos de actuar ante los problemas, la ausencia de comprensión y claridad en la definición de cómo procede el diseñador, qué técnicas, métodos y herramientas aplica, cuáles son las tecnologías propias específicas y diferenciadas. Existe una tendencia marcada a reducir el accionar del diseñador al ámbito proyectual, dejando de identificar con integralidad la amplitud y alcance de su ejercicio, de ahí la necesidad de definir, para el Diseño, sus Modos de actuación, descritos por Horrutiner (2006) como "...aquel conjunto de procederes y actividades básicas generalizadoras, métodos de abordaje de los problemas de la profesión que caracterizan el desempeño profesional".

En los Modos de actuación encontramos, en primer lugar, aspectos gnoseológicos y prácticos que, de acuerdo a Núñez (2001), son "[...] conocimientos empíricos y/o científicos; conocimientos sobre métodos, procedimientos, componentes individuales o de sistemas tecnológicos; conocimientos incorporados en medios de trabajo, en la fuerza de trabajo y en operaciones de producción y servicios" Es decir, el dominio de métodos, procedimientos, habilidades, técnicas y hasta saberes básicos, sin los cuales no es posible responder a las expectativas sociales con calidad y responsabilidad. Y en segundo lugar los aspectos axiológicos, definidos por Núñez (2001) como "...la significación social positiva o negativa de acuerdo a los intereses de clases a que responda", que se refieren a valores y posturas éticas, ligadas a los efectos sociales de la acción, al conjunto de normas de conducta personal y social, que se espera guíe el comportamiento general del profesional.

La realidad social, profesional e individual es dinámica y pone al sujeto frente a situaciones no estructuradas, donde el desempeño implica movilizar todos los recursos en función de una solución contextualizada. Coincidimos con varios autores que defienden la diversidad dentro de la unidad y plantean que los Modos de actuación deben permitir formas de proceder diferentes y la selección de programas de acción que conduzcan a la misma meta.

Dado que la actuación del diseñador sólo es definible en la acción, los Modos de actuación del Diseño deben representar los procederes y actividades, los métodos de solución de problemas en toda su dimensión y complejidad. El Diseñador, al desdoblarse en diferentes roles, según la naturaleza del problema y las particularidades del contexto donde se desarrolla, asumirá en la práctica diferentes comportamientos y actuará en correspondencia.

El primer Modo identificado es el **proyectual**, el más evidente, el que se vincula

a la acción de diseñar, al ejercicio práctico de proyectar. Pero al desarrollar la capacidad crítica de su propio trabajo y de soluciones existentes o de productos que no necesariamente fueron desarrollados con su participación, el diseñador actúa también como evaluador, considerando la calidad, adecuación a las necesidades y pertinencia de estos, además de validar y diagnosticar estrategias de inserción de la actividad en contextos organizacionales, empresariales y sociales, identificándose ahí otro Modo de actuación, el de **evaluación**.

El profesional de Diseño actúa igualmente como investigador, por una lado se encuentra ante la necesidad de investigar en la práctica como parte del Proceso de Diseño y la Gestión y, por otro lado, para satisfacer la demanda de conocimientos y aportes teóricos imprescindibles para la profesión, siendo este otro Modo de actuación, con objetivos bien diferenciados, el de **investigación**.

Está demostrado que el diseñador debe gestionar su propia actividad en todos los ámbitos en los que opera, para ello el profesional asume una práctica de carácter combinado, en la cual debe fusionarse en una nueva cualidad las condiciones del diseñador con las de un director, estratega y administrador. La **gestión** de la actividad de Diseño en toda su magnitud es el cuarto Modo de actuación, considerado el de mayor complejidad e importancia en el desarrollo de la profesión.

Los Modos de actuación del Diseño se interrelacionan entre sí, haciendo compleja la demarcación de los límites de cada comportamiento ante el universo infinito de tareas presentes en el ejercicio profesional. Para visualizar la subordinación que se establece entre los diferentes Modos y su complejidad, se propone un modelo escalonado, que aparece en la Fig. 3, donde se representan los niveles de subordinación y solapes entre ellos.

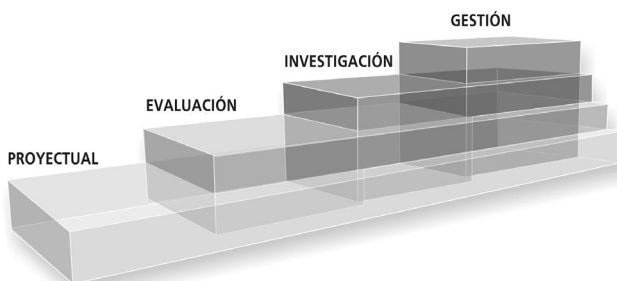


FIGURA 3 - Modos de actuación del Diseño.

Como puede observarse, en la acción de Proyectar hay componentes y acciones de los demás Modos, en el proceso de Diseño, además de diseñar, se necesita de la Evaluación de las etapas y sus resultados, se utilizan herramientas de la Investigación para el estudio del problema, la búsqueda y procesamiento de información y se realiza la Gestión del desarrollo del proceso, se planifican, administran y controlan recursos que en este se emplean.

De forma similar ocurre en el Modo de actuación Evaluación donde, además de sus procesos propios, se debe tener como punto de partida el dominio del nivel de Proyecto y se hace manifiesta la presencia de la Investigación y de la Gestión. Así mismo, en el Modo de actuación Investigación, con independencia de métodos, procedimientos y acciones particularizadas, coexisten Modos precedentes como Proyecto y Evaluación. De la igual forma se solapa la Gestión. La investigación es un instrumento esencial en la gestión y de manera recíproca el diseñador, para actuar como un investigador, emplea herramientas de la gestión.

El Modo de actuación Gestión, en la cima del modelo, indica la mayor complejidad entre todos los Modos, se entiende que para gestionar la actividad sea condición necesaria dominar todos los niveles anteriores, con sus procesos, procedimientos, métodos y técnicas particulares, que pasan a formar parte de los saberes, capacidades y modos de hacer del gestor, a lo que se le adicionan los conocimientos teóricos y prácticos particulares de la Gestión de Diseño.

Sin dudas, estos mitos develados y al mismo tiempo transformados en realidades de dominio general, permitirán operar cambios desde el Diseño mismo, nadie mejor que los diseñadores para resolver las insuficiencias en diferentes áreas de la profesión y proponer los caminos que le permitan adecuarse con dinamismo y profesionalidad a estos nuevos desafíos. El Diseño deberá vencer las fronteras de su propia definición elemental, como práctica de configuración de productos y proponerse un enfoque más abarcador, aplicable a cualquier componente del entorno, capaz de garantizar posturas mentales y diferenciadas para cada problema profesional, más ajustadas y mejor integradas a una realidad en constante transformación. Se trata no de dar recetas, sino de pensar cuál es la manera más acertada en cada caso para que el Diseño llegue realmente al punto donde le corresponde en cada organización, en cada esquema y en cada espacio productivo.

Una cosa si es evidente, sin ignorar otros factores presentes en la competitividad y eficiencia, el Diseño es un eslabón esencial en cualquier intento de transformar y superar los estadios económicos actuales. Pero no basta con decirlo y reconocerlo hay que actuar para que realmente lo sea, para que pueda desempeñar su verdadero rol y su aporte social, superando acciones puntuales. Este objetivo pasa prioritariamente por la empresa y por su estrategia misma de evolución, para ello el Diseño debe rediseñarse y reorientar sus objetivos para enfrentar semejantes desafíos.

Los escenarios demandan una inaplazable revisión del modelo de profesional que se necesita en la sociedad, en correspondencia con lo que expresara Bonsiepe: "históricamente el Diseño ha puesto de manifiesto su versatilidad al ir adaptándose a los requerimientos sociales y económicos de cada época." El Diseño cubano necesita articular una nueva propuesta de formación y empleo, ofreciendo una respuesta integral a las demandas de estos tiempos. Cambiar el actual escenario para la profesión es una tarea ineludible, urgente y que requiere de las acciones apropiadas y decisiones correctas, valorando el grado de pertinencia y pertenencia al país del ejercicio de la profesión y la formación de profesionales de Diseño.

Referencias

ÁLVAREZ, C. *El diseño curricular*. La Habana: Ed. Pueblo y educación, 2001.

ARCHIVO HISTÓRICO ONDI. *Documentos fundacionales*. 1980.

BONSIEPE, G. *Conferencia los usos del diseño*. Encuentro Internacional de Diseño. UIS. Bucaramanga. Colombia. 1996.

BRANZI, A. *La casa calda*. Milán: Editorial Idea Books Edizioni, 1984.

CUENDIAS, J. La formación de diseñadores. Lo particular en 25 años de la experiencia cubana. *Revista A3Manos*, ISDi. 2013.

FRASCARA, J. *Diseño gráfico para la gente*. Comunicación de masas y cambio social. Buenos Aires: Ed. Infinito, 1997.

HORRUITINER, P. *La Universidad cubana. El modelo de formación*. La Habana: Ed. Félix Varela, 2006.

NÚÑEZ, J. *Tesis sobre epistemología y educación*. Curso de CTS. Universidad de la Habana. 2001.

A pesquisa em história do design no Brasil: uma experiência na Pós-graduação da FAU-USP

Marcos da Costa Braga

Doutor em História Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Bacharel em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo na Universidade de São Paulo (FAU-USP). Membro do corpo editorial do periódico científico Estudos em Design e Arcos. Foi coordenador dos cursos de Design da Unicarioca e da Faculdade de Desenho Industrial Silva e Sousa. É organizador dos livros O papel social do design gráfico, Histórias do design no Brasil (v. I e II), Pensando o design e autor do livro premiado ABDI e APDINS-RJ: história das associações pioneiras de design do Brasil. Tem interesse nas áreas de memória gráfica, identidade visual, metodologia do projeto, cultura material e visual.

bragamcb@usp.br

Introdução

Desde os anos 1990 crescem as pesquisas e a divulgação em congressos e em publicações sobre a história do design no Brasil, abordando diferentes ângulos temáticos como as ideias e seus agentes, as instituições, a cultura material gerada pelos designers e os campos profissionais relacionados à constituição do campo do design no país. E desde essa época, a História do Design no Brasil se inseriu como conteúdo de ementas e programas em disciplinas de graduação e pós-graduação e em linhas de pesquisa.

A criação em 2006 da disciplina AUH 5857- História Social do Design no Brasil¹,

¹ C.f. USP – Programa da disciplina AUH 5857: Disponível em: <<https://uspdigital.usp.br/janus/componente/catalogoDisciplinasInicial.jsf?action=3&sgldis=AUH5857>>.

na área de concentração História e Fundamentos do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), fez parte deste movimento. O objetivo era fomentar a pesquisa específica da História do Design no Brasil por entender que é um tema necessário e oportuno para a consolidação da identidade social da profissão de designer e para contribuir com o debate contemporâneo sobre o design como campo de conhecimento e como atividade profissional por meio do estudo de suas origens e trajetórias passadas.

Além disso, nesse mesmo ano, iniciaram-se as aulas do novo curso de Design da FAU- USP, no qual a história do design no mundo e no Brasil era tratada em quatro semestres. Portanto pretendia-se também que a disciplina AUH 5857 revertesse conhecimento, por meio das pesquisas e debates que ela gerasse, para as disciplinas da graduação, estabelecendo uma relação com a pós-graduação.

AAUH 5857 foi iniciada em 2007, sendo oferecida sempre no segundo semestre e em suas seis edições, até 2012, 76 pessoas matricularam-se na disciplina que contou também com a participação de alguns outros profissionais como ouvintes. As turmas da AUH 5857 desde 2007 foram compostas na maioria por alunos regulares do Programa de Pós-graduação da FAU-USP e em especial da sua área de concentração Design e Arquitetura. Os demais são alunos regulares de outros programas de pós-graduação, alunos “especiais” que se matriculam apenas na disciplina, mas não cursam uma pós-graduação, e por último os “ouvintes”. Foram concluídas 70 monografias que versaram sobre variadas áreas do design: mobiliário, identidade visual, joias, cerâmica, editorial (revistas, livros, jornais), ensino, jogos, tipografia, eletrodomésticos, design de moda etc.

O presente texto pretende apresentar essa disciplina como uma experiência didática de estímulo à pesquisa da História do Design no Brasil, demonstrando como a disciplina foi estruturada, seus resultados e alguns desdobramentos.

Conteúdo programático

O conteúdo programático aborda a formação e a consolidação do campo profissional do design moderno no Brasil no século XX. Abrange a História das ideias, instituições e profissionais na trajetória desse campo profissional e procura

discutir as relações entre este e as condições sociais, econômicas e culturais do nosso país e do mundo que determinaram ou influenciaram a sua formação e desenvolvimento no século XX. Não se nega a existência de atividades de design no século XIX, mas foca-se o estudo do design moderno e industrial no século em que entendemos que ele surge como atividade profissional baseado em preceitos modernistas para a modernidade, se desenvolve conceitualmente, se constitui como campo profissional, se institucionaliza e se diversifica.

Portanto, estamos abordando a história de um campo profissional que se iniciou com a introdução do design moderno e pró-industrial no Brasil no final dos anos 1920, a partir da ação predominante de arquitetos partidários da arquitetura moderna no campo do mobiliário e interiores. Esse design moderno estava presente em algumas áreas da comunicação visual, mas que nos anos 1920 não formavam um campo específico. Ou seja, não se chegou a constituir um campo profissional que tivesse o design gráfico moderno como linguagem visual eleita consensualmente como única sob o ponto de vista conceitual e comunicativo até os anos 1950.

Entendo campo profissional a partir de conceito similar ao de Pierre Bourdieu (1997) para definir campo como um espaço social estruturado de posições no qual ocorrem relações entre os indivíduos, que são orientadas e regidas por regras surgidas de dinâmicas próprias ao campo e que lhe dão sua configuração social. Essas regras determinam quem faz parte do campo, quem é quem neste espaço social e os modos de aquisição de prestígio e de poder, mesmo que simbólico. Portanto, o campo profissional abrange instâncias de produção, consagração, legitimação e recepção. Entendo o campo profissional como ligado à existência de um mercado de trabalho, compreendido como oferta e procura de mão de obra; contudo, o defino como indo além desse último, pois trata da existência de um corpo de profissionais que compartilham um mesmo saber de ofício, concorrem no mesmo tipo de mercado de trabalho, passam a conhecer seus pares e, com o desenvolvimento da profissão, acabam por criar fóruns e espaços institucionais nos quais debatem quais seriam suas atribuições, estabelecem o ensino e as regras para as relações entre si e para com a sociedade. Esses profissionais podem, em um dado momento da constituição do campo, não estarem organizados como categoria social, apesar de terem noção da existência de pares, do mercado e das

competências necessárias para atuação profissional.

No Brasil, o processo de formação de um campo profissional de design e de uma categoria de designers profissionais, efetivamente atuante na produção de bens industrializados, foi lento e só se intensificou após o crescimento industrial mais significativo dos anos 1940 e dos anos 1950. Embora não se limitando a formação acadêmica para reconhecer o profissional de design, adotamos como eixo estrutural, para um olhar cronológico para antes e depois do início do período de institucionalização, a profissão em nível superior que emerge da constituição deste campo (por profissionais de variados campos profissionais) e que abarcou variadas práticas e saberes profissionais por meio da formação oferecida pela academia brasileira de Desenho Industrial, a partir dos anos 1960. Por sua vez, entendemos que este profissional liberal contribuiu com a origem e formação de outras atividades profissionais do campo do design a partir do final dos anos 1980, incluindo as que não tinham mais a indústria como principal meio de produção.

Questões iniciais abordadas

As aulas foram organizadas em duas iniciais expositivas, por parte do docente, dez com seminários apresentados pelos alunos que versam sobre os temas do conteúdo programático da disciplina e ao final do semestre letivo, três aulas com orientações para a realização de monografias que tratem de temas correlatos às pesquisas empreendidas ou pretendidas pelos alunos. A apresentação do seminário e da monografia compõe a avaliação da disciplina.

Nas aulas iniciais expositivas a disciplina é apresentada em seus aspectos estruturais, programáticos e bibliográficos e são abordados alguns conceitos e métodos de pesquisa em história e, em específico, algumas questões relacionadas à pesquisa da história do design no Brasil. Além disso, com o intuito de um “nivelamento” dos conhecimentos dos alunos, é ministrada uma aula panorâmica sobre a História do Design no Brasil no século XX.

A Nova História e seus principais aspectos metodológicos preconizados pela escola francesa *Annales* - que pode ser conhecida, entre outros, pelo livro de Burke (1997) ou o de Dosse (1992), e de onde se consolida o olhar e a abordagem da

História Social - são apresentados, assim como a História Oral e noções sobre a Micro-Histórica. Os métodos e abordagens dessas “histórias” promoveram a história de grupos ou categorias sociais variadas, a redução da escala de observação da sociedade e uma delimitação temática específica no tempo e no espaço para conseguir estudar realidades que não são retratadas pela História Geral. Isso abriu possibilidades para a história de profissões diversas nas quais se pesquisa as suas condições sociais de existência e desenvolvimento².

Uma das questões discutidas nesse início de aulas é: há especificidades na pesquisa em História do Design no Brasil? Minha posição é de que sim, há. E estas derivam de aspectos históricos da constituição de nosso país e que de certa maneira estão interligadas entre si, como por exemplo: a) Industrialização e urbanização mais intensas ocorreram “tardias” em relação a outros países; b) a promoção inicial do design moderno foi na maior parte demandada por agentes dos campos sociais da Cultura, da Arte e da Arquitetura, e não do setor produtivo; c) condicionantes de país “periférico”, que o levou a ser dependente tecnologicamente e que provocou a falta de apoio de grande parte da iniciativa privada e de governos ao projeto próprio durante décadas e que teve também como consequência o desenvolvimento da “cultura da cópia” de produtos e de modelos técnico-produtivos; d) apesar da atividade profissional de design poder ser identificada em alguns casos há cerca de 100 anos, a institucionalização da profissão foi constituída apenas há cerca de cinco décadas e a pesquisa sistemática sobre sua trajetória e constituição se iniciou nos anos 1990; e) há pouca produção sobre periodizações, reflexões sobre a constituição do campo profissional e marcos históricos consensuais que balizem as pesquisas em andamento; f) como nos países sem tradição no resgate e na preservação de sua memória, no Brasil ainda é insuficiente os canais e instituições que possibilitem a coleta, preservação e a catalogação de acervos de design. Nos últimos anos ocorreram algumas iniciativas louváveis como na FAU-USP e no Museu da Casa Brasileira, mas ainda são poucas; g) não está consolidada na sociedade em geral a visão de que o design é cultura material, produto social e que, portanto, é parte da memória brasileira; h) e, por fim, há ainda grande necessidade de levantar, registrar e historiar mais fontes primárias, incluindo aí depoimentos de agentes

2 Para uma leitura sucinta dos conceitos que envolvem a História Social, consultar Barros, 2005.

vivos que participaram da institucionalização do design, que tem poucas décadas, ao menos dos períodos de sua constituição e consolidação senão for mais possível de seu momento inicial. Tarefa que os métodos da história oral em muito auxiliam.

A respeito da monografia a ser feita no final do semestre letivo, aspectos de seleção, recorte e delimitação do tema de pesquisa e a natureza das fontes são abordados já na primeira aula com o objetivo de facilitar e antecipar o processo de adaptação do tema ao trabalho para aqueles alunos que já o tem em mente, e para auxiliar a busca por temas para aqueles que ainda não o definiram. Esses aspectos são relativos à natureza da pesquisa a ser feita, que é condicionada ao que é possível de ser realizado no período disponível que a disciplina permite.

Inicialmente se aconselha que cada trabalho conceitue o que se está entendendo por “design” e apresente referências bibliográficas que apoiem essa conceituação. Principalmente no Brasil, neste momento, há uma variedade de significados peculiares do termo conforme o circuito social e as correntes de pensamento com que se tenha contato. A definição do que seja design pode variar conforme o entendimento que se tenha sobre suas origens, sua filiação à escala de produção, sua abrangência, autonomia e interdisciplinaridade do campo de seu conhecimento (especificidades, fronteiras e interações), sua identidade social, e até ênfase ou não em uma das funções entre outros aspectos³.

Para seleção, recorte e delimitação do tema de pesquisa, orienta-se que o mesmo tenha relação com interesses e motivações próprias do aluno e que se defina com clareza qual é o foco do tema: os designers, as ideias, as instituições, a cultura material, o consumo, a *práxis*, a produção ou áreas específicas de atuação profissional. Em seguida, que se indague qual é a pergunta ou questão que norteará a pesquisa. Definida a questão central, o objetivo deve ser esclarecido e duas perguntas devem ser respondidas em um levantamento inicial: “O que se sabe sobre isso até agora?” “Qual é a natureza das fontes de informações e quais são as possibilidades de acesso a elas no tempo disponível?” Algumas vezes a resposta para essas perguntas provocam mudanças no foco do tema, que podem ocorrer antes da aula programada para a delimitação do tema de cada um, caso o aluno

3 Como exemplo, sugerimos ao leitor olhar o levantamento crítico realizado sobre a relação do conceito de design gráfico e a definição de origens por VILLAS-BOAS; BRAGA, 2013.

tenha conseguido essas respostas em levantamento empreendido ao longo das aulas em que ocorrem os seminários.

Além das especificidades da pesquisa em História do Design no Brasil, que condicionam as fontes, conforme narradas acima, destaca-se que muitos “acervos” documentais encontram-se em casas de parentes dos designers pesquisados ou em fábricas, gráficas ou editoras, guardados de modo inadequado e desorganizado. Não são instituições voltadas para disponibilizá-los para consulta e a aproximação com esses “responsáveis” pela sua guarda deve ser feita com referências pessoais ou institucionais, que credenciem a confiança para com o pesquisador. Em alguns casos, o pesquisador que busca informações nesses acervos terá que empreender um trabalho prévio de organização e catalogação e às vezes também terá que digitalizar de maneira a contribuir para sua preservação. Porém, é necessário ressaltar sempre a importância de privilegiar a busca por fontes primárias, entendidas aqui como as próximas da origem do que se está estudando ou a pessoa com conhecimento e vivência pessoal direta dos eventos ou ideias do que se pesquisa. O que inclui depoimentos de agentes, desde que as informações obtidas sejam tratadas conforme os métodos preconizados pela História Oral como em Alberti (2004).

A necessidade de se relacionar o assunto de design da pesquisa com os contextos históricos mais pertinentes é abordada, mas recomenda-se ter cautela nessa conexão. Por se tratar de trabalhos com recortes bem delimitados, os contextos devem ser condizentes para evitar relações com macrocenários que não se sustentem ou que se caia na tentação de enquadrar-se em dogmas que permeiam uma parte da historiografia brasileira de design. Referências e modelos teóricos conhecidos previamente são importantes guias iniciais, mas adequações à realidade encontrada podem ser necessárias. Nesse sentido, o foco, sempre que possível, em fontes primárias auxilia a renovação dessa historiografia. E ainda seguindo este raciocínio sugere-se que se inclua na bibliografia a história das áreas profissionais correlatas por onde o design pesquisado pode ter transitado e que podem auxiliar a localizar contextos sociais pertinentes e próximos como os do jornalismo, publicidade, engenharia, artes, arquitetura, indústria, consumo e tecnologia.

A lembrança ou não por uma busca de bibliografia publicada sobre estas áreas, como fonte de informação e como contexto histórico pertinente, por vezes é

condicionada pelo que se entende como design. Por outro lado, em aula se coloca a questão abordada por Margolin (2009) sobre a dificuldade que o designer tem ao atuar como um historiador. Essa dificuldade está justamente em relacionar aspectos do design com contextos sociais e principalmente econômicos que auxiliem a identificar as condições históricas para a sua realização. Isso ocorre devido a sua formação, que o leva ao foco no nível projetual. O debate dessa questão realça os cuidados metodológicos que o designer deve ter ao realizar uma pesquisa de natureza histórica.

Seminários

Aproveitando que cada aula tem quatro horas, os seminários são apresentados pelos alunos na primeira metade do tempo e se baseiam em textos previamente escolhidos relacionados a uma periodização temática e cronológica dessa história. A bibliografia se renova periodicamente conforme avance a divulgação de novas pesquisas de cunho histórico. Na segunda metade da aula é promovido um debate com a turma sobre o conteúdo apresentado e se incentiva reflexões que consolidem noções históricas do desenvolvimento da profissão e do seu campo profissional no país. A turma é dividida em grupos que são alocados nos seminários, cujos assuntos se aproximem de seus objetos de pesquisas ou nos quais possuam interesse em aprofundar seus conhecimentos.

Esses assuntos em linhas gerais são: conflitos entre o eclético, o neocolonial e o moderno no campo do mobiliário e interiores no início do século XX; campo gráfico antes do design concretista; consolidação do estilo moderno no campo do mobiliário e interiores e expansão das áreas de atuação no campo gráfico nos anos 1940 e 1950; o debate entre arte e indústria do movimento concretista brasileiro e as influências sobre o campo do design; as instituições pioneiras no ensino regular e o crescimento dos cursos nos anos 1980 e nos anos 1990; organização profissional dos designers: da atuação pioneira da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) ao crescimento das associações profissionais estaduais; consolidação da profissão nos anos 1980; e diversificação e segmentação do campo profissional no produto e no gráfico nos anos 1990.

Ressaltamos que vários temas menores estão correlacionados a estes, como a

“geração” de escritórios pioneiros de design dos anos 1960 ou o debate sobre o currículo mínimo do final dos anos 1970. Assim, o olhar da história social perpassa esses temas, observando a história das ideias, instituições, atores sociais e a busca por contextualização não só com o momento do campo do design em si, mas também com seus entornos sociais, culturais e econômicos mais próximos e, quando possível, com os da sociedade brasileira.

Monografias após seminários

Das três aulas finais da disciplina, a primeira é dedicada à delimitação do tema da monografia de cada aluno e para relembrar os aspectos da pesquisa abordados no início da disciplina. Após o término das aulas, o prazo é de um mês para realizarem a pesquisa de campo e elaborarem uma monografia relacionando questões e bibliografias discutidas nas aulas e nos seminários com os seus próprios projetos de pesquisa em andamento ou em fase de elaboração. Contando a partir da aula limite de delimitação do tema de pesquisa, o tempo total até a entrega da monografia é de cerca de sete semanas. Em geral, quase a metade dos alunos já possui um tema definido antes disso e por isso a sua delimitação se encontra em andamento no momento final da disciplina. A maioria dos temas escolhidos é recortada para que sejam histórias de pequena duração, com temática mais específica e com o escopo de fontes a ser analisado recortado previamente para que a pesquisa e a redação da monografia sejam viáveis no prazo definido.

Mesmo os alunos cujos temas não têm como foco a História do Design no Brasil acabam por desenvolver uma monografia que aborde as origens ou o desenvolvimento anterior no tempo dos objetos de estudos de suas pesquisas, ou seja, aplicam uma visão histórica que auxilia a contextualizar, no tempo e no espaço, esses objetos. Os assuntos são variados, refletindo a complexidade da história do campo profissional do design no Brasil. Ideias, instituições, produção, projeto, trajetórias de designers, áreas de atuação e campos profissionais específicos perpassam esses trabalhos que apresentam aspectos e informações inéditas na historiografia brasileira do design. As duas aulas finais são dedicadas à orientação da pesquisa de cada aluno em suas especificidades.

Desdobramentos

As monografias possuem em média quinze páginas e, após um mês de sua entrega, são avaliadas e devolvidas aos alunos para ciência dos comentários e sugestões do docente. Os estudantes são estimulados a revisar essas monografias, no sentido de adequarem o texto para apresentação em congressos de pesquisa em design ou periódicos da área, incentivando assim a divulgação do trabalho e incentivando o hábito da publicação de produção acadêmica. Afinal, a divulgação do conhecimento gerado é a etapa final para qualquer pesquisa. E a maioria dos trabalhos concluídos nesta disciplina além de servir para as pesquisas em andamento ou em fase de elaboração pelos próprios alunos, pode servir também de referência para outros estudos uma vez que são calcados em fontes primárias pouco exploradas ou pouco conhecidas até então.

Com efeito, alguns procederam dessa forma e tiveram seus trabalhos aceitos para publicação. Destes destacamos como exemplos:

- PAULA, Tania Cristina de. Aproximação entre design e artesanato no Brasil. Conceitos e Ações de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães. *Anais P&D Design 2008*. São Paulo: SENAC-SP, 2008. Anais em meio digital.
- LACROCE, André. Ruben Martins: a trajetória do artista ao empresário de design. *Anais do 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED*. Bauru: UNESP, 2009. Anais em meio digital.
- Da Luz, Alan Richard. Aventuras na Selva: Renato Degiovani, Divino Leitão e o pioneirismo no design de videogames no Brasil. *Revista Estudos em Design*. v. 18.2. Rio de Janeiro: Estudos em design, 2010. (on-line).

A turma de 2010 gerou um livro com 10 capítulos, intitulado Histórias do Design no Brasil. A iniciativa partiu de proposta feita pelo designer e doutorando Ricardo Moreira e foi abraçada pelos próprios colegas de turma, que acreditaram na qualidade que os trabalhos atingiram. Esses textos possuem relação com seus temas de pesquisas e são de assuntos variados como análise de marcas gráficas, estudos históricos de tipografia, ensino do design, pioneirismo no eco-design, mobiliário modular, o design de joias de Lívio Levi entre outros. Esse exemplo foi seguido pela turma de 2012, que gerou um segundo volume também com 10 capítulos em 2014.

Além da produção de trabalhos que se tornam referência, podemos considerar outros desdobramentos que a disciplina tem possibilitado. Esses trabalhos e o debate que a disciplina AUH 5857 empreende com os alunos na Pós-graduação da FAU-USP possibilitam benefícios às disciplinas de história do design III e IV, ministradas por mim na graduação em Design da FAU-USP, ao produzir entendimentos e conhecimento que são revertidos às aulas dessas disciplinas, já que elas possuem em seus programas o conteúdo sobre a história do design no Brasil no século XX, especificamente no que concerne ao período dos anos 1940 aos anos 1990.

Muitos dos assuntos dessas monografias nunca tinham sido objetos de pesquisa histórica até então, o que torna os textos ricos em material inédito sobre o qual se realiza as primeiras reflexões que buscam sua historicização inicial. Do mesmo modo se tem produzido um levantamento e registro de fontes primárias que muitas vezes não são conhecidas anteriormente pela historiografia do design no Brasil. Em ambos os casos há uma contribuição dessas monografias para aumentar o resgate da memória do design no Brasil. Deve-se considerar também a contribuição na formação de futuros pesquisadores que tenham como área de atuação maior os estudos sobre História do Design no Brasil. Este último conjunto de resultados se mostrou presente na aplicação desta experiência em uma Pós-graduação fora da USP e de São Paulo, que se constituiu em outro importante desdobramento.

Uma experiência na Pós-graduação em Design da UFPR

O curso História Social do Design no Brasil, baseado na disciplina AUH 5857, foi ministrado na disciplina SD 710 - Tópicos Avançados em Sistemas de Produção e Utilização II, do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (UFPR-PPGDesign), em junho de 2013. A iniciativa da realização do curso na UFPR partiu do professor Aguinaldo Santos, que na época era o coordenador do PPGDesign. O objetivo do programa é fomentar junto aos alunos e professores a pesquisa em História do Design no Brasil, para possibilitar no futuro a criação de uma linha de pesquisa nessa área de conhecimento que ainda é incipiente ou inexistente na grande maioria dos programas de pós-graduação em Design no país.

O curso foi estruturado em três atos: um conjunto de aulas expositivas ocorridas de 3 a 7 de junho de 2013, que ministrei de forma intensiva; um *workshop* sobre o uso de entrevista em pesquisa qualitativa e história oral ministrado pelo professor Ronaldo de Oliveira Corrêa, do PPGDesign da UFPR, realizado no período de 1 a 3 de julho de 2013 e uma palestra ministrada no dia 7 de agosto pela professora doutora Marinês Ribeiro dos Santos, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UFTPR), que apresentou um panorama sobre o contexto socioeconômico e cultural do Paraná nos anos 1960 e 1970, época em que se localizava boa parte dos temas pesquisados pelos alunos no curso.

A diferença principal com o curso dado na FAU-USP é que não houve apresentação de seminários e o prazo para realizar a pesquisa de campo e a redação da monografia foi de cerca de três meses, a partir do término do primeiro conjunto de aulas. No dia 7 de junho alguns alunos que tinham o tema já escolhido foram atendidos individualmente na parte da manhã e à tarde ocorreu a última aula expositiva, que foi dedicada para delimitação dos temas de pesquisa de cada um. A turma foi formada por 18 pessoas matriculadas, sendo dez alunos regulares do PPGDesign e oito alunos “especiais”. Entre os matriculados havia docentes do curso de Design da UFPR e de outras instituições de ensino. Durante os meses de pesquisa de campo, a turma foi dividida em dois grupos para facilitar o acompanhamento e orientação por parte dos docentes. Assim, o primeiro grupo foi orientado à distância por mim, por meio de emails e sistema de vídeo conferência pela internet, e o segundo grupo, orientado na UFPR pelo professor Ronaldo de Oliveira Corrêa.

No dia 20 de setembro, os trabalhos foram apresentados oralmente para toda a turma e alguns professores da UFPR, convidados para a ocasião com a finalidade conhecerem os trabalhos e ter uma visão do conjunto das pesquisas e as possíveis relações entre os temas. Foram entregues 16 monografias com, em média, 15 páginas. Oito das monografias tratam da constituição do campo profissional do design nos anos 1970, possuem relação entre em si e nos proporcionam um panorama de uma época marcada por investimentos em reforma urbana e uma industrialização no Paraná. Das demais, seis tratam de momento anterior aos anos 1970 (três do campo gráfico, dois sobre produtos e um sobre um pioneiro na moda). E as duas últimas pesquisas abordam ações no âmbito acadêmico e

profissional curitibano na passagem dos anos 1980 para 1990, que demonstram um amadurecimento do campo do design em Curitiba.

Esses temas versavam em geral sobre ideias, instituições, projetos e pioneiros que participaram da formação, institucionalização e consolidação do campo profissional do design no Paraná. A escolha dessas épocas e dos temas tinha como objetivos identificar raízes, processos e trajetórias que implementaram a profissão no Paraná e auxiliar a entender seu desenvolvimento no cenário paranaense, contribuindo para o debate de sua identidade atual, bem como resgatar e registrar a história do design no estado e sua inserção na História do Design no Brasil, que vem sendo marcada principalmente por pesquisas feitas no sudeste do país.

Com efeito, importantes passagens históricas do design local foram resgatadas. A maioria dos temas nunca tinha sido objeto de alguma pesquisa antes, o que novamente contribuiu para a localização de fontes primárias inéditas para a historiografia brasileira. Como exemplo, destacamos a primeira coluna sobre design no Brasil em um de jornal de grande circulação: “Design/designer”, no Diário do Paraná, escrita em 1972 por Ivens Fontoura, designer, crítico de design e museógrafo. A memória recente do campo do design no país só conhecia essa coluna em seu período de existência de 1988 a 2009, enquanto foi publicada, sempre aos domingos, em outro jornal, o Estado do Paraná. Porém, sua primeira existência estava obscura e seus vestígios em vias de esquecimento. As pesquisadoras Christiane Ogg e Cláudia R. H. Zacar resgataram todos os textos dessa coluna que foram publicadas no Diário do Paraná em 1972 e 1973, aos domingos, e que por meio de 34 artigos abordou ideias, projetos, eventos e personagens não só do cenário paranaense de design, mas também do país. Desse modo, consideramos que o objetivo do curso foi alcançado e os trabalhos produzidos estão sendo encaminhados para divulgação.

Considerações finais

Como dito anteriormente, os trabalhos finais são recortados para que sejam histórias bem delimitadas no tempo, no espaço e no tema e, assim, sejam viáveis nos prazos da disciplina. Porém, da forma como foi estruturada, ela tem possibilitado os

desdobramentos citados, contribuindo para pesquisas maiores dos próprios alunos e de outros pesquisadores que tiveram acesso aos textos que foram publicados. Mais temas e mais fontes inéditas são incorporadas à historiografia do design.

As principais dificuldades observadas em geral no desempenho dos alunos são: lidar com o tempo disponível, delimitar o objeto de estudo dentro do tema, delimitar o escopo de modo pertinente aos objetivos da pesquisa, acessar às fontes, o estado de preservação de obras e documentos encontrados, traçar níveis pertinentes de relações com contextos, cenários ou conjunturas históricas socioeconômicas, identificar as condicionantes sociais de diferentes naturezas da sociedade onde se insere o que é pesquisado e relacionar seu objeto de estudo com histórias das áreas correlatas (publicidade, indústria, tecnologia etc). Apesar disso, a maioria dos alunos consegue superar essas dificuldades de modo satisfatório, cumprindo, assim, com um dos objetivos da disciplina que é proporcionar uma experiência de pesquisa em História do Design no Brasil e desta maneira contribuir para uma face de sua formação na Pós-Graduação da FAU-USP.

Sobre a dificuldade do designer como historiador do design em traçar relações mais amplas entre a sua profissão ou a cultura material que ela cria com a sociedade em uma pesquisa do passado ou no ensino dessa história, Margolin (2009) sugere que a causa do foco no próprio campo vem da sua formação que é projetual e da intenção de formar futuros designers. Parece-nos que a falta de formação em algum nível em História ou em Ciências Sociais naturalmente faz com que os designers abordem essa relação com a sociedade de modo restritivo. O design produz cultura material e por isso poderia se beneficiar dos métodos da História da Cultura Material, por exemplo. Por outro lado, a cultura material e o design são frutos de uma produção social. Menezes (2003) considera que o tema maior do historiador é a sociedade e que, portanto, a história da cultura material, mesmo com suas especificidades, é mais uma fonte para se entender a sociedade que a gerou. O designer que pesquisa História do Design no Brasil, aparentemente, não está interessado nesse mesmo tema maior do historiador como um fim em si mesmo, e sim nas condições sociais de realização do design, naquilo que influencia as possibilidades de realização e configuração do projeto do design. Ele traça relações com o entorno social (mais para a dimensão cultural do que a econômica

na maior parte das vezes), mas o foco e finalidade é entender o campo do design. Entretanto, deve-se lembrar que apesar do crescimento da pesquisa em história sobre o campo do design brasileiro, a quantidade de estudos é ainda insuficiente para permitir que se trace com segurança relações mais amplas com a história da sociedade, o que contribui para que o foco continue de certa maneira restrito ao design. Afinal, é o seu objeto mais específico e familiar de estudo histórico.

Porém, por possuir a especificidade do conhecimento sobre o design, incluindo aspecto das práticas profissionais, o designer brasileiro tem condições estudar e identificar o desenvolvimento desses aspectos no tempo e de por meio da história de sua profissão contribuir para as “pesquisas históricas coletivas”, nos termos como sugere Margolin (2009). Precisamos para isso avançar mais com as pesquisas feitas no país, abrir frentes institucionais para a História do Design no Brasil, buscar interações com histórias de outros campos e defender também a sua valorização na graduação que, principalmente nos cursos privados sem grande tradição, tem nos últimos anos diminuído sua presença nos currículos, subtraindo, desse modo, uma das bases da reflexão sobre os caminhos da profissão na inserção de sua sociedade.

Espero que a experiência aqui narrada possa contribuir para aumentar o interesse na formação dos designers como pesquisador da História do Design no Brasil e que possa estimular a vontade em pesquisar novas histórias do design pelo país “afora”.

Referências

ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BARROS, José D'Assunção. A história social: seus significados e seus caminhos. LPH - *Revista de História da Universidade Federal de Ouro Preto*, Ouro Preto, n. 15, p. 235-256, 2005.

BURKE, Peter. *A Escola dos Annales* (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997. 153 p.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1997.

DOSSE, François. *A história em migalhas*: dos Annales à Nova História. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.

MARGOLIN, Victor. Design na História. *Revista Agitprop*, São Paulo, ano II, n. 16, 2005.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, cidade de publicação, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

VILLAS-BOAS, André; BRAGA, Marcos da Costa. O objeto como norte: origens e periodização na historiografia do design gráfico. In ALMEIDA, Marcelina das Graças; REZENDE, Edson José Carpintero; SAFAR, Giselle Hissa; MENDONÇA, Roxane Sidney Resende. *Cadernos à Tempo: História em Arte e Design*, v. 1. Barbacena: EdUEMG, 2013. p. 25 -45.

Protagonismo feminino no design – um resgate histórico em andamento

Giselle Hissa Safar

Graduada em Arquitetura e Urbanismo e mestre em Engenharia de Produção, ambos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente é professora da Escola de Design e coordenadora do Centro de Extensão da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Tem experiência na área do ensino de História do Design, atuando principalmente nos seguintes temas: história do design mundial, história da joia, história do mobiliário. Atua em programas e projetos voltados para o design social tais como Programa Design e Saúde, Bem Maior e Minas Raízes.

giselle.safar@gmail.com

Marcelina das Graças de Almeida

Graduada e mestre em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutora pela UFMG em parceria com a Universidade Portucalense Infante Dom Henrique, Porto, Portugal. Docente nos cursos de graduação e pós-graduação da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), onde coordena o Arquivo de Som e Imagem (ASI). Possui experiência docente e de pesquisa na área de história, história do design, história e cultura material, história da cultura e arte, memória e história das cidades, morte e culto aos mortos e metodologia de pesquisa.

almeidamarcelina@gmail.com

Introdução

A literatura internacional sobre História do Design é vasta, e as pesquisas na área são cada vez mais numerosas. Instituições como a *Design History Society* (1977)¹ e sua publicação oficial, o *Journal of Design History*, bem como periódicos

1 C.f. Site da instituição disponível em: <www.designhistorysociety.org> Acesso em: 14 de out. de 2013.

reconhecidos como *Design Issues* (1984)² muito têm contribuído para essa expansão. A partir da década de 1990, o crescimento do mercado editorial fez surgir a demanda por um posicionamento crítico e as discussões sobre historiografia do design têm-se avolumado. Nas palavras de Denis:

[...] a ação de escrever a história envolve necessariamente um processo de seleção dos fatos e de avaliação de sua importância. [...] Toda versão histórica é uma construção e, portanto nenhuma delas é definitiva. [...] Todo historiador escreve em um contexto específico, para um público atual, e, consequentemente, a interpretação do passado apresentada terá impacto no presente (DENIS, 2000, p. 13).

Entende-se, então, que a história em geral e, particularmente, a história do design são construções em andamento e que nesse processo, a impossibilidade de se conhecer toda a realidade leva à segmentação em pontos de vista e formas de abordagem. A criação da *Fundació Historia Del Disseny* (2006)³ tem estimulado a discussão sobre como a história é escrita, os estereótipos culturais reproduzidos, as vantagens e limitações das diferentes formas de construção e destacado a necessidade de revisitação a essa história para que conteúdos omitidos sejam resgatados. Flores (2010), em sua análise sobre a História do Design, constata que as primeiras análises se centraram no reconhecimento dos protagonistas, na descrição de suas obras e no impacto delas sobre a área. No entanto, a leitura das publicações pioneiras, bem como de outras consideradas clássicas na categoria, confirmam que o registro desse protagonismo omitiu da literatura especializada, as ações femininas no passado do campo do design.

Sin embargo resulta irritante los resistentes que han sido los historiadores varones a introducir biografías de mujeres diseñadoras en la historia del diseño del siglo XX. Certo es que los relatos históricos cargados de vidas ejemplares se consideran anticuados e yo misma procuro evitar los, pero enterrar para siempre em el olvido a uma parte significativa del colectivo profesional de diseñadores por el hecho de pertenecer al sexo femenino me parece poço riguroso. El talento e no el sexo de los diseñadores debería determinar su presencia em la historia (CAMPI, 2010, p. 15).

2 C.f. Site do periódico disponível em: < www.mitpressjournals.org/loi/desi > Acesso em: 14 de out. de 2013.

3 <<http://www.historiadeldisseny.org/en/>> Acesso em: 14 de out. de 2013.

O presente texto procura contribuir para as discussões, por meio do resgate da participação feminina no design em três contextos históricos específicos e da tentativa de compreensão do processo pelo qual suas atuações foram relegadas a segundo plano ou mesmo desconsideradas no registro histórico da área. Procurou-se estabelecer a relação da omissão desses protagonismos à estrutura patriarcal de forma a salientar a importância e permanência do patriarcado na configuração das relações sociais.

Ainda que a questão da mulher no design possa ser analisada sob diversos prismas, o foco na sua relação com o patriarcado se justifica pela necessidade de compreender como uma área relativamente recente, surgida e consolidada a partir da Revolução Industrial e, portanto, supostamente “nova”, desenvolveu e ainda desenvolve modelo segregacionista de gênero que se reflete até a atualidade tanto nos processos de registro quanto nas condições de escolha, permanência e expectativa de atuação profissional da mulher. Parte-se do pressuposto de que o design, como interface criativa do homem com o mundo industrial, relegou a segundo plano aquelas atividades criativas que lhe deram origem e sustentação e que estavam associadas ao universo feminino.

Os estudos de gênero e o design: debates e produção historiográfica

Os estudos de gênero surgiram na década de 60 do século XX em resposta a uma série de questões que se colocavam e a problemas identificados tais como a desigualdade social, econômica, política e legal da mulher, sua exclusão das esferas de exercício do poder, a discriminação social e cultural e a perpetuação de estereótipos com nítido prejuízo para o gênero feminino.

Nas duas décadas seguintes, a pressão dos movimentos feministas impulsionou o surgimento de políticas para minimizar esse desequilíbrio. Ainda que muitas das propostas tenham se restringido ao discurso mais do que à ação efetiva, e respeitadas as limitações dos contextos culturais existentes, temas como equidade, acesso, incorporação das mulheres no âmbito do trabalho e da educação, entre outros, se tornaram presentes nos fóruns internacionais e no debate político de

grande parte da sociedade.

Há que destacar ainda, que o próprio uso do termo gênero tem sido motivo de debate. Scott (1999), em abordagem bastante detalhada, observa que a introdução do termo se deu em época relativamente recente, pelas feministas americanas, com o objetivo de contemplar o caráter social das distinções baseadas no sexo e, dessa forma, legitimar, principalmente no campo científico, as discussões sobre o tema.

Uma vez que o gênero se fundamenta em relações sociais, significa que suas concepções são contextualizadas, variando entre sociedades, momentos históricos e grupos. O estudo sobre a identidade de gênero é discutido em vários campos da ciência, mas sua abordagem no campo do design é relativamente recente. Nesses estudos podem ser observadas duas perspectivas: a primeira diz respeito à omissão dos registros históricos sobre as mulheres designers e sua contribuição para o desenvolvimento da profissão; a segunda perspectiva diz respeito ao despreparo dos designers para compreender os códigos culturais estabelecidos entre os gêneros, limitando-se à criação com base em estereótipos culturais.

A primeira perspectiva tem sido um debate intenso que emergiu no final dos anos 80 do século XX, no campo da história do design, impulsionado pela pós-modernidade e sua aceitação dos discursos alternativos e periféricos. Trata-se de um debate que parte do discurso da teoria feminista, mas que não se concentra em acusar, e sim em revelar as razões ideológicas da sociedade quanto ao silêncio sobre as mulheres.

Buckley (1989; 1999), Gravier (2009) e Campi (2010), entre outros, constatarem que as ações femininas no passado e no presente no campo do design constituem um conhecimento raro e marginal, uma vez que houve grande omissão da literatura especializada em virtude do uso de métodos historiográficos que envolvem a seleção, classificação e priorização de tipos de design, categorias de designers e dos diferentes modos de produção com base na estrutura patriarcal e capitalista da sociedade. Esse cenário é confirmado por Esclapés (2008) que, ao analisar o trabalho de mulheres pioneiras do design, aponta as dificuldades de acesso a postos de trabalho importantes e a falta de reconhecimento como os principais obstáculos para a ação e visibilidades das mulheres, sobretudo em determinados setores do desenho industrial.

Desde então um importante trabalho de resgate de personalidades femininas

no design tem sido levado a efeito como atestam publicações 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) e *Bauhaus women*, de Ulrike Müller (2009), já nascido como um clássico sobre o tema.

A segunda perspectiva de certa forma se relaciona à primeira, à medida que a omissão da literatura especializada não foi apenas sobre a mulher como designer, mas a mulher como consumidora também. Sob essa perspectiva, 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. É uma abordagem que faz críticas à representação das mulheres pela publicidade, ligando o consumo a atividades domésticas e estereotipadas (esposa, mãe e doméstica) e à manipulação dos signos, em que os significados são decodificados de acordo com os interesses e códigos culturais dos produtores e anunciantes.

El enfoque antropocentrista, y más particularmente, el androcentrista, están presentes en la mayor parte de las actividades y relaciones humanas, así como en la mayoría de las profesiones; y en esta medida la enseñanza y el ejercicio de las diferentes manifestaciones del Diseño no son una excepción (GRAVIER, 2009, p. 32).

A essas duas formas de análise da questão design e gênero pode ser acrescentada outra na qual o foco é a compreensão dos mecanismos de escolha, fatores de permanência/desistência e conclusão dos gêneros no ensino superior em design. Nesse sentido, vale destacar um trabalho pioneiro desenvolvido na Inglaterra e País de Gales e publicado há mais de uma década - *Gendered by design: how women's place in design is still defined by gender*, das pesquisadoras Sue Clegg e Wendy Mayfield. Trata-se de um estudo publicado em 1999, no qual as pesquisadoras investigam as opções efetuadas pelas mulheres quando se trata da área do design. Esse trabalho precursor abriu espaço para uma série de outras abordagens com vistas a entender de que maneira a estrutura dos cursos estariam perpetuando estereótipos ou se, além da presença física, a presença simbólica da mulher foi também incorporada ao conhecimento escolar e se os saberes femininos

relacionados as formas de organizar o trabalho, conectar o público ao privado, o pessoal ao profissional foram aproveitados nos seus aspectos positivos.

No que diz respeito à desigualdade de gênero, tão importante quanto quantificar a distribuição de tarefas é analisar o princípio que organiza esta nova distribuição. Esse pode ser resumido no seguinte princípio: os homens escolhem aquilo que querem fazer e as mulheres se ocupam do resto, i.e., daquilo que eles não querem fazer. Assim, mantém-se em operação a assimetria de gênero, na qual o exercício da escolha é uma prerrogativa apenas masculina (SORJ, 2007, p. 4).

As mulheres vêm contribuindo de variadas maneiras para o campo do design, seja trabalhando em equipe, em parcerias com outros homens ou mulheres, ou individualmente. McQuiston (1988) salienta que muitas mulheres que atuavam e atuam no design prefeririam ser conhecidas pelas suas ideias ou pelo seu trabalho e não pelo fato de serem mulheres. Na verdade, a história do design deveria pautar suas escolhas sobre protagonistas nesses aspectos. No entanto, a associação perversa de um campo profissional altamente competitivo e fortemente baseado em promoção a uma sociedade na qual prevalece a importância masculina fez com que essa admirável postura se tornasse um caminho seguro para a obscuridade.

As relações de gênero no design não têm despertado o interesse apenas da academia. Semelhantemente a outras redes feministas transnacionais que utilizam as tecnologias de comunicação, têm surgido associações e grupos interessados em discutir questões ou defender os interesses femininos no design. A tarefa de minimizar a invisibilidade histórica identificada tem sido assumida por organizações femininas que têm o design como eixo. Seja realizando encontros, exposições ou estimulando a produção científica, essas organizações, ainda que específicas à área do design, resultam de uma ampla mobilização feminina contemporânea que, como observa Moghadam (2005), têm sido de grande interesse para as pesquisas em sociologia e ciência política e refletem a desilusão das mulheres com as existentes.

Entre as mais importantes organizações podem ser citadas a *International Gender Design Network* - iGDN⁴ (nascida na Alemanha); *Scandinavian Network*

4 <<http://www.igdn.blogspot.com>> Acesso: 14 de out. de 2013.

*for Women on Design Research – WONDER*⁵ (originada na Noruega); *Association of Women Industrial Designers - AWID*⁶ e *Damsels in Design*⁷ (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 eles, as sociedades pós-industriais mais ricas e desenvolvidas são mais receptivas às ideias de igualdade de gênero. Os três casos apresentados a seguir ilustram o processo de resgate histórico em andamento. Trata-se de protagonismos femininos importantes ocorridos em diferentes épocas e cuja inserção na história do design se deu somente em período recente, evidenciando o caráter refratário do registro histórico em considerar pertinentes as ações femininas - por mais inovadoras que pudessem ter sido.

Século XIX - Clara Driscoll e as Garotas Tiffany

A história de Clara Driscoll e sua relação com a *Tiffany and Co.* ilustra o cenário social da mulher no final do século XIX. Nascida nos Estados Unidos, em 1861, numa cidade pequena no interior de Ohio, Clara era ainda muito jovem quando perdeu o pai. Seu desenvolvimento ocorreu no seio de uma família composta por mulheres fortes (mãe, tia e três irmãs) que valorizavam a educação de qualidade. Após se graduar no ensino médio, Clara estudou Artes Visuais em Cleveland (*Western Reserve School of Design for Women*) e mais tarde em Nova Iorque (*Metropolitan Museum Art School*), onde começou a trabalhar em 1888 na *Tiffany Glass Company*. Ao longo de seu trabalho nos estúdios Tiffany, foi responsável pela supervisão dos mais importantes mosaicos e vitrais realizados pela empresa, bem como pelo projeto da maior parte de suas luminárias e objetos decorativos. O nome de Clara Driscoll, como de qualquer outro membro da equipe, não aparecia nos créditos comerciais, porque a política da empresa era a concentração na figura do proprietário Louis Comfort Tiffany (1848-1933). Ele mesmo um nome de grande destaque no design

5 <<http://www.ntnu.edu/womenindesignresearch>> Acesso: 14 de out. de 2013.

6 <<http://www.awidweb.com>> Acesso: 14 de out. de 2013.

7 <<http://www.damselsindesign.com>> Acesso: 14 de out. de 2013.

dos mais variados objetos de luxo, incluindo joias para a empresa da família *Tiffany and Co.* A história de Clara se tornou conhecida a partir da descoberta das centenas de cartas trocadas com sua família, cujo conteúdo gerou uma exposição⁸ e um livro⁹.

Além de sua trajetória profissional, a descoberta da correspondência de Clara Driscoll trouxe à luz toda uma equipe de mulheres que atuavam na empresa, já àquela época, chamada de *Tiffany girls*. Clara teve uma carreira bem sucedida na Tiffany. Tendo iniciado em atividades simples, gradativamente assumiu tarefas mais complexas e, em 1892, quando a empresa criou o *Women's Glass Cutting Department*, ela era a responsável pelo setor que contava com seis funcionárias; dois anos depois eram trinta e cinco mulheres. Como observam Eidelberg, Gray e Hofer (2007) "Numa época em que a carreira da mulher no mundo comercial era cercada por tantos obstáculos, o sucesso de Clara Driscoll foi verdadeiramente significativo"¹⁰ (p. 129, tradução nossa)



FIGURA 1 – Clara Driscoll com o colega Joseph Briggs, 1901.

Fonte: EIDELBERG; GRAY; HOFER, 2007, p. 110-111

8 A New Light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls. Exposição: New-York Historical Society (New York, NY), 2007; Singer Laren Museum (Holanda), 2008–2009, Museum Villa Stuck (Munique, Alemanha), 2009–2010; The Albuquerque Museum of Art and History (Albuquerque, NM), 2011; Henry Morrison Flagler Museum (Palm Beach, FL), 2012.

9 EIDELBERG, M.; GRAY, N.; HOFER, M. K. *A New Light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls*. New York: New York Historical Society, 2007.

10 At a time when woman's career in the commercial world was beset by so many obstacles, Clara Driscoll's success was truly significant

A leitura das cartas esclarece a forma como ela via seu trabalho e as relações profissionais. Teve uma carreira bem sucedida, apreciava seu trabalho, se sentia reconhecida, era apoiada pelos colegas e, ainda que seu salário não fosse alto, era igual aos dos melhores funcionários homens da Tiffany. Nutria pelo padrão completa admiração e o reconhecimento dele pelo seu trabalho era o que ela mais valorizava. Além disso, aceitava sem conflitos as condições impostas pela empresa principalmente aquelas que implicaram em sua saída por três vezes. A Tiffany não aceitava mulheres casadas, apenas solteiras e viúvas e Clara saiu todas as vezes em função dessa situação da mesma forma que retornou quando o casamento terminava (1889-1892, 1896-1897, 1909).

O caso de Clara Driscoll é bastante esclarecedor sobre a situação social no final do século XIX e início do XX. A sociedade americana, orgulhosa de suas raízes protestantes, considerava o trabalho dignificador do indivíduo e, portanto, embora não fosse comum, a trajetória desta profissional não foi obstaculizada. Uma explicação possível residiria no fato de que sua área de atuação - as artes decorativas - era socialmente aceita para as mulheres. Lembrando Carvalho:

A construção social do gênero, ou seja, como os homens aprendem o que devem ser na sociedade e como as mulheres, da mesma forma, aprendem os padrões femininos, ocorreu na sociedade ocidental de uma maneira binária e dicotômica. Se formos analisar as características associadas ao feminino, por exemplo, a delicadeza, a afetividade, a paciência, a submissão, a fraqueza física, o conhecimento tácito-intuitivo, são características que não podem estar presentes na construção científico-tecnológica. Elas atendem as necessidades da esfera privada, destinada às mulheres. Estas são características opostas e contraditórias às masculinas como a agressividade, competitividade, a força física, o agir racional e objetivo que estão presentes no mundo científico-tecnológico, e se realizam na esfera pública, tradicionalmente destinada aos homens. Não se pode negar que há uma hierarquização social destas características historicamente consideradas femininas e masculinas assim como das mulheres e dos homens que as reproduzem (as femininas possuem menor valor econômico) (CARVALHO, 2012, p. 2).

Por outro lado, e à parte todo seu envolvimento com o trabalho, nem Clara, nem seus familiares e os colegas questionaram sua saída a cada matrimônio. Clara não revela indignação com essa norma da empresa e, ainda que tenha recebido reconhecimento dos colegas e usufruído de uma série de vantagens como solteira - vida social intensa, amplo círculo de amigos, viagens ao exterior - foi capaz de abrir mão de seu trabalho pelo casamento todas as vezes que a situação exigiu.

As mulheres da Bauhaus

A Escola Bauhaus constitui um dos marcos históricos mais importantes do design. Foi uma escola de design e arquitetura que, embora de vida breve (1919-1933), exerceu enorme influência nas décadas seguintes não apenas em virtude de seus alunos, alguns estrangeiros, que foram capazes de disseminar suas ideias, mas também pela diáspora de seus professores, arquitetos e artistas plásticos de vanguarda, que, em virtude do clima político da época, se dirigiram a outros países, principalmente os Estados Unidos, onde seus pensamentos e práticas foram potencializados e disseminados pela influência norte-americana no Pós-Guerra.

A trajetória da instituição foi tumultuada, marcada por rupturas e contradições, problemas de ordem financeira e política, mas do ponto de vista do ensino, trouxe inovações quanto a currículo, conteúdos, forma de ensinar, relação entre professores e alunos e relação entre escola e setor produtivo que se tornaram conceitos permanentes nos cursos de design e arquitetura que vieram a ser criados depois.

Apesar de algumas poucas exceções, as mulheres alemãs não tinham acesso a estudos de arte em universidade, durante o século XIX, ficando restritas a aulas particulares, geralmente de custo mais elevado. O interesse despertado pela Bauhaus junto ao público feminino logo em sua primeira chamada resultou de um conjunto de mudanças pelas quais a Alemanha do início do século XX passava entre as quais estava a facilitação do acesso das mulheres à educação.

Quando a Escola Bauhaus abriu suas portas para os candidatos do sexo masculino e feminino, em 1919, havia mais mulheres do que homens entre os candidatos para o primeiro semestre. As coisas nem sempre foram fáceis para essas mulheres, e em retrospecto, pode-se atribuir

a elas a maior parte do potencial inovador da Bauhaus¹¹ (MÜLLER, 2009, p. 9).

No entanto, como complementa Müller (2009), apesar das inúmeras inovações no ensino, as ideias sobre gênero presentes entre os professores da Bauhaus eram aquelas segundo as quais o homem era o portador da inteligência e da cultura, e a mulher, uma criatura da natureza definida pelos sentimentos.

Estudiosos como Anscombe (1985), Droste (1992, 2006) e Müller (2009) não são unânimes quanto à intensidade do preconceito com as mulheres, mas concordam que ele existiu. Não só Walter Gropius, o fundador da Bauhaus e principal idealizador de seus avanços, mas também professores de porte que já representavam a vanguarda em suas áreas de atuação mostravam-se resistentes à presença de mulheres na escola principalmente na segunda fase da instituição, durante a qual procurou se afastar do experimentalismo inicial e se aproximar da indústria. Na impossibilidade de serem impedidas de acesso, as mulheres eram direcionadas para oficinas como tecelagem e cerâmica, na convicção de que tratavam-se de territórios mais “femininos”.

No seu primeiro discurso aos estudantes da Bauhaus, Gropius fez referências expressas às mulheres presentes: “nenhum tratamento especial para as mulheres, no trabalho todos são artesãos”, “absoluta igualdade de direitos, mas também igualdade absoluta de obrigações”, assim constava nas suas notas. Mas em setembro de 1920 Gropius sugeria ao Conselho de Mestres que “a seleção devia ser mais rigorosa desde o princípio, particularmente no caso do sexo feminino, que contava já com um número excessivo”. Aconselhou ainda que não se devia fazer qualquer “experiência desnecessária” e enviar as mulheres para o atelier de tecelagem logo após o Vorkurs¹² (DROSTE, 2006, p. 40).

A maior parte das mulheres não questionava essa imagem tradicional; outras, no entanto, dedicaram-se a romper as barreiras levantadas e acabaram por tornando-se símbolos de uma resistência positiva à perpetuação de estereótipos profissionais

11 When the State Bauhaus opened its doors to both male and female applicants in 1919, there were more female than male applicants for the first semester. Things were not always made easy for these women, and in retrospect, one can attribute much of the innovative potential of the Bauhaus to them.

12 Curso preliminar da Bauhaus que qualificava o aluno para o acesso às oficinas

numa instituição que para muitos simbolizava, e ainda simboliza, a modernidade. Entre elas, e a título de exemplo, pode-se destacar Marianne Brandt (1893-1983), que abriu seu caminho no atelier mais masculino da escola, a oficina de metal.



FIGURA 2 – Marianne Brandt, autorretrato com lírios, 1923.

Fonte: MÜLLER, 2009, p. 118



FIGURA 3 – Vista do atelier de metal e as mesas de trabalho com Marianne Brandt e Hin Bredendieck, 1930

Fonte: DROSTE, 2006, p. 172

A própria Marianne avaliou sua condição, afirmando que sua aceitação na oficina de metal não foi fácil, um universo masculino que expressava o descontentamento, delegando-lhe tarefas sem graça e monótonas, e somente a longa e persistente convivência contribuiu para acalmar os ânimos e ajustar sua presença ao ambiente (MÜLLER, 2009).

As donzelas do design da General Motors

A General Motors, uma das maiores indústrias automobilísticas do mundo, começou a incluir mulheres em sua equipe de trabalho por volta de 1943, pela iniciativa pioneira e inovadora do então vice-presidente de Estilo, Harley Earl (1893-1969).

De certa forma, não é inesperado encontrar mulheres trabalhando na indústria durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). No entanto, ao final do conflito,

enquanto elas retornavam aos seus papéis domésticos anteriores, a General Motors continuou investindo na equipe feminina. Em meados dos anos 1950 eram nove mulheres¹³, todas com graduação superior e extenso treinamento em industrial design¹⁴.

A equipe atuou no projeto de interiores dos automóveis (cores, tecidos e acessórios) e no desenvolvimento de sistemas para cozinha, lavanderia e conservação de alimentos (a *Frigidaire Appliance Company* era uma divisão de eletrodomésticos da GM). A constituição da equipe de designers pode ser atribuída, em parte, a uma estratégia publicitária da empresa, uma vez que as então chamadas “donzelas do design” receberam muita atenção da mídia impressa. No entanto, parte se deveu também ao reconhecimento, por parte de Harley Earl, da valiosa contribuição que as mulheres poderiam trazer para a indústria automobilística, pois, na época, sete em cada dez carros eram vendidos com base na opinião do público feminino.



FIGURA 4 – Da esquerda para a direita: Suzanne Vanderbilt, Ruth Glennie, Marjorie Ford Polhman, Harley Earl, Jeanette Linder, Sandra Longyear & Peggy Sauer.

Fonte: Site da General Motors¹⁵

13 Dagmar Arnold, Ruth Glennie, Gere Kavanaugh, Jan Hrebs, Sandra Longyear, Helene Pollins, Peggy Sauer, Jane Van Alstyne e Suzanne Vanderbilt

14 Sete eram formadas pelo Pratt Institute e duas tinham mestrado em Belas Artes

15 Disponível em <<http://www.gmphotostore.com/1954-Damsels-of-Design-and-Harley-Earl/productinfo/53217284/#.UpudPMRDuSo>>. Acesso em: 14 de out. de 2013

Nenhuma mulher vai estar ao lado de qualquer designer sênior da mina

Esse ponto de vista, ainda que compartilhado por outros dirigentes da empresa, não era unanimidade de tal forma que, Bill Mitchell (1912-1988), sucessor de Harley Earl quando este se aposentou afirmou em 1959: “Nenhuma mulher vai ficar ao lado de um designer sênior meu¹⁶”.

Naquela época, as mulheres que participaram da equipe reconheciam a necessidade de quebrar preconceitos estabelecidos e demarcar o espaço feminino, não somente com o frívolo e fútil, mas com ações referentes aos problemas concretos que estivessem relacionados aos dois sexos e de modo equilibrado.

O patriarcado e sua influência sobre a história do design

O patriarcado é um tema amplamente abordado pela teoria feminista e de significado bem mais complexo do que a simples dominação masculina. Diferentes relações entre os gêneros se estabelecem conforme variam os contextos geográficos, de época, classe e etnia, por exemplo, mas o denominador comum é a existência de uma hierarquia de valores, na qual a posição superior fica com os homens e a inferior (menos força, menos poder, menos visibilidade, menos liberdade, menos valia, dentre outros), com a mulher.

De importância direta para a discussão aqui realizada é o entendimento que, num cenário de relações patriarcais tão fortes, todas as áreas acabam por ser envolvidas e a história em geral e, particularmente, a história do design, não ficou imune a essa influência. Como observa Buckley: “historiadores que examinam o papel das mulheres no design devem reconhecer que as mulheres no passado e as mulheres de hoje estão inseridas no contexto do patriarcado, e que as idéias existentes sobre suas habilidades e necessidades são originárias deste mesmo patriarcado.¹⁷” (BUCKLEY, 1989, p. 4).

No patriarcado ocorre a divisão sexual do trabalho que, por sua vez, é a forma de divisão do trabalho decorrente das relações sociais estabelecidas entre os sexos.

16 No women are going to stand next to any senior designer of mine.

17 Design historians who examine women's role in design must acknowledge that women in the past and women today are placed within the context of patriarchy, and that ideas about women's design abilities and design needs originate in patriarchy.

Como lembra Hirata:

Essa forma particular da divisão social do trabalho tem dois princípios organizadores: o princípio de separação (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o princípio hierárquico (um trabalho de homem “vale” mais que um trabalho de mulher). Esses princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço. Podem ser aplicados mediante um processo específico de legitimação, a ideologia naturalista. Esta rebaixa o gênero ao sexo biológico reduz as práticas sociais a “papéis sociais” sexuais que remetem ao destino natural da espécie (HIRATA, 2007, p. 599).

Considerando-se que o design foi, em termos históricos, fortemente associado à Revolução Industrial e ao mundo capitalista, e que, pela concepção “naturalista”, as mulheres seriam destinadas à criação de objetos a serem usados por elas mesmas ou que atendessem às demandas domésticas (portanto, sem valor econômico), é compreensível que não tenha sido dada importância às ações criativas dessas mulheres.

Apontamentos finais

Resta destacar de que forma os três casos apresentados revelam a influência do sistema patriarcal. Clara Driscoll foi atuante no trabalho, assumiu posição de chefia de uma equipe, foi bem remunerada e não encontrou grandes obstáculos a sua atividade como designer, porque se inseria adequadamente no papel que lhe era permitido: trabalhava, criava, mas aceitava o anonimato, privilegiou a vida como esposa todas as vezes que teve a oportunidade e, principalmente, atuou numa área - as artes decorativas, considerada apropriadamente feminina. Marianne Brandt esperou pacientemente pela aceitação de seus colegas e foi uma das poucas a encarar o desafio de entrar em território masculino - a oficina de metal, enquanto a maioria das mulheres estudantes da Bauhaus permaneceu em territórios femininos como tecelagem, cerâmica, brinquedos de madeira, mobiliário infantil e fotografia artística. As “donzelas do design” entraram no universo masculino pela porta lateral do design de interiores dos automóveis e somente sobreviveram nesse campo

enquanto a figura masculina que lhes permitiu o acesso existiu.

No entanto, o mais significativo em todas as três situações é que as histórias aconteceram e têm um valor para a compreensão da dinâmica do design, mas não foram consideradas relevantes pelos historiadores. O fato que persiste como reflexo da sociedade patriarcal é que a ação dessas mulheres não foi vista como parte do desenvolvimento do design. Uma vez que a sociedade patriarcal estabelece distintas funções, posições, espaços e expectativas para os sexos, a atuação dessas mulheres possivelmente foi vista como de exceção, fora da regra e, por isso, não registradas a não ser sob essa condição de excepcionalidade e quando isso aconteceu, foi por meio de resgates conscientes realizados por outras mulheres muitas décadas depois.

A ausência das mulheres designers das publicações especializadas é uma omissão histórica que deve ser mais bem estudada, refletida e compreendida a partir de um sistema patriarcal prevalente, e os pesquisadores devem estar conscientes para o fato de que pouco se avançou nesse campo desde que a pós-modernidade e a nova história¹⁸ abriu espaço para o discurso dos excluídos.

18 O termo nova história vem do francês *nouvelle histoire* e se refere à corrente historiográfica surgida a partir de 1970 com a terceira geração da Escola dos Annales. Está associada à história cultural, história das representações e à história das mentalidades.

Referências

- ANSCOMBE, Isabelle. *A woman's touch: women in design from 1860 to the present day*. New York: Penguin Books, 1985. 216 p.
- 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. pp. 251-262.
- BUCKLEY, Cheryl. Made in patriarchy: theories of women and design - a reworking. In: ROTHCHILD, Joan (ed). *Design and feminism: re-visioning spaces, places, and everyday things*. New Jersey: Rutgers University Press, 1999. pp. 109-118.
- CAMPI, Isabel. El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto: um estado de la cuestión. In: CAMPI, Isabel (coord.). *Diseño y historia - tempo, lugar e discurso*. México: Designio, 2010. pp. 87-114.
- CARVALHO, Marília Gomes de. Ciência, tecnologia e gênero e os paradigmas científicos. Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero, 9, 2012, Universidade de Sevilla. *Memórias do IX Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero*. Sevilla: OEI, 2012. Disponível em: < www.oei.es/congresoactg/memoria/pdf/Gomes.pdf > Acesso em: 01 de out. de 2013.
- DENIS, R. C. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2000. 240 p.
- DROSTE, Magdalena. *Bauhaus: 1919-1933*. 2. ed. Köln: Taschen, 2006. 256 p.
- EIDELBERG, M.; GRAY, N.; HOFER, M. K. *A new light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls*. New York: New York Historical Society, 2007. 200 p.
- ESCLAPÉS, Rosalia Torrent. Sobre diseño y género - mujeres pioneras. *Millars: espai i història*, Castelo de La Plana, n. 31, p. 221-231, 2008. Disponível em <<http://>

www.raco.cat/index.php/Millars/article/view/169300> Acesso em : 8 mar. 2013

FLORES, O. S. La construcción de La historia em El diseño. In: CAMPI, Isabel (coord.). *Diseño y historia - tempo, lugar e discurso*. México: Designio, 2010. pp. 23-38.

GRAVIER, Marina Garone. Los designios de Eva: el gênero em La identidad Del diseño latinoamericano. *Revista 180*, Santiago, v.13, n.24, p.32-35, dez.2009.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, v. 37, n. 132, p.595-609, set./dez., 2007.

INGLEHART, R. & NORRIS, P. From traditional roles to gender equality. In _____. *Rising tide- gender equality and cultural change around the world*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. pp. 29-48.

MCQUISTON, Liz. *Women in design: a contemporary view*. New York: Rizzoli, 1988. 144 p.

MOGHADAM, V. M. The women's movement and its organization: discourses, structures, resources. In: _____. *Globalizing women: transnational feminist networks*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2005. cap. 4. pp.78-104.

MÜLLER, Ulrike. *Bauhaus women*. Paris: Flammarion, 2009. 152 p.

SCOTT, Joan W. Gender: a useful category of historical analyses. In: _____. *Gender and the politics of history*. 2.ed.rev. New York: Columbia University Press. 1999. pp. 28-52.

SORJ, Bila. Pesquisas comparativas: uma análise crítica dos indicadores de gênero. *Revista Z Cultural*, Rio de Janeiro, v.3, n.3, 2008. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/pesquisas-comparativas-uma-analise-critica-dos-indicadores-de-genero-de-bila-sorj/>> Acesso em: 01 de out. de 2012.

SUMMARY

Presentation

Dijon De Moraes

Regina Álvares Dias

Rosemary Bom Conselho 17

History of finnish design: an extremely compressed version

Pekka Korvenmaa 99

Design: an italian focus from history to nowadays

Alessandro Biamonti 109

Design utopia. Design in Cuba

History and reality

Sergio Luis Peña Martínez, Milvia Pérez Pérez 123

Research on history of design in Brazil: an experiment in Post-graduate courses at FAU-USP

Marcos da Costa Braga 139

Female leadership in design – a historical rescue in progress

Giselle Hissa Safar, Marcelina das Graças de Almeida 155

History of finnish design: an extremely compressed version

Pekka Korvenmaa

PhD in History of Art, University of Helsinki. Is currently vice dean at the Aalto University School of Arts, Design and Architecture and professor of Design and Culture, Department of Design at the same university. In this field he has led several research projects and teams and supervised doctoral studies in Finland and abroad. Korvenmaa has published extensively on Finnish architectural and design history both in Finland and internationally. His most recent book is "Finnish design - a concise history".

pekka.korvenmaa@aalto.fi

Prologue

In 2009 I published a book on the overall development of design in Finland. The book which came out both in Finnish and English was named "Finnish design - a concise history" (University of Art and Design Publications, Helsinki 2009). The original manuscript was about 150 typed pages, comprising a time-span from about 1870 to 2010. So, a bit more than one page per year discussed. The question of course arises: what did one choose to include and what to exclude? Being a single narrative by one author the reader may question the relevance of topics, the selection of cases and the whole storyline.

The book was, to my great joy, received with enthusiasm. In 2012 it came out in Chinese in Beijing. Right now a new edition is under preparation with Victoria&Albert Museum Publishing (London).

The following text is an updated version of the summary in the original book.

There I compress the complex, manifold and illustrious history of Finnish design into eight typed pages. Can this really be done, without violating the subject matter and the macro-level parameters of design where it operates? – I invite you to read and decide and to give me feedback to the e.mail address.

Finnish design from early 1870s to present day

The conscious efforts of developing applied art that began Finland in the 1870s coincided with the marked industrialization of the country, at the time an autonomous Grand Duchy of the Russian Empire. Carl-Gustaf Estlander, Professor of Aesthetics at the Imperial Alexander University of Helsinki, was an influential figure in this respect, who also laid down ideological guidelines. Training in the field began at the Craft School in 1871, and the Museum of Applied Art was founded in 1873, followed by the Finnish Society of Crafts and Design in 1875. These main actors still carry on their work in various forms. The Friends of Finnish Handicraft which developed the content in the field for a long while began its work in 1879, while the Arabia porcelain factory, a cornerstone of design in Finland, was launched in 1874. Fanned by economic liberalism and facilitated by legislated freedom of occupations, industrialization also drew attention to the quality of products, which was to be improved through skills in the applied arts. For many years, Finnish industry was mainly based on paper and timber. This situation gave an important role to handcrafting and workshop production, the main sources of applied art products until the 1920s. Finland's significant cotton, ceramics and glass industries applied foreign examples in design.

Where the applied arts originally underscored their benefits for industry, arts and crafts were emphasized as an area of art-related activity, especially in relation to architecture. This raised their status, and promoted their inclusion among the arts, while the Finnish Pavilion at the Paris World's Fair of 1900 marked an international breakthrough. Contemporary arts and crafts combined applications of domestic folk heritage with the latest international trends such as art nouveau and Jugendstil. Maintained by a long economic boom that promoted construction and urbanization, arts and crafts developed strongly until the end of the First World War. Training in

the field also diversified, although it emphasized applied art as specifically arts and crafts instead of serving industry. In 1911 professionals in applied art established the Ornamo Association of Ornamental Artists (present-day Finnish Association of Designers Ornamo). It was one of the first professional organizations of its kind in the world.

National independence in 1917 and the closing of the border with Soviet Russia that soon followed led to stylistic and commercial changes in applied art and design. The classicism that became the predominant style of the period was well suited to the new democracy. The neoclassical Parliament House in Helsinki, which was inaugurated in 1930, was a showcase of the best achievements of Finnish applied art and design, and a demanding project that promoted this field as a whole.

Of the various sectors of applied art, furniture was among the first to use the services of designers trained in Finland. After suffering first from the ending of trade with Russia, this sector rapidly evolved in the 1920s towards mass production, with the city of Lahti in South Finland as its centre. In arts and crafts textiles, in particular, flourished and several weaving studios in this sector were headed by the designers themselves. Works of applied art designed in Finland still consisted mostly of handcrafted small editions and interior design and decoration bound to architectural design. Finland's large textile and ceramics industries had not yet employed designers in larger number, and the pulp and paper industry had no need for design skills. The basis for the international acclaim that was to be important after the Second World War was already laid at the Milan Triennial of 1933, where prizes were awarded to Finnish works of arts and crafts.

The international modernism that came to be known as functionalism gained ground in the early 1930s in both architecture and design. In furniture, the curved and chrome-plated steel tubing that was characteristic of this style was soon replaced by the ingenious use of solid birch and birch plywood. These were the means with which functionalism was domesticated to suit Finnish materials, manufacturing and tastes, which facilitated its broad acceptance in homes. Modernism, however, was mainly a middle-class and urban phenomenon. In the 1930s Finland was still a predominantly rural country, where the peasant and farmer heritage was still strong. Nonetheless, modernism soon became a dominant mode of design serving

the modernization of society as a whole, especially after the Second World War. It was thus committed to improving the quality and functionality of everyday life. The home, its furnishings, appliances and practical aspects were to be the main focus of design for many years to come.

In the 1930s Finnish industries began to rely increasingly on designers to renew their product lines. The glass industry sought new talent through competitions, the textile industry finally began to consult Finnish designers, and Arabia, the country's leading manufacturer of ceramics, introduced tableware designed in the spirit of functionalism. The furniture industry adopted the means of modernism over a broad front. Background factors were strong economic growth towards the end of the decade, the growing pace of urbanization and the new requirements of consumption of the young middle class. Training and education in applied art, however, mainly rejected modernism, which was regarded as being allied too closely with technological progress and the industries fuelled by it. Nonetheless, it became obvious that industries evolving increasingly towards mass production would employ growing numbers of professional designers.

In Finland, the war years from the autumn of 1939 to 1945, almost completely ended work in design-oriented sectors along with halting development in other areas of manufacturing. Where possible, there was a focus on arts and crafts during this period, when mostly substitute materials and wood were available. On the other hand the post-war years of shortages until the early 1950s were, despite austerity, a period that saw the great rise of applied art and design. Works of arts and crafts employing ceramics and glass introduced elements of fantasy and beauty into harsh everyday life. The process of reconstruction that had come under way led to the rise of the furniture industry, with a young emerging generation of designers who had completely adopted modernism and also understood the parameters and opportunities of industrial mass production. Design education also approached the requirements of industry. New Finnish applied art was highly acclaimed at the Milan Triennial of 1951. The triennials were to be showcases of successful Finnish applied art and design until the middle of the 1960s. Over the years the original arts and crafts emphasis of the exhibits changed along with the development of the field to focus more and more on industrial products.

From the beginning of the 1950s the growth of the national product and consumer demand along with the improving cooperation of industry and design led to rapid progress in design and the expansion of its applications. The international success of designers and their works provided visibility for the field and cash flow for the companies involved in it. These developments attracted a wider range of industries to apply design skills. Towards the end of the 1950s the traditional sectors came to be matched by motor vehicles, home appliances and before long by home electronics. Also these industries used designers to ensure the quality and sales of their products. The training of industrial designers was begun in 1961 to meet the diversifying design requirements of industry. Alongside industrial design arts and crafts flourished. Particular prominence was given to woven *ryijy* textiles of age-old technique that employed avant-garde forms and colour.

Finnish design, its provision and consumption can be said to have achieved modernist maturity and an extent that was also internationally significant in the 1960s. As in architecture, here, too, modernism had become the predominant idiom of design and form. The traditional sectors of design enjoyed success, and the cooperation of designers with industry proceeded well. Investment in design also affected exports and, for example, the market for Finnish-made furniture in Central Europe developed in a positive direction. Designers were also able to take the new predominant material, plastics, into use, applying it to a wide range of uses, such as furniture and kitchen appliances. Design and its professional practitioners were finally in the situation that had already been set as a goal in the late 19th century. They were drawn to industry while being able to demonstrate the benefits of their skills.

In this situation and especially as industrial design proved its merits in heavy industry and machinery production plans emerged for closer cooperation between design, education for the field, industry and supporting organizations such as the Finnish Society of Crafts and Design. The goal, of course, was to increase exports, and the opportunities of emerging industrial design were underlined. This, in turn, led to lesser regard for the more traditional sectors of design and their artistic nature. Criticism of the design discourse arose, focusing on technocratic-commercial utility thinking which was felt to have dominated discussion around the turn of the 1970s. A young and radicalized generation emphasized social equality and

ecological values as they engaged in world-wide cultural and political protest. In the small designer circles of our small country this led to ideological and generational opposition that undermined the dialogue of the design sectors with other partners.

Improvements to the quality and status of design education were desired as part of the policies of developing design. The Institute of Industrial Art, a successor of the original Craft School, became in 1973 the University of Industrial Arts Helsinki (later University of Art and Design Helsinki). It was, and still remains at the time of writing, the only independent university-level institute of design education in the Nordic countries.

A positive period for design continued until the mid-1970s, when the economic recession that followed in the wake of the international oil crisis adversely affected manufacturing, exports and profitability in industries relying on design. The rising price of oil ended, among other things, the production of plastic furniture, which had been extremely successful. At the same time, however, arts and crafts made a comeback, now through small studios often working in textiles or ceramics on a crafts basis. They were part of a search for alternatives to the product lines of the corporations that dominated the field, while also a response to poor employment opportunities for young professionals in these sectors. Arts and crafts continued their emergence in the following decade, when they became gallery art and the impressive textile artworks made for public spaces.

The field of design continued to expand. It now came to include devices and equipment commissioned by the public sector in which both design and use differed from those of consumer goods. The continuous growth of the welfare society increased the need for health-care equipment, among other items. In the 1970s hospital technology became one of the new design-intensive areas of work. The role of the designer – and now specifically an industrial designer – was reflected in usability and safety achieved with the means of ergonomic thinking. Designers also learned to serve as experts in large, multidisciplinary public projects, such as the planning of the Helsinki Metro. The work of the designer became anonymous, blending into a larger whole. This differed from the individual presence that had marked the post-war decades. In this sense industrial design and its professionals had different aims. This work involved collaboration with industry carried out via

offices and agencies, the results of which, such as tractors or safety helmets, were rarely regarded as designer products.

Since the 1970s, design work had been strongly influenced by the emergence of the electronics industry, data communications systems and finally by digitization. The last-mentioned would ultimately revolutionize both the methods and objects of design. The Finnish television industry expanded during the economic boom of the 1980s and in-house designers were employed. Many of this generation of designers went on to establish their own offices that continued to serve the same companies, though now on a commissioned basis. Around the same time, the need emerged for various electronic surveillance, control and data communications systems. Design was needed to provide a command of their use properties. When wireless data communications technology was adopted in the mid-1980s the path lay open for making mobile phones. Designers were involved with mobile phones from the very beginning, and this sector, which became a flagship of Finnish industry, also grew to become one of the main new areas of design.

In the late 1980s, digitization offered design a new toolkit of computer-based simulation. This spelt comprehensive changes in the nature of design work, making it more efficient and providing easier communication with manufacturers. When these developments were led further in the 1990s by information networks and the Internet, work in design was no longer bound to any specific place or time.

The traditional sectors of design, art and crafts and the above-described rapidly digitized reality of industrial design functioned alongside each other during the economic boom of the 1980s until its last overheated years. As the severe economic recession of the early 1990s abated around the middle of the decade, the structures that had supported the various areas of design had changed. Imports of consumer goods for the home, such as glassware, ceramics, textiles and furniture grew in the liberalized global economy and through Finland's membership in the European Union. Around the same time, the production of mobile data communications devices and software, which greatly benefited industrial designers also emerged and developed. A completely new sector was media design, which combined several areas, such as industrial and graphic design.

In a new international competitive situation that was more demanding than

ever before – a parallel to the founding stages of the 1870s – the field of design came to be considered as part of a post-recession national reconstruction project. Decision-makers in design education, research, industry and politics prepared a five-year national design policy programme that was officially approved in 2000 by Finland's Council of State. The important aspect of this programme was that it made design part of the so-called national innovation system, marking a significant step forward for the status, visibility and operating conditions of design.

Finnish design in the first decade of the 21st century still encompasses the field described above, ranging from arts and crafts to furniture, wrist-top computers and papermaking machinery. A long period of economic growth spurred purchases of designed consumer commodities. Most of them, however, such as mobile media devices, are neither designed nor made in Finland. The same is true of ready-to-wear fashions with their extremely quick cycles. The rise of the Far East to become the workshop of the world spells new requirements. Internationalization has been a challenge for young designers and design-oriented companies. Owing to the ever-faster pace of media publicity, visibility and distinction in a saturated world market are technically easier to achieve than before. At the same time, the sheer numbers of designer products and their designers call for a strong degree of distinction.

In recent years, the less visible but functionally and economically significant contribution of industrial design has been understood more broadly than before by leading industrial corporations such as lift manufacturers. Design has become, at least partly, an important aspect of corporate decision-making. In broader perspective, design is regarded as belonging to the so-called creative industries. To promote design, manufacturing and commercialization in these industries, among other goals, it was decided to merge the University of Art and Design Helsinki, the Helsinki University of Technology and the Helsinki School of Economics to create the new Aalto University, which began its work in 2010. In Aalto University the School of Arts, Design and Architecture can benefit of the presence of education and research in technology and economics, hence opening innumerable combinations for the benefit of the students. – Year 2012 Helsinki was the World Design Capital. That year design was more visible than ever before, with numerous projects both private and public that also have an afterlife far beyond the event year.

References

Korvenmaa, Pekka. *Finnish design: a concise history*. Helsinki: University of Art and Design Publications, 2009.

Design: an italian focus from history to nowadays

Alessandro Biamonti

PhD in Industrial Design and Multimedia Communication. He carries out activities of teaching and research at the Design Faculty of the Polytechnic of Milan, where he coordinates the activities of the Lab.I.R.Int (Laboratory for Research and Innovation of Interior) research team, with a specific focus on the anthropological questions related to environments. As a member of the Design PhD Coordination Board (Polytechnic of Milan), he has organized a series of open lectures and international activities. Visiting professor in Siena (Communication Environment Design Degree). Author of essays and articles, he presents his approaches and studies in international conferences.

alessandro@biamonti.net

Contemporary premise

Is the current economical crisis a human crisis?

I start with this reflection about the hard period we are living in, because I am afraid we are all facing the risk of a big misunderstanding. A misunderstanding related to a figure of speech, the synecdoche, which moves the sense, using "the part" instead of "the whole".

So: the current worldwide crisis is a human crisis? NO! At least from my point of view.

Nowadays we are facing a violent, hard, even cruel economical crisis. A crisis that could affect humans (and in fact it does) as a consequence, but humans are not their economy (from that comes the sense of the synecdoche).

So it is "just" an economical crisis.

Design

Design is an activity strongly related with gestures, objects, environments that have to do with our everyday life. But how is design perceived by people?

I ask you to make a simple test: please, think about the first image that comes to your mind with the word "design". Usually, it is an image that has to do with a magazine, or some high-tech device, or something connected with fashion... anyway, something very contemporary and, in general, generated by industrial production. We could say that the general perception, concerning design, is related to something contemporary connected to one of these areas: Communication, Product, Interiors.

Even the areas' names sound very contemporary, maybe because they remind us of a list of the most attractive professional skills of the late years...

But let's try to see Design from a different point of view... maybe starting with communication. Communication seems to be the latest professional trend, even because it represents the fulcrum, the point of convergence of the last evolution for new technologies. However, communication has always existed. Approximately 28000 years ago, in Lascaux (France), some of our old ancestors felt the need to communicate between themselves. They did not have an alphabet, but they had the necessity of communicating, exchanging information about animals, hunting, weapons; in other words, something so basic and important for life in those days.

So basic, so important like the human instinct of communication.

What if we touched the realm of objects, which, with the term of Product Design, reminds us immediately of the idea of an industrial production, addressed to an enormous mass of people. A production that could not prescind from a very developed technology...

Well, 2500 years ago there was a random man in Greece who made a vase in his atelier.

Because that is what it is about: a recipient. Something that should contain wine, oil, maybe water, but we, nowadays, before an object like this, obviously go beyond the function and, from the object, we capture an almost magical, mythological aura. The product has become the support for a communication that has crossed

centuries, far beyond its function. Such result is only possible when there is, in the origin, a society that has a great consideration with the human beings to which the products are directed.

There are also the magic products, such as the fashion accessories. Since always man has cultivated a great attention towards all those things that serve to decorate the body. Real things and even the esthetic prosthesis. We may notice the presence of accessories in any culture, at any epoch of man's history. Such presence demonstrates how, actually, the accessory is not only an "accessory", but something essential, structural, necessary inside of a deep relation that the human being has with time, history and context.

One of the most interesting examples is represented by the Japanese *netsukes*. Some of these objects have crossed centuries and nowadays collectors from all over the world get crazy with them. The objects can reach extremely high prices, specially the oldest *netsukes* and the ones with more precious manufacture.

However, it seems that the *netsukes* were born due to a very precise reason: the traditional Japanese clothing do not have pockets and to be closed needs a rope, with an external pocket hanging (to keep small things), bound by a kind of button called '*netsuke*'. This, therefore, is its basic function: a button. It could have been simple, but human beings are not simple, especially in the orient (the *netsukes* have a Chinese origin, like many other things). These buttons became, throughout time, more elaborated and even got to be true micro-sculptures, being considered, therefore, precious, due to the used material, especially ivory and bone, and/or due to the work of micro-sculptures each time more complex, but also because they were filled with magical and exorcist meanings. Again, far beyond the function, far beyond the object, with an incredible attention and care towards human beings and their existence.

The reading of such experiences puts into evidence that in human history, there has always been a special attention to material culture. A production of objects and symbols that has always accompanied human beings and their histories, which we could call design without the necessity of the adjective "industrial", actually due to a recent fact of technical nature. As a matter of fact, in this trajectory of man with his objects and symbols, at a certain point started the phenomenon of

the industrial revolution. A very recent phenomenon, if we look at it from a proper historical scale, strongly based in technological and economical issues. Phenomenon to which designers gave a strong contribution for the search of a meaning, but that also generated some misunderstandings that maybe, nowadays, we can observe with the proper distance.

The first misunderstanding was the one that the designer should work FOR the industry. Eccentric distortion from the original point of view of every material culture that, as we could clearly see, had always had the human being as the main addressee of every project. The industry is an important partner to continue this multi-secular objective with, but it must be very clear that the designer works WITH the industry FOR the human beings. It could not be different. And when it is not like that, we can easily see it.

The second misunderstanding, also connected to what we have just said, is considering design as a technical activity. Doubtless technology and a minimum of technique are important components of the project, but we can clearly see how, at any time and in any society, emerges from the objects, environments, symbols which men surround, the weight of the cultural, anthropological and sometimes magical component, to which human beings cannot renounce.

Therefore, we could say that design, as an anthropological and cultural activity in a broad sense, operates to give support, with the results of its own work (and its own thought), to the objective of all human beings: giving a meaning to existence. Objective that is reflected in the search for a sense in things, objects, symbols that surround the fragile existences of human beings.

Italian design

In the history of Italian design, there is a project that can be representative of a certain type of approach: the Scooter. After the Second World War, in a country that was leaving the conflict as a loser (under many aspects), with an almost inexistent industrial history, emerges a capacity of interpreting reality and projecting it in a different sense, what allowed, therefore, the invention of the Scooter, which synthesizes three fundamental characteristic of the Italian design:

1) Technology as an instrument. After the conflict, it became necessary to reconvert the bellicose industries for better purposes. Even because they represented probably the only, although exiguous, resource in an industrial panorama, that had never been exceptional in our Country.

2) Design to produce sense. From the characteristics and capacity of the bellicose industry, a new sense was searched throughout the development of an economical, simple vehicle, that everyone was capable of driving. Even because the possibility of moving quickly (being it the most economical as possible) was much closer than the idea of freedom. And after a war where Fascism and Nazism were experimented, freedom was essential to give a meaning to life itself and to the future.

3) Sociocultural impact of the project. In a destroyed country, roughly massacred by war, a little object was put in the market, which allowed people to move. The social reflexes were huge. The Scooter (and the car '500') represented one of the pillars of the Italian sociocultural rebirth. But not only that; because this means of transportation allowed the young people of the time to move around, to go to other cities or countries (Italy is composed predominantly by small country-side cities or satellite-towns) and to meet new people, usually new girls. There it is! I believe that many new love relationships and new children were born due to the Scooter.

Maybe these three elements are part of the DNA of the "Italian doing", since we have never been good to develop a technology in a cynic and *vertical* way, as some specialists would say. But we have always been looking for a sense, mainly in the sociocultural reflexes. This, specially, is valid since when the concept of Design exists.

To better explore the theme, I would like to report here the case of three elements designed by three masters of the Italian design: *The Arch* by Castiglioni, *Algol* by Marco Zanuso and the *Mini-Kitchen* by Joe Colombo.

The luminary Arch (*Arco*), designed by Achille and Piergiacomo Castiglioni, in 1962, and produced by Flos, is a project that allowed to change completely the way of living light in the domestic environments. The issue of the light spot in the domestic environments has always been (and it is until nowadays) very connected to irreversible decisions, taken rapidly and based on built-in electrical installations. The Castiglioni asked themselves how could it be possible to have a light that came from the heights, but that was able to be regulated and that was disconnected

from the restrictions of the in-built installations. This way, they proposed a luminary with a new conception: something that was not part of the existing typologies, that was not a floor luminary, and that was not a chandelier, but that represented a new concept of domestic light. Free to be moved from one place to another, where there should be a plug with energy. Besides that, the marble base, too heavy, was manageable thanks to a hole positioned in a way that with a broomstick inserted in it, gave the perfect balance to be carried (better if carried by two people!) to wherever light was wanted. All that not explicit, but enclosed in a very calibrated esthetics. A new esthetics. Nowadays, it is seen as a design-cult, exposed in all museums around the world, and many people have probably bought it for this reason. But the *Arco* is not a "beautiful luminary"; its true and deep quality is in the fact that it was a revolution that disconnected architecture from the issues it did not control.

Marco Zanuso designed, in 1964, together with Richard Sapper, the TV set *Algol*, produced by *Brionvega*. Like other projects of Zanuso, this one also is already an icon of global design and a delight for fetishist of vintage pieces. So much that it deserved a re-edition with an up-dated technology. But again its importance is not in the fact that it is a "beautiful TV". Not only in that. In this case, we are also talking about a "revolutionary" project that put under discussion behaviors that were already consolidated in society. In the Italian houses of 1964, when there was one, the TV was normally a huge object, almost always covered with a wood colored laminate. Put above or inside its proper furniture, frequently decorated with little lace towels covering it or under it, transforming this conjunct in a domestic mini-temple. Zanuso and Sapper's advance with a red, small TV, with a grip that allowed people to easily carry it to any part of the house and, stroke of genius, with an inclination that allowed people to watch TV standing, and therefore doing other things, and to put it directly on the ground (always thanks to the inclined screen). A true assault to the temple! *Algol* is much more similar to our portable computers than to the TV sets of that time.

That Joe Colombo had been one of the most interesting designers and that in each one of his projects there is a kind of irreverence related to the habits is soon noticed. But the *Mini-Kitchen*, that in 1963 he designed to *Boffi*, is especially

emblematic. Before anything, we must do a contextualization: in the beginning of the 1960s, the medium Italian kitchen was of country-side tradition, frequently made of wood or of a material that imitated it, and occupied a room or at least a wall. Besides that, the kitchen of our country is one of the places where are condensed the habits, traditions and behaviors, passed from generation to generation. Joe Colombo proposed the reconsideration of the functions of the kitchen, that was compacted inside of a cube, of one squared meter, and put over wheels, in such a way that the “kitchen” could be used in any space of the house. Also in this case, design was disconnected from architecture, giving a new autonomy to the products themselves. Autonomy in many levels: respect to the environments, but also respect to the market places, that were certainly not ready for such proposal. *The Mini-Kitchen*, in its time, was a kind of “outrage to the flag”, but it actually contributed to build a new flag. Thanks to projects like this, the world of design met freedom of thought, autonomy in relation to the market, the capacity of exploring new languages and meanings of the Italian designers.

The three projects presented are almost contemporary and probably not just by chance. In those years, in our country, an important thought in relation to the project culture was being built. A position that was obstinate to propose not really new projects, but new lifestyles. In fact, everything started with consciousness or with the wish that the results of the projects themselves had some effect over the lifestyle and over the domestic landscape.

Italy: new domestic landscape

In 1972, at MOMA, New York, a sample was mounted, having as curate Emilio Ambasz. It represented to the Italian design world a historical point of reference: “Italy: New Domestic Landscape”. Italian designers were called to reflect precisely about the theme of domestic landscape and the results were extraordinary, in the sense of extra-ordinary, evidently out of ordinary, taking to extreme consequences the approach we have mentioned before. In synthesis, I will talk about the work of three designers who were certainly meaningful due to the contribution they gave to the project’s culture: Superstudio, Gaetano Pesce and Ettore Sottsass.

Superstudio, a group of designers (Adolfo Natalini, Cristiano Toraldo di Francia, Piero Frassinelli, Roberto Magris and Alessandro Poli) that belonged to the Italian radical movement, took to New York a reflection, certainly radical, of the domestic environment. A scenario where project and nature formed a very integrated as well as new scenario, where human beings lived in a kind of neo-tribal society. As a domestic scenario, it was very far from the “market”, putting itself more in the experimentations of new lifestyles delineated those years by some independent communities. The Superstudio designers took their radical reflections of *controdesign* (against the trend), that contributed a lot to the debate inside of the culture of the Italian and international project.

The domestic environment proposed by Gaetano Pesce is, actually, an anti-atomic bunker, where a family lived a post-atomic existence. An installation where human beings, represented nakedly, therefore in the core of their fragility, were down, prostrated, bored, depressed, in a grey environment, without quality. The work of Pesce had, obviously, a strong political nature, since in that period everyone was in the middle of the Cold War between the USA and the Soviet Union. The relative closeness in time with the last bellicose conflict, finished with the terror of the atomic bombs released over Japan, let the population even more sensitive in what concerns the possibility of a next war with nuclear bombs. Many generations grew up with the idea that, in the future, they would have to hide below the earth for long periods, to avoid radiations. A new society would have emerged, one day, from the underground after the last disastrous act of a global conflict. These fears, this tension, this sensation of impotence, were put into scene by Gaetano Pesce, with a ‘projectual’ act that wanted to leave a strong, political message, with great social reflexes.

Ettore Sottsass, in the contrary, proposed for the sample at MOMA an idea of a domestic environment that, at first sight, could be understood as strongly technological. A series of quality-free recipients, where could be inserted the functions necessary for domestic life. The recipients were connected by cables between them, allowing the passage of electrical energy and water, where needed. Therefore, one more time emerges a domestic environment that goes beyond any relation with the architectonic context, being only linked to a plug or a water pipe.

However, this solution with the very “technical” esthetics has a deep anthropological sense. Sottsass tells how his first idea was to present a project for a society where a person could “get a house dressed, like we dress ourselves”. A society where individuals could consider the act of living as a vital anthropological function, out of the common place, of technology etc. The Sottsass’ proposal is, on purpose, an almost unfinished model, a prototype, not precisely from technology, but from a thought about a new lifestyle.

The three experiences related here can clearly show how the focus of Italian design in that period (which, by the way, was a great period), was connected not only to the ideas of “beauty” or “form”, but much more to the sociocultural consequences, to the “meaning” of the Project. Of all projects, at any scale.

Italy is a country that has always positioned its own roots in an ancient “past”. A past that, even being considered by many as “glorious”, represented an alibi, especially in the Modern Era. An important alibi in relation to a development that, frequently, stayed only as “potential”. An alibi as dangerous as the one given by a certain vision of the “future”, so far and utopic, in such a way that may never be manageable. That is why the Italian designers frequently worked thinking about a “different present”. They always imagined they were working not for an improbable future society, but to put into scene a change of the contemporary society they lived in.

Conclusions

[...] this should be very well understood, and if it is not like that, we cannot understand anything about Italian design [...] Italians think life as a spectacle, an improvised spectacle, a tragedy, a drama or a comedy in scene, but a spectacle without a precise starting point, and not even a precise development nor a very predictable future.

[...] anyway, this comedy is a very rare one, very mysterious, that has been there since always and will continue forever without a specific reason, without any special objective. I think Italians believe that, actually, objectives are not important, because they do not exist. Neither are important the events, because they do not exist and no reality is important, except comedy .

What really counts is to continue to recite the comedy. [...] The Italian design, as far as I know, does not design anything else than scenarios, maybe paper or cardboard scenarios, always temporary, metaphorical, allusive scenarios, for public and private histories, happy and sad, romantic and cynical, poor or rich, small or planetary (SOTTASS, 2002).

These words of Ettore Sottsass - pronounced in a Conference carried out in the Metropolitan Museum in 1987 - are simply enlightening. Sottsass completely dislocates the point of view, giving a step back, or to the top, if we want, so radical as well as effective, from the one that could be the Italian conception of existence. Design is a call to orient the work itself in relation to this conception of existence.

The Italian design seems to develop itself around the importance and the centrality of the human beings and their existences, mainly throughout the creation scenarios, necessarily temporary. Where the technical issues, or technology in general, represent only an element for the construction of an experience of another nature: magical, sacred, metaphorical, allusive... in resume, deeply anthropological.

A possible development

What Italian design has always tried to put into scene is a new way of living, frequently having, in fact, explored new functions, new markets, new lifestyles. This has borne (and bears) a huge expense of energies, especially for the designers who, in a first basis, have become responsible for experimenting, researching, elaborating questions. Especially, as we saw, throughout the proposal of scenarios.

The *scenario* dimension has necessarily to do with the "environments". Not with the architectures that contain them and that show very few possibilities of interaction. Not with the tout-court products, especially if understood as atopic expressions of new forms for consolidated functions.

From all that, emerges an approach that shows how the environments, the interiors (even not being only "interiors" properly), start to be the true territory of experimentation. An experimental problematic of exploration, from which can emerge, as a consequence, new architectures and new products. In fact, only in an environmental logic it is possible to put in relation the many layers that compose

our vital experience, our existence.

If we project these reflections about our actuality, we may perceive how the growing convergence of technologies is precisely based on the connection, on the collocation in relation to the many vital experiences: professional, affective, relational. . .

We are living an important expansion of the concept of environment, habitat, of which the digital and immaterial components make part nowadays, with equal dignity. We still have to learn how to co-habit with this new state of things, even if, for the almost biological nature of the communication as instinct, we are absorbing this evolution too rapidly. Maybe faster as users than as designers, who should get out of the disciplines and get into the game.

Throughout history, the great utopias that had the objective of building the next future societies frequently failed, while resulted evidently more efficient those utopias that based their actions on the present. On changes that could be put into action immediately, without expecting a new, as perfect as remote, technology, or a new, as fair as improbable, vision and social structure.

Actually, what we always need as human beings are proposals for a different world.

In this panorama, design recovers, throughout the experimental pragmatism that connotes it, a central position, as an efficient instrument for a society that must face the current, and certainly temporary, global crisis.

References

- AMBASZ, E. *Italy: the new domestic landscape*. Nova Iorque: MOMA, 1972.
- BIAMONTI, A. *Research experience in design* - Paolo Ulian. Milano: FrancoAngeli, 2012.
- BIAMONTI, A. *Michele De Lucchi*. Milano: Il Sole 24 ore, 2011.
- BIAMONTI, A. Germogli di un nuovo Made in Italy. *DIID Disegno Industriale*, Roma, n. 49, 2011.
- BIAMONTI, A. Mind the gap. In: RAMPINO, L. *Notes on doctoral research in Design*. Milano: FrancoAngeli, 2012.
- BAUMAN, Z. *La società dell'Incertezza*. Bologna: Il mulino, 1999.
- BOSONI, G. *Il modo italiano*. Napoli: Skira, 2010.
- BRANZI, A. *Capire il design*. Firenze: Giunti Ed., 2007.
- BRANZI, A. *Introduzione al Design Italiano. Una modernità incompleta*. Milano: Dalai Editore, 2008.
- BRANZI, A. *La crisi della qualità*. Palermo: Della Battaglia, 1997.
- BURKHARDT, F. *Marco Zanuso*. Design. Milano: Il Sole 24 ore, 1996.
- DE MASI, D. *L'avvento post industriale*. Milano: FrancoAngeli, 1985.
- DE MORAES, D. *Limites do design*. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

MALDONADO, T. *Il futuro della Modernità*. Milano: Feltrinelli, 1987.

MALDONADO, T. *La speranza progettuale*. Torino: Einaudi, 1970.

POLANO, S. *Achille Castiglioni 1918-2002*. Milano: Mondadori-Electa, 2006.

VON VEGESACK A.; KRIES M. *Joe Colombo: inventing the future*. Vitra Ed., 2005.

SOTTASS, E. *Scritti*. Vicenza: Neri Pozza Ed., 2002.

Design utopia. Design in Cuba

History and reality

Sergio Luis Peña Martínez

Graduated with honors, in the Habana Superior Institute of Design (ISDi), Cuba; master in Design Management and Innovation and Development of new products, and Ph.D. in Design in the Polytechnic University of Valencia, Spain. Professor of different subjects of Design, international workshops and seminars in institutions, universities and companies in Cuba, Argentina, Brazil, Mexico, Colombia, Ecuador, Spain and Venezuela. He was the Director of the Industrial Design Career. He was first Vice-Dean of the ISDi. Currently, he is the Dean of the Superior Institute of Design (ISDi).

sergio@isdi.co.cu

Milvia Pérez Pérez

Graduated in Industrial Design in the Superior Institute of Design in Cuba (ISDi); master in Industrial Design, by UNAM, Mexico. Chairwoman of the Career of Industrial Design, Chief of the Industrial Design Career Commission and Member of the Academic Committee of the Mastery of Management in Innovation of ISDi. She has taught in pre-grade and post-grade subjects related to the Theory and practice of Industrial Design, Sustainable Design, Ergonomics and Design Management, in countries such as Cuba, Brazil and Ecuador.

milviapp@isdi.co.cu

Design in Cuba. History and reality

The history of Design in Cuba awaits to be written. The professional exercise of Design reaches almost 40 years of particular evolution, in a Revolution that has transformed the context and the socio-economical model in a scenario of new

conditions and opportunities. A socialist society, with defined public politics of design and with a formation of competent and compromised professionals, should be the heaven of Design for everyone. Cuendias (2013), ex-President of the National Office of Design and ex-Dean of the Superior Institute of Design showed that in this particular profession:

actively accompanying the hard path of Revolution from an integrated State system can be a singular sample of the political and social dimensions of Design.

And the truth is that with those paradigmatic conditions, the standards of quality and presence of Design in the daily life and in the solution of social problems should be significant.

Since early times, the revolutionary government trusted Design as a factor of development and an essential tool for the improvement of people's life quality. In 1963, the Superior School of Industrial Design of Habana was founded. In the Vice-Ministry of Light Industry, the initiative was very welcomed and promoted by Ernesto Guevara, in that time Ministry of Industries. Leading this project was the renowned designer and Design pioneer in Cuba and Latin America, Clara Porcet. This first attempt did not prosper, but was, however, the spearhead of Design studies in Cuba, and its programs were based on the principles of the existing schools in the socialist countries, and of other schools in Europe.

Two years later, in 1965, with the German professor Friedrich Saalborn in charge, the Institute of Industrial Design of the Ministry of Industries was created. A document of the Historical Archive of ONDI, makes reference to this new foundational attempt as: "The first Socialist Institute existing in America for the formation of designers for the industry". This one, together with other proposals, were actions that could not be sustained effectively in time, opening path, five years later, to the creation of the School of Industrial and Informational Design (EDII), integrated to the Ministry of the Light Industry (MINIL) and led by the architect Iván Espín. The EDII had better luck and in 1973 passed to the National Council of Culture. By the end of the 70s, ten students had finished their studies, nevertheless, despite multiple efforts, this experience got to its end without being approved as a Superior Centre of Education.

It is not until 1980 when the National Office of Industrial Design was created, with the main Mission of organizing and directing the Design activity in the country. The dreams of a group of professionals and intellectuals who appreciated, since the beginnings of the Revolution, the necessity of achieving a kind of institutional organization for Design that could accompany the general development of the Economy, had become true. The ONDI is a State entity, oriented to the application of public and governmental politics in what concerns Industrial Design and Design of Visual Communication, as well as the formation of professionals demanded by reality.

Four years later, a new superior teaching centre was founded for Design, assigned to the ONDI. This way, on May 28th, 1984, through the agreement No. 1707 of the Executive Council of the Ministries Council made official the creation of the Superior Institute of Industrial Design (ISDi) as a Superior Education Centre. The ISDi opened its doors to the first academic course in October of that same year with two careers: Industrial Design and Informational Design. The new university had to wait for 5 years to contribute to the Cuban reality, in 1989, with the first 29 designers, many of which became part of the staff of professors of the institute, while others went to the Department of development of products of the ONDI, to the Light Industry and to the first Design entities that were appearing in the country. Since then, every year new professionals come to the streets, willing to and prepared to design and to be inserted in the dynamic of development and transformation of the country.

Nowadays, with a number of graduates superior to 1200, the context of performance of the Cuban Design faces new opportunities and challenges, among which we may highlight the computerization of Cuban society, new and growing investments, reformulations and extensions in the industrial sector, the appearance of new economical actors and non-state forms of production, such as cooperatives and business of private capital. To the previous, we may add the necessity of diversifying the exports and substituting the imports, incrementing the productive development with an interdisciplinary focus, and proposals of innovation development with a more prospective character, accompanied by the fortress and production with a high level of scientific knowledge.

In this context, the ISDi, in consonance to its mission of forming designers

with a high ethical and social commitment, each time better prepared to attend the necessities suggested by the successive development of the economy and the present Cuban society, has had the opportunity of participating, beyond the formation, in main and highly significant projects for the country, connected to sectors that constitute areas of fortress for the Cuban economy, such as health, tourism, transportation, biotechnology and communications. And it has been able to show, in those projects: the adaptation of technology, function and use, the rationality and resources and the value added favored by its activity. Some examples are shown in FIG. 1.



FIGURA 1 – Examples of projects developed in the ISDi

Although the results are stimulating, these must be even bigger so Design can really display its capacity of elevating the quality, diversity and social focus of the products, contributing to a more rational material culture and favoring the introduction of the scientific results to the productive system. But there are still barriers that difficult the systematization of Design as an important tool for economical transformations. We can still see situations such as the search for the

competitiveness of the products via productivity; competing only through costs, nullifying the potentiality of Design as a greater quality supplier; better performances and less costs; and the conservative attitude of business men, who do not take risks and choose less compromised paths, such as the copy or the fabrication of products with pre-defined designs from the headquarters.

There are still scarce organizational company models, compatible and consequent with an innovative posture of Design, integrated with the elaboration process of their competitive strategies or market, production and finance activities. It is worth highlighting the profound lack of investment in Design, the mistake of seeing it as an expense rather than an investment. Other conflicts to overcome may be resumed in the old contradiction of quantity versus quality, the mistake of considering savings as sources of income, the deficient politics of distribution and the traps of market, the lack of priority given to men and women and the mistake of considering them as consumers, users and clients, as well as the difficulty of approaching the solution of the problems and not going deep in the causes.

Design. Destroying myths

If we want different results, we cannot keep doing the same things, Albert Einstein used to say. It is from Design that we must propose solutions, and to do that we need to understand and destroy some myths. The first one is present in the own definition of the profession, since it is considered a young, complex, changing and including activity. Supposedly hard to fit in strict definitions, it ends up not having a unique, recognized definition, accepted by the professionals. There are as many definitions as writers of the theme, what generates inappropriate uses and frequent misunderstandings in popular language, in the communication media, in the business environment and even in the academic context.

The use of the term Design has experimented an exponential increase in the most unlike spaces of culture, engineering and social sciences. Its presence in the contemporaneous discourse to denominate any activity related to human creation and its multi-semantics in the current linguistic universe is responsible for the fact that its definition has gained in horizontal extension, rather than in conceptual deepness.

A first analysis situates Design in the plan of action, the professional activity, in the domain of professional exercise, that is, "Design-activity". This definition derives in the verb that represents the action of Designing. In this definition, we coincide with Branzi (1984) when he states that: "Design does not reside in the finished products, but in the act of making them. Not in the result, but in the process."

Another reading emerges when Design is used as equivalent to the result of projectual activity to name the solution, documents, instructions, drawings, models and prototypes that communicate the proposal. In this case we talk about *Design-project*, being it applied as a noun, synonym of project. A third interpretation of the term is present when it is used to represent a property of the solution, those differential elements and characteristics of the product, such as the formal quality, the functionality, ergonomics or rhetoric, among others. In this way, design is used as an adjective, that is, "Design-quality".

Such conceptual ambiguity, far from benefiting, disorients. For the profession, it is necessary to specify that the definition of "design-activity" is the proper one to define what is done, understood as the action of designing, the professional work and the labor performance, described as: "an activity that has as objective the conception of products that have a useful finality, that can be produced and guarantee their circulation and consume".

Understanding by *conception*: creation, plan, project and anticipation; pre-figuration of solution; pre-determination of the multi-faceted properties; synthesis of the functional, formal and structural relations of the *products*, from the human, technological, productive and economical solutions, in the social context in which consumption will occur.

By expressing they have a "useful finality", we declare that the "products" have the purpose of being useful, that they must efficiently perform their function and respond to the objective that gives life to them, as an answer to a problem. Finality goes linked with the materialization of the function, with the pertinence that indicates the grade of correspondence between the designed solution and the requirements of the original necessity and problem.

The fact that they can be "produced" expresses the link with the material solution; the solutions must be designed so they can be materialized, fabricated, reproduced,

printed, executed and elaborated, according to the economical, technological and productive conditions of the industry. To produce implies a capacity of mobilization of technical, human and financial resources, to give an efficient answer.

It is declared that the products must be "distributed" to reach the hands of the user, process that is manifested in the circulation, passing through the insertion in the market and the commercialization, where sales, publications, diffusion in the net and the presence in communication media occur. Circulation for Design implies considering the conditions that establish the markets' structures and characteristics, the logistic of transportation, storage, the demand and the type of mechanism that predominates in the commercial regulation of production.

By its part, "consumed" resumes the act of individual appropriation of the products by the user, in the process of satisfaction of individual or collective needs; expresses the utilization, the use and the interaction of man with the solution. Consumption is conditioned by the suitability of the solution to completely respond to its useful finality, by the expected performances, the purposes and the nature of use, all that coherently articulated with the social conditioning and the existing socio-economical model.

Only in the case of "products" we may particularize from a Design problem to another, being as diverse and different as dynamic, mutant and new are the needs. The term may include from communication supports, that operate in the plan, the sequence or the triple-dimension, audio-visual and informatics means, up to objects, equipment, machinery, spaces and any other function holder. The "products" are the universe of the work objects of the profession, the results of the project, which were produced independently from the scale and technology that mediated their fabrication.

This proposal of integrating definition is a conceptual platform that is unique and at the same time flexible, it is an holistic definition that accommodates all actions of the profession, according to the nature of the project and the scale or ambit in which it is manifested, including products that can go from an object, a machine, a space, a service, a graph, an audio-visual, a digital product, up to the articulation of many of them in the same solution. Its scope and adequacy integrates projectual typologies and different profiles, foreseeing, furthermore, a space for future problems and new projectual scenarios, in correspondence to the dynamic of social, economical, cultural, technological and environmental changes.

A second myth to be transformed is connected to the stereotype of Design as an activity that is impossible to enclose, that is creative and, therefore, free, different, without routines, little orthodox, revolutionary, boundless, that is present in any area and resolves any problem. It is right that Design is continuously reinventing reality and its ambit of performance in practice, but as said Frascara (1997), it is necessary "to subordinate what design must be to what it must do".

The material culture of humanity is in expansion, everything that men need must be designed and the actuation of Design is incremented. "Design is a domain that may be manifested in any area of human action and it is oriented to the future" (BONSIEPE, 2000). We live in scenarios characterized by an accelerated specialization of production and consumption, in a mutant and commercially globalized society, where many "types" of Design proliferate.

This excessive specialization, far from clarifying, disorients, being responsible for great part of the incomprehension between decision makers, businessmen and employers about the role and importance of Design as a transforming and stimulating agent of the productive and social development. It is evident the necessity of counting with clarifying characterizations of the profession, representative references of each professional, an image of what they do and how they do it, detailing the similitudes and differences in each particular performance, according to the content and range of the services they offer and the typologies of the problems they face in each case.

A first wise choice would be to describe the Object of the profession, according to Álvarez (2001), "...the concrete expression of the process that the professional develops", that part of reality over which lies directly the professional activity and the work that is done to offer solution to each product, that is, the particularities of the development and of the objective situations it interferes at. It is a descriptive integration of the context, the problematic and the objective that defines a profession and it is a complex category that is separated for its study in four dimensions: Professional problems, Spheres of professional actuation, Forms of professional actuation and Fields of professional action.

This way, the professional problems allow us to identify that part of the situations that demand the activation of some kind of professional to be solved. According

to Álvarez (2001), those "...objective situations present in society, analyzed, characterized and valued as a problem for the subject that feels such need for solution." While the problems that demand solutions tend to be different, particular and dynamic, as diverse as unlimited and growing are the needs manifested in the human development, the professional problems are generalizing typologies that group the more significant, frequent and relevant problematic situations, considering the invariants and analogies among them.

For Design, the professional problems are the universe of projectual evaluative, investigative and management situations, identified, classified and grouped according to integrative criteria. In its nominalization, are taken as reference generics of its activity and the denominations of the products designed, organized in categories that, empirically, assume certain work areas that the designer interfere at.

The result of grouping the infinite universe of problematic situations in professional problems is of great utility, but it is not enough. By solving a complex problem, we discover overlapping and coincidences and complementation among them. The relationships established by working with teams and in a multidisciplinary way, united to the demand of integral and complete solutions, generate the necessity of a superior organizational arrangement, in what refers to the categorical level.

By considering the fields where they manifest and, consequently, where the labor activity is manifested, we have discovered spaces and scenarios where the professional problems occur and are materialized, and that allow us to delimitate a legislation in actuation spheres, defined by Horruitiner (2006) as "...those places where the profession is manifested, the fundamental areas of labor performance". In the case of design, this determination needs a qualification that achieves a balanced consensus between generality and particularity.

This existing multiplicity in the nomenclature of Design actuation, disguised as apparent amplitude and flexibility, continues to be one of the fundamental problems of the profession and it is responsible for the objective ignorance of the Design acting in each area, generating impressions of the true work content by the employers and general public.

As a result, many of the professional registries, academic titles and Design careers, at least in name, do not correspond between each other, and therefore,

difficult the homologation of titles and studies, the academic internationalization, categorizations and professional mobility. From there comes the necessity of defining the Design spheres of actuation in correspondence to a more flexible and holistic reading of the professional performance.

The actuation Spheres are the result of considering the plans in which Design operates, those fields where the professional performance is materialized, getting to the proposal of six areas that include and group certain differentiated projectual themes, and with typologies of similar problems. The identified spheres are: Space, Machinery, Object, Digital, Graphic and Audiovisual and they appear in FIG. 2.

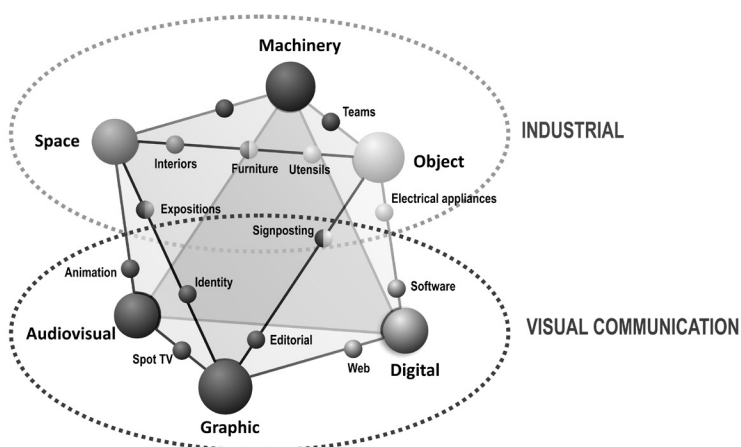


FIGURA 2 – Design spheres of actuation.

The third myth is related to the performance of the professional and the forms of acting before the problems, the lack of comprehension and clarity in the definition of how the designer proceeds, what techniques, methods and tools he applies, what are their own specific differentiated technologies. There is a marked tendency to reduce the activation of the designer in the projectual ambit, not identifying with integrality the amplitude and scope of his exercise. From there comes the necessity of defining, for Design, its forms of actuation, described by Horruitiner (2006) as "... that conjunct of proceeds and basic generalizing activities, approaching methods for the problems of the profession that characterize the professional performance".

In the forms of actuation we find, in first place, epistemological and practical aspects that, according to Núñez (2001), are “empirical and/or scientific knowledge; knowledge about methods, proceedings, individual components or components of technological systems; knowledge incorporated in work environments, in the work force and in operations of production and services”. That is, the domain of methods, proceedings, abilities, techniques and even basic knowledge, without which it is not possible to correspond to social expectations with quality and responsibility. And in second place, the axiological aspects, defined by Núñez (2001) as “[...] the social positive or negative signification according to the interests of the correspondent classes”, what refers to values and ethical postures, connected to the social effects of action, to the conjunct of norms of personal and social conduct, that are expected to guide the general behavior of the professional.

The social, professional and individual reality is dynamic and puts the subject before not-structured situations, where the performance implies mobilizing all the resources towards a contextualized solution. We coincide with many actors who defend the diversity inside the unity and suggest that the forms of actuation must allow different forms of proceeding and the selection of programs of action that lead to the same goal.

Given that the designer actuation is only definable in action, the Design forms of actuation must respect the proceedings and activities, the methods of problem solving in all their dimension and complexity. The Designer, by splitting himself in different roles, according to the nature of the problem and the particularities of the context where it takes place, will assume, in practice, different behaviors, and will act in correspondence to them.

The first identified form is the **projectual** one, the most evident one, the one that is linked to the action of designing, to the practical exercise of projecting. But by developing the critical capacity of his own work, and of existing solutions, or of products that not necessarily had been developed with his participation, the designer also acts as an evaluator, considering the quality, adaptation to the needs and pertinence of these, besides validating and diagnosing strategies of insertion of the activity in organizational, company and social contexts, revealing, thus, another Form of actuation, the **evaluation**.

The professional of Design also acts as an investigator, by one side he finds himself before the necessity of investigating in practice as a part of the Design and Management Process, and, by the other side, to satisfy the demand of knowledge and theoretical contributions that are essential to the profession, being that another form of actuation, with very differentiated objectives, the one of **investigation**.

It is demonstrated that the designer must manage his own activity in all ambits he operates, and for that the professional assumes a practice of combined character, in which he must fusion into a new quality the conditions of the designer with the ones of a director, strategist and manager. The **management** of the Design activity in its complete magnitude is the fourth Form of actuation, considered the one of greater complexity and importance in the development of the profession.

The forms of actuation of Design are interrelated among each other, making complex the demarcation of the limits of each behavior, before the infinite universe of tasks present in the professional exercise. To visualize the subordination that is established between the different forms and their complexity, we propose a stepped model, which appears in FIG. 3, where the levels of subordination and overlap between them are shown.

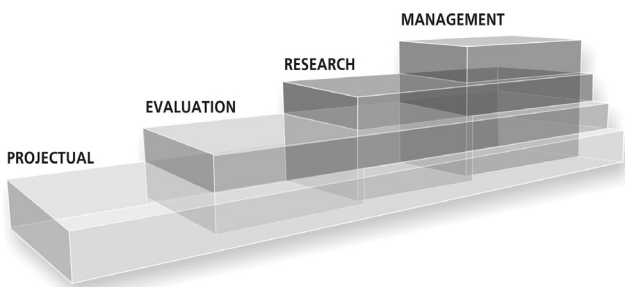


FIGURA 3 - Design actuation forms.

As it can be observed, in the action of Projecting there are components and actions of the other Forms, in the process of Design, besides designing, there is the need of Evaluating the stages and their results. We use investigation tools for the study of the problem, the search and the information processing, and the Management of process development is carried out, there is planning, management

and control of the employed resources.

In a similar way occurs the Form of actuation of Evaluation, where, besides its own processes, it is necessary to have as a starting point the domination of the level of the Project and becomes manifest the presence of Investigation and Management. Likewise, in the Form of actuation of Investigation, with independence of methods, proceeding and particularized actions, precedent Forms coexist, such as Project and Evaluation. The same way, the Management overlaps itself. The investigation is an essential instrument in management, and in a reciprocal way the designer, to act as an investigator, uses management tools.

The Form of actuation of Management, in the top of the model, indicates the greater complexity among all Forms. It is understood that managing the activity is a necessary condition to dominate all previous levels, with their particular processes, proceedings, methods and techniques, that start to be part of the knowledge, capacities and forms of doing of the manager, to which is added the theoretical and practical knowledge that are particular to Design Management.

Without doubts, these myths that were revealed and at the same time transformed into realities of general domain, will allow the operation of changes from Design itself. No one better than the designers to solve the insufficiencies in different areas of the profession and to propose the changes that allow them to adapt themselves with dynamism and professionalism to these new challenges. Design must vanquish the borders of its own elemental definition, as a practice of product configuration, and propose itself a broader focus, applicable to any component of the environment, capable of guaranteeing mental and differentiated postures for each professional problem, more adjusted and better integrated to a reality in constant transformation. It is not about giving recipes, but thinking what is the rightest way in each case so Design can really get to the point that corresponds to it in each organization, in each scheme and in each productive space.

One thing is evident, without ignoring other factors present in the competitiveness and efficiency; Design is an essential link of any internal attempt of transforming and overcoming the current economical states. But it is not enough with saying and recognizing, it is necessary to act so it can really be, so it can perform its true role and social contribution, overcoming punctual actions. This objective passes

mainly through the company and its own strategy of evolution. For that, Design must redesign itself and re-orient its objectives to face those kinds of challenges.

The scenarios demand an urgent revision of the professional model that is necessary in society, in correspondence to what expresses Bonsiepe: "historically, Design has shown its versatility by adapting itself to the social and economical requirements of each time". The Cuban Design must articulate a new proposal of formation and employment, offering an integral response to the demands of these times. Changing the current scenario for the profession is an ineludible, urgent task and requires the proper actions and correct decisions, valuing the level of appropriateness and belonging to the country of the exercise of the profession, and the formation of Design professionals.

References

ÁLVAREZ, C. *El diseño curricular*. La Habana: Ed. Pueblo y educación, 2001.

ARCHIVO HISTÓRICO ONDI. *Documentos fundacionales*. 1980.

BONSIEPE, G. *Conferencia los usos del diseño*. Encuentro Internacional de Diseño. UIS. Bucaramanga. Colombia. 1996.

BRANZI, A. *La casa calda*. Milán: Editorial Idea Books Edizioni, 1984.

CUENDIAS, J. La formación de diseñadores. Lo particular en 25 años de la experiencia cubana. *Revista A3Manos*, ISDi. 2013.

FRASCARA, J. *Diseño gráfico para la gente*. Comunicación de masas y cambio social. Buenos Aires: Ed. Infinito, 1997.

HORRUITINER, P. *La Universidad cubana. El modelo de formación*. La Habana: Ed. Félix Varela, 2006.

NÚÑEZ, J. *Tesis sobre epistemología y educación*. Curso de CTS. Universidad de la Habana. 2001.

Research on history of design in Brazil: an experiment in Post-graduate courses at FAU-USP

Marcos da Costa Braga

Doctor in Social History from the UFF, Bachelor of Industrial Design from UFRJ. Professor at FAU-USP. Member of the editorial board of the scientific journals *Studies in Design* and *Arcos*. He was coordinator of Design courses at Unicarioca and at the School of Industrial Design Silva e Sousa. He organized the “O papel social do design gráfico”, “Histórias do design no Brasil” (v. I e II), “Pensando o design” and author of the award-winning book “ABDI e APDINS-RJ: história das associações pioneiras de design do Brasil” (ABDI and APDINS - RJ: history of pioneer associations of design in Brazil). He is interested in the areas of graphic memory, visual identity, project methodology, material and visual culture.

bragamcb@usp.br

Introduction

Since the 1990s research has grown and so has its dissemination at conferences and in publications on the history of design in Brazil addressing different thematic angles and ideas and their agents, institutions, material culture generated by designers and professional fields related to the constitution of design courses in the country. And since that time, the History of Design in Brazil was inserted as content of menus and programs in undergraduate and post-graduate courses and research lines.

The creation in 2006 of the discipline AUH 5857 - Social History of Design in Brazil¹, in the area of concentration ‘History and Fundamentals’ of the Post-

1 C.f. site USP: <<https://uspdigital.usp.br/janus/componente/catalogoDisciplinasInicial.jsf?action=3&sgldis=AUH5857>>

graduate School of Architecture and Urbanism, University of São Paulo (FAU-USP), makes up part of this movement. The goal was to foster specific research in History of Design in Brazil by understanding that it is necessary and timely to consolidate the social identity of the profession of designer and to contribute to the contemporary debate about design as a field of knowledge and as a professional activity through the study of its origins and its past trajectories.

That same year, classes of the new Design course at FAU-USP started, in which the history of design in the world and in Brazil were offered in four semesters. So the intention was also that AUH 5857 would provide knowledge, through the research and debates that it would generate, for the disciplines of undergraduates, thereby establishing a relationship with the post-graduate work.

The AUH 5857 was initiated in 2007, always being offered in the second semester and in its six editions, until 2012, 76 people enrolled in the course which also had the participation of some other professionals as auditors. Since 2007 the classes of AUH 5857 were composed mostly of regular students of the post-graduate program of FAU-USP and in particular, of their area of concentration 'Architecture and Design'. The rest are regular students in other post-graduate programs, special students who enroll only in the discipline and are not enrolled in the post-graduate program itself and finally the auditors. Some 70 papers about different fields of design have been completed: furniture, visual identity, jewelry, pottery, publishing (magazines, books, and newspapers), education, games, typography, home appliances, fashion design and so on.

This paper intends to present this discipline as a learning experience to stimulate research in the History of Design in Brazil, demonstrating how the course was structured, its results and some consequences.

Syllabus

The syllabus covers the formation and consolidation of the professional field of modern design in Brazil in the twentieth century. It covers the history of ideas, institutions and professionals in the trajectory of this professional field and discusses the relationship between this and the social, economic and cultural conditions of our country and the world that determined or influenced their formation and development

in the Twentieth Century. The existence of design activities in the nineteenth century is not denied, but the program focuses on the study of modern and industrial design in the century in which we believe that it arises as a professional activity based on modernist principles to modernity, it develops conceptually, is constituted as professional field, and is institutionalized and diversified.

Therefore, we are addressing the story of a professional field that began with the introduction of modern and pro-industrial design in Brazil in the late 1920s, from the predominant actions of architects who supported modern architecture in the field of furniture and interiors. This modern design was present in some areas of visual communication, but in the 1920s did not form a specific field. That is, it did not come to be a professional field that had a modern graphic design as a visual language consensually elected as unique from a conceptual and communicative point of view until the 1950s.

We understand professional field based on the similar concept of Pierre Bourdieu (1997) to define the field as a structured social space of positions in which relations occur between individuals, which are oriented and governed by rules arising from their own field dynamics and show their social setting. These rules determine who is in the field, who's who in this social space and the modes of acquisition of prestige and power, even if only symbolic. Therefore, the professional field covers production instances, consecration, legitimacy and reception. We understand the professional field as connected to the existence of a labor market, understood as supply and demand of labor; thus I define it as going beyond the latter, because it deals with the existence of a body of professionals who share a common knowledge of their trade, compete in the same type of labor market, get to know their peers and, with the development of the profession, end up creating forums and institutional spaces in which they discuss what their assignments are, establish teaching and rules for relations between themselves and with society. These professionals may not, at any given time of the constitution of the field, be organized as a social category, despite knowing the existence of a peer concept, and of the market and skills needed for professional practice.

In Brazil, the process of forming a professional design field as well as a category of professional designers, effectively acting in the production of manufactured

goods, was slow and only intensified after the most significant industrial growth of the 1940s and 1950s. Although not limited to academic training for the recognition of professional design, we adopt a structural axis for a chronological look at before and after the start of the period of institutionalization, the profession at a higher level that emerges from the constitution of this field (by professionals of varying professional fields) and that spanned various practices and professional knowledge through training offered by the Brazilian academy of Industrial Design beginning in the 1960s. In turn we believe this liberal professional contributed to the origin and formation of other professionals in the field of design activities from the late 1980s, including those who no longer had industry as a primary means of production.

Initial issues

Classes were organized in two lectures, by the professor, with ten seminars presented by students which focus on the topics of the syllabus of the course and at the end of the semester three classes with guidelines for the production of monographs dealing with themes related to research undertaken or envisaged by the students. The seminar and monograph presentation comprise the evaluation of the discipline.

In the initial lectures the course is presented in its structural, programmatic and bibliographic aspects and some concepts and research methods in history are addressed, as well as some specific issues related to research on the history of design in Brazil. Moreover, with the aim of 'leveling' the knowledge of students an overview lecture is given on the History of Design in Brazil in the Twentieth Century.

The New History and its main methodological aspects as recommended by the French School *Annales*, which can be seen, among other sources, in the book of Burke (1997) or the Dosse (1992), and which consolidates the look and approach of Social History, are presented as well as Oral History and Micro-Historical notions. The methods and approaches to these "Histories" promoted the history of various social groups or categories, reducing the scale of observation of society and a specific thematic boundary in time and space to get to study realities that are not reflected by the General History. This opened up possibilities for the history of

various professions in which they investigate their social conditions of existence and development².

One of the issues discussed in the start of classes is if there are specificities on research in History of Design in Brazil. My position is that yes, there are. And these are derived from historical aspects of the constitution of our country and they are somehow interconnected, such as: a) Industrialization and more intense urbanization occurred 'late' in relation to other countries; b) the initial promotion of modern design was mostly supported by agents of the social fields of Culture, Art and Architecture and not by the productive sector; c) conditions of the "peripheral" country which led it to be technologically dependent and therefore the lack of support from large part of the private sector and the government's own design during decades which resulted in the development of a "copy culture" product and technical-productive models; d) even though professional design activity can be identified in some cases about 100 years ago, the institutionalization of the profession was composed only about five decades ago and systematic research on its history and constitution only began in the 1990s; and e) there is literature on periodization, reflections on the constitution of the professional field and consensual landmarks that show ongoing research ; f) as in countries with no tradition in the rescue and preservation of memory, in Brazil there are still insufficient channels and institutions to enable the collection, preservation and cataloging of collections of design. In recent years there have been some laudable initiatives such as take place at FAU-USP and the Museu da Casa Brasileira, but still not enough; g) it is not consolidated in society in general the view that the design is material culture and it is a social product and therefore is part of Brazilian memory, h) and finally there is still great need to raise, record and historicize more primary sources, including testimonials from live agents who participated in the institutionalization of a design that has been going on for only a few decades, at least considering its periods of consolidation and constitution, if it is no longer possible to do so from its start. It is a task that can be helped by methods of oral history.

Regarding the monograph to be written at the end of the semester, aspects of selection, cropping and delimitation of the research topic and the nature of the

2 For a succinct reading on the concepts related to Social History, see Barros, 2005.

sources are already mentioned in the first class in order to facilitate and anticipate the process of adapting the theme to the work for those students who already have it in mind, and to assist the search for themes for those who have not yet defined it. These aspects are related to the nature of the research that is subject to what can be accomplished in the time available.

Initially it is advisable that every work conceptualise what is understood by design” and present a bibliography that supports this concept. Mainly in Brazil, at this time, there is a variety of special meanings of the term according to the social circuit and the currents of thought that one has contact with. The definition of what design is can vary from the understanding one has about its origins, its connection with the scale of production, its scope, autonomy and the interdisciplinarity of the field of its knowledge (specificity, boundaries and interactions), social identity, and even emphasize or not emphasize one of the functions, among other aspects³.

For selection, cropping and delimitation of the research topic, it is advised that work be related to the student’s own interests and motivations and that the focus of the topic be clearly defined: the designers, the ideas, the institutions, the material culture, the consumption, the praxis, the production or specific areas of professional practice. Then one should investigate the question that will guide the research. When the central issue is defined, the goal should be clarified and two questions must be answered in an initial survey: “What is known about it so far?” and “What is the nature of the sources of information and what are the possibilities of access to them in the time available?” Sometimes the answer to these questions can lead to changes in the focus of the issue, which may come prior to the scheduled theme delimitation of each lesson, if the student has achieved these responses in a survey undertaken during the lessons in which the seminars occur.

Beyond the specifics of research in History of Design in Brazil that affect the sources, as mentioned above, it is noteworthy to say that many documentary “collections” are found in homes of relatives of surveyed designers or in factories, in printing offices or publishing houses, stored in an improper and disorganized fashion. These are not institutions geared to making the collections available for

³ As an example, we suggest that the reader look at the critical study done about the relation between graphic design and the definition of origins by VILLAS-BOAS e BRAGA, 2013.

research and the approach of these people “responsible” for their safekeeping should be made through accredited individuals or institutions such that people can trust the researchers. In some cases, the researcher who seeks information on these collections will have to undertake a preliminary work of organizing and cataloging and sometimes of also scanning in order to contribute to its preservation. However, the importance of favoring the search for primary sources is always stressed, with it being understood that these are near the origin of what is being studied or people with direct personal experience and knowledge of the events or ideas that are being researched. This includes testimonials from agents, as long as the information obtained is treated according to the methods recommended by Oral History as in Alberti (2004).

The need to relate the subject of design research with the most relevant historical contexts is discussed, but caution is recommended in this connection. Because this work is done with well-defined cropping contexts must be consistent to avoid relations with macro - scenarios that are not supported by themselves or that fall into the temptation to enter into dogmas that permeate a part of Brazilian design historiography. References and theoretical models previously known are important initial guides but adjustments to the real situation may be required. In this sense, the focus on primary sources, whenever possible, helps the renewal of this historiography. And following this reasoning, the inclusion of a bibliography is suggested to define the history related to professional areas where the research design can be carried forward and can aid in the location of relevant and close social contexts such as journalism, advertising, engineering, arts, architecture, industry, consumption and technology.

Searching or not searching for published bibliography on these areas, as a source of information and as a pertinent historical context, is sometimes constrained by what it is meant by design. At the same time, during classes, we discuss the question addressed by Margolin (2009) on the difficulties that the designer has, as a historian. These difficulties relate to aspects of design with the social and especially economic contexts. They help to identify the historical conditions for their realization. This occurs due to their training, which leads the designer to focus on the level of a project. The discussion of this issue highlights the methodological care that the

designer must have to conduct research of a historical nature.

Seminars

Taking into consideration that each class lasts four hours, the seminars are presented by the students in the first half of the time and are based on texts previously chosen related to a thematic and chronological timeline of this history. The bibliography is renewed periodically as dissemination of new research of a historical nature appears. In the second half of the class a discussion about the content presented starts and encourages reflections that underpin notions of historical development of the profession and its professional field in the country. The class is divided into groups that are allocated to the seminars whose topics approach their objects of research or in which they hold an interest in deepening their knowledge.

These themes broadly are: conflicts between the eclectic, the neo-colonial and the modern styles in the field of furniture and interior design at the beginning of the twentieth century; graphic field before the concrete design; consolidation of modern style in the field of furniture and interior and expansion of the areas of performance in the graphic field in the 1940s and 1950s; the debate between art and industry of the Brazilian concrete movement and the influences on the field of design; the pioneering institutions in regular education and the growth of courses in the 1980s and 1990s; trade organization of designers: from the pioneering work of ABDI in the 1980s to the growth of state professional associations; consolidation of the profession in the 1980s; and diversification and segmentation of the professional field in the product design and the graphic design in the 1990s.

We emphasize that several minor issues are correlated to these, such as the "generation" of pioneering design offices of the 1960s or the debate on the minimum curriculum of the late 1970s. Thus, the gaze of social history pervades these subjects, observing the history of ideas, institutions, social actors and the search for contextualization not only with the time of the design field itself, but also with its nearest social, cultural and economic environment and, when possible, with those of the Brazilian society.

Monographs after seminars

Of the three final lessons of the course, the first is devoted to defining the theme of the monograph of each student and to recalling aspects of the research discussed at the beginning of the course. After the end of classes, the deadline is one month to conduct field research and compile a monograph relating questions and bibliographies discussed in class and in seminars with each student's research projects underway or in preparation. Counting from the class boundary delimitation of the research topic, the total time to deliver the monograph is about seven weeks. Overall, almost half of the students already have a defined theme before that so their delimitation is underway at the end of the course. Most of the chosen themes are organized to be stories of short duration, with more specific themes and with the scope of sources to be analyzed previously cropped so the research and writing of the monograph is viable within the period specified.

Even those students whose themes are not focused on the History of Design in Brazil eventually develop a monograph that addresses the origins or previous development in time of the objects of their research studies, i.e, apply a historical overview that helps them to contextualize these objects in time and space. The subjects are varied, reflecting the complexity of the history of professional design field in Brazil. Ideas, institutions, production, design, designers' paths, working areas and specific professional fields pervade these works that present aspects and unpublished information on the historiography of Brazilian design. The final two lectures are devoted to the research orientation of each student in their specificities.

Unfolding

The monographs handed in have an average of fifteen pages, and a month after their delivery they are evaluated and returned to students with comments and suggestions from the professor. At this point students are encouraged to review the papers, in order to conform the text to presentation in Congresses of design research or in design journals, thereby encouraging the dissemination of the work and the habit of publishing academic production. After all, the dissemination of

knowledge generated is the final step for any research. And most of the work completed in this course, besides helping ongoing research or under preparation by the students themselves, can also help as a reference for further studies since they are grounded on little explored or known primary sources.

Indeed, some students have followed this advice and had their papers accepted for publication. These examples include:

- PAULA, Tania Cristina de. Aproximação entre design e artesanato no Brasil. Conceitos e Ações de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães. *Anais P&D Design 2008*. São Paulo: SENAC-SP, 2008. Anais em meio digital.
- LACROCE, André. Ruben Martins: a trajetória do artista ao empresário de design. *Anais do 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED*. Bauru: UNESP, 2009. Anais em meio digital.
- Da Luz, Alan Richard. Aventuras na Selva: Renato Degiovani, Divino Leitão e o pioneirismo no design de videogames no Brasil. *Revista Estudos em Design*. v. 18.2. Rio de Janeiro: Estudos em design, 2010. (on-line).

The class of 2010 produced a book with 10 chapters, entitled *History of Design in Brazil*. The initiative was taken by designer and PhD student Ricardo Moreira and was embraced by his classmates, who believed in the quality of the work achieved. These texts are related to their research topics and are of varied subjects such as the analysis of graphic branding, historical studies of typography, design education, pioneering eco - design, modular furniture, the jewelry design of Livio Levi, among others. This example was followed by the 2012 class that produced a second volume with 10 chapters in 2014.

Besides the production of works that have become references, we can consider other developments that the discipline has provided. These works and the debate that AUH 5857 discipline undertakes with students at post-graduate FAU-USP enable benefits to the disciplines of design history III and IV taught by me in an undergraduate course of Design of FAU-USP to produce understandings and knowledge, which are, in turn, taught at the classes of these disciplines, as they have in their programs classes about the history of design in Brazil in the twentieth century, specifically concerning the period from the 1940s to the 1990s.

Many of the subjects of these papers had never been objects of historical

research before, which makes them rich in unpublished texts on which the first reflections that seek their initial historicity are held. Similarly it has produced surveys and records of primary sources that were often not known previously by the historiography of design in Brazil. In both cases there is a contribution of these papers to increase the recovery of memory of design in Brazil. One should also consider their contribution in forming future researchers having as a greater area of studies work concerning the History of Design in Brazil. This last set of results is present in applying this experience in a Post-graduate course outside USP and São Paulo, which constituted another important development.

An experiment in Post-graduate Design at UFPR

The course Social History of Design in Brazil, based in the AUH 5857 discipline, was taught in discipline SD 710 - Advanced Topics in Production and Utilization Systems II, of the Graduate Program in Design at the Federal University of Paraná Program (UFPR – PPGDesign) in June 2013. The initiative of the course was taken by UFPR professor Aguinaldo Santos, who was then the coordinator of PPGDesign. The goal of the program is to foster research in History of Design in Brazil, both with students and faculty, and to allow the future creation of a line of research in this area of knowledge that is still incipient or nonexistent in most Postgraduate Programs in Design in the country.

The course was structured in three parts: a set of lectures that occurred between 3 to 7 June 2013, which I taught intensively; a workshop on the use of interviews in qualitative research and oral history given by professor Ronaldo Corrêa de Oliveira, from the PPGDesign UFPR conducted from 1st to 3rd July 2013; and a lecture delivered on the 7th of August by Professor- Dr. Marinês Ribeiro dos Santos from UFTPR (Federal Technological University of Paraná) who presented an overview of the socio-economic and cultural context of Paraná in the 1960s and 1970s, where many of the topics researched by students in the course were located.

The main difference in the course given at FAU-USP is that there were no seminar presentations and the deadline to conduct field research and write monographs was about three months after the end of the first group of classes. On June 7,

some students who had already chosen their subject were seen individually in the morning, and in the afternoon there was the last lecture, which was used to define the research topics of each student. The group was formed by 18 enrolled students, with 10 regular students from PPGDesign and 8 “special” students. Among those enrolled there were professors from Design at UFPR and other educational institutions. During the months of field research the class was divided into two groups to facilitate monitoring and guidance by professors. So the first group was advised by me through e-mail and video conferences, and the second group was advised at UFPR by professor Ronaldo Corrêa de Oliveira.

On September 20, 2013, the papers were presented orally to the class and some professors from UFPR were invited for the occasion to see all the work of their colleagues and get an overview of all the research and the possible relationships between themes. Some 16 papers were delivered, with an average of 15 pages each. Eight of the monographs deal with the constitution of the professional field of design in the 1970s, and are related to each other and give us an overview of an era marked by investments in urban reform and industrialization in Paraná. The other six treat the period prior to the 1970s (three in the graphic field, two about products and one about a pioneer in fashion). The last two papers address actions in the academic and professional context during the years of the 1980s to the 1990s in Curitiba, demonstrating a maturation of the field of design in that city.

These themes were generally about ideas, institutions, projects and pioneers that participated in the training, institutionalization and consolidation of the professional field of design in Paraná. The choice of these times and themes was intended to identify roots, processes and trajectories that have defined this profession in Paraná. They were also intended to help understand the development of the scenario of Paraná contributing to the debate of its current identity as well as rescuing and recording the history of design in the state and its place in the History of Design in Brazil that has been marked mainly by research done in the Southeast of Brazil.

Indeed, important historical passages of local design were rescued. Most subjects had never been the topic of any research before, which again contributed to the localization of unpublished primary sources in Brazilian historiography. As an example, we highlight the first newspaper column about design in Brazil, in a

publication of considerable circulation, *Diário do Paraná*, written by Ivens Fontoura, designer, design critic and museologist. The recent memory of the field of design in the country only knew about that column in its period of existence from 1988 to 2009, when it was printed on Sundays in the newspaper *Estado do Paraná*. However, its beginning was obscure and its traces on the verge of oblivion. The researchers Christiane Ogg and Claudia R.H. Zacar rescued all the texts in this column from *Diário do Paraná*, that were published in 1972 and 1973, on Sundays, and that through 34 articles discussed ideas, projects, events and characters not only of the Parana design scenario, but also that of the country as well. Thus, we consider that the objective of the course was achieved and the works produced are being referred for publication.

Final considerations

As previously mentioned the final works are organized so that they are well-defined stories in time, space and subject and thus are viable in terms of the discipline. But the way it was structured it has enabled the developments mentioned, contributing to further research by the students themselves and other researchers who had access to the texts that have been published. More themes and more unpublished sources are incorporated into the historiography of the design.

The main difficulties observed in the overall performance of the students are: dealing with the time available; defining the object of study within the theme; defining the scope of the relevant objectives of the research mode; accessing sources; the state of preservation of books and documents found; tracing levels of relationships with relevant contexts, scenarios and socio-economic historical venues; identifying the social determinants of different kinds of societies in which it operates on what is being studied; and connecting their subjects with stories from related fields (advertising, industry, technology etc.). Nevertheless, most students can overcome these difficulties satisfactorily, thus fulfilling one of the objectives of the discipline which is to provide a research experience in Design History in Brazil and in this way contribute to a phase of their training at the Post-graduate course at FAU-USP.

Concerning the difficulty of the designer as a historian in tracing broader relations between their profession (or the material culture it creates) and society, in a research about the past or the teaching of its history, Margolin (2009) suggests that the reason the focus on these approaches is in their own field comes from their training, which is projectual, and from the intention to train future designers. It seems to us that the lack of training on some level in History or in the Social Sciences naturally makes the designers address this relationship with society in a restrictive way. The design produces material culture and therefore could benefit from the methods of the History of Material Culture, for example. On the other hand, material culture and design are the fruits of a social production. Menezes (2003) considers that the major theme of a historian is society and, therefore, the history of material culture is, even with its specificities, another source for understanding the society that produced it. The designer who does research on the History of Design in Brazil is apparently not interested in this same major theme of the historian as an end in itself, but in the social conditions under which the design influences the opportunities for the development and configuration of the project of the design. Students trace relations with the social environment (more on the cultural dimension than on the economic in most cases) but the focus and purpose is to understand the field of design. However, one should remember that despite the growth of historical research on the field of Brazilian design, the amount of studies is still insufficient to allow safer and broader relations with the history of the society, which makes the focus continue to be, in a certain way, restricted to the field of design. After all, this is its most specific and familiar object of historical study.

However, by having the specificity of knowledge about the design, including aspects of professional practice, the Brazilian designer is able to identify and study the development of these aspects in time and through the history of their profession to contribute to the "collective historical research", in the terms suggested by Margolin (2009). We need to go further with research done in the country, open institutional fronts for the History of Design in Brazil, seek stories of interactions with other fields and also defend its value at graduate courses, mainly in private courses without great tradition, which has, in recent years, reduced its presence in the curriculum, thus subtracting a basis of reflection on the path of the profession

in its integration with society.

I hope that the experience recounted here may contribute to an increased interest in the training of designers as researchers in the History of Design in Brazil and that it can stimulate the search for new stories of design all over the country.

References

ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BARROS, José D'Assunção. A história social: seus significados e seus caminhos. LPH - *Revista de História da Universidade Federal de Ouro Preto*, Ouro Preto, n. 15, p. 235-256, 2005.

BURKE, Peter. *A Escola dos Annales* (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997. 153 p.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1997.

DOSSE, François. *A história em migalhas*: dos Annales à Nova História. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.

MARGOLIN, Victor. Design na História. *Revista Agitprop*, São Paulo, ano II, n. 16, 2005.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, cidade de publicação, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

VILLAS-BOAS, André; BRAGA, Marcos da Costa. O objeto como norte: origens e periodização na historiografia do design gráfico. In ALMEIDA, Marcelina das Graças; REZENDE, Edson José Carpintero; SAFAR, Giselle Hissa; MENDONÇA, Roxane Sidney Resende. *Cadernos à Tempo: História em Arte e Design*, v. 1. Barbacena: EdUEMG, 2013. p. 25 -45.

Female leadership in design – a historical rescue in progress

Giselle Hissa Safar

Graduate degree in Architecture and Urbanism and master's degree in Production Engineering, both from the Federal University of Minas Gerais. She is currently professor of the School of Design at University of Minas Gerais (UEMG) and coordinator of the Center for Extension of the same facility. She has experience in the teaching of design history, mostly on the following subjects: history of world design, jewelry history, and history of furniture. She deals with programs and projects for social design, such as Design and Health Program, Greater Good and Minas Raízes.

giselle.safar@gmail.com

Marcelina das Graças de Almeida

Graduate degree in History, Masters in History and Ph.D. in History by Federal University of Minas Gerais in partnership with the Universidade Portucalense Infante Dom Henrique, Porto, Portugal. Teaching in undergraduate and postgraduate courses of the School of Design at the University of Minas Gerais (UEMG), and coordinator of Sound and Image Archives (ASI). Teaching and research experience in the area of history, history of design, material culture and history, history of culture and art, memory and history of cities, death and worship of the dead, and research methodology.

almeidamarcelina@gmail.com

Introduction

The international literature on the history of design is vast and researches in the area are increasingly numerous. Institutions such as the Design History Society (1977)¹ and its official publication, the Journal of Design History, as well

1 C.f. <www.designhistorysociety.org> Access: 14 oct. 2013

as acknowledged journals like *Design Issues* (1984)² have contributed greatly to this expansion. From the 1990s, the growth of the publishing market caused the demand for a critical positioning, and discussions on historiography of design have swelled up. In the words of Denis:

[...] the action of writing history necessarily involves a process of selection of facts and the assessment of their importance. [...] Every historic version is a construction and therefore none of them is definitive. [...] Every historian writes in a specific context to a current audience, and hence the interpretation of the past presented will affect the present times (DENIS, 2000, p. 13).

So, it is understood that history in general, and particularly the history of design are ongoing constructions and that, in such process, the impossibility of knowing the whole reality leads to segmented points of view and approaches. The creation of the *Fundació Historia Del Disseny* (2006)³ has stimulated the discussion on how history is written, the cultural stereotypes reproduced, the advantages and limitations of the different forms of construction, and has highlighted the need to revisit this story, so that omitted content is rescued. Flores (2010), in his analysis of the history of design, notes that the first analyses focused on the recognition of the protagonists, on the description of their works and the impact these works had on the area. However, the reading of the first publications, as well as other ones considered classical in the category, confirm that the record of this leadership has omitted from specialized literature the women's actions in the past in the design field.

However, it is annoying that resistant male historians were to introduce biographies of women designers in the history of twentieth century design. It is true that the historical accounts loaded with exemplary lives are considered outdated and I myself try to avoid them, but burying in oblivion a significant part of the professional group of designers because they belong to the female gender seems a bit harsh. Talent, not the gender of designers, should determine their presence in history (CAMPI, 2010, p. 15).

This paper seeks to contribute to the discussions through the rescue of female

2 C.f < www.mitpressjournals.org/loi/desi > Access: 14 oct. 2013

3 <<http://www.historiadeldisseny.org/en/>> Access:14 oct. 2013

participation in design on three specific historical contexts, and through the attempt to understand the process by which their performances are so relegated to the background or even disregarded in the historical record. We have sought to establish the relationship between the omission of such protagonism and the patriarchal structure in order to emphasize the importance and permanence of patriarchy in shaping social relations.

Although the issue of women in design can be examined from various angles, focus on their relationship with patriarchy is justified by the need to understand how a relatively new area, emerged and consolidated from the Industrial Revolution and therefore supposedly “new” developed and still develops a segregationist model of gender that is reflected to the present in both the registration process and in the conditions of choice, stay and expected professional role of women. One starts from the assumption that design, as a creative interface between man and the industrial world, has relegated to the background those creative activities that gave rise to and support, associated with the feminine universe.

Gender studies and design: debates and historiographical production

Gender studies emerged in the 60s of the twentieth century in response to a series of questions that were placed and to identified issues such as social, economic, political and legal female inequality, their exclusion from the power spheres, social and cultural discrimination and the perpetuation of stereotypes with clear loss for women.

In the following two decades, the pressure of feminist movements spurred the emergence of policies to minimize the imbalance. While many of the proposals have been restricted to the speech more than the effective action, and respecting the limitations of existing cultural contexts, themes such as equity, access, incorporation of women in the workplace and education, among others, have become present in international fora and in political debate for much of society.

It should also be pointed out that the use of the term gender itself has been subject of debate. Scott (1999) in a very detailed approach notes that the introduction of the term occurred in relatively recent times by American feminists

in order to contemplate the nature of social distinctions based on sex and thus legitimize, especially in the scientific field, the discussions on the subject.

Since genre is based on social relations, this means that their views are contextualized, ranging between companies, groups and historical moments. The study on gender identity is discussed in various fields of science, but its approach in the design field is relatively recent. In these studies, two approaches can be observed: the first concerns the omission of historical records about women designers and their contribution to the development of the profession; the second perspective concerns the unpreparedness of designers to understand the cultural codes established between genders, limiting to the creation based on cultural stereotypes.

The first perspective has been an intense debate emerged in the late 80s of the twentieth century in the field of design history, driven by postmodernity and its acceptance of alternative and peripheral discourses. This is a debate that starts from the standpoint of the feminist theory, but that does not focus on blaming but rather on revealing the ideological reasons of society regarding the silence on women.

Buckley (1989; 1999), Gravier (2009) and Campi (2010), among others, find that women's actions in the past and present in the design field are a rare and marginal knowledge since there was a major omission from specialized literature due to the use of historiographical methods that involve selecting, classifying and prioritizing types of design, categories of designers and diverse modes of production based on the capitalist and patriarchal structure of society. This scenario is confirmed by Esclapés (2008); when analyzing the work of pioneering women of design, he points to the difficulties of access to higher level jobs and lack of recognition as the main obstacles to action and visibility of women, especially in certain sectors of industrial design.

Since then a significant rescue of female personalities in design has been carried out, as evidenced by publications such as "A Woman's Touch - women in design from 1860 to the present day", by Isabelle Anscombe (1984); "Women in Design", by Liz McQuiston (1988); "Women of Design", by Bryony Gomez-Palacio and Armin Vit (2008), and "Bauhaus Women", by Ulrike Müller (2009), already born as a classic on the subject.

The second perspective somehow relates to the first, in that the omission of specialized literature was not just about women as designers, but also women

as consumers. From this point of view, what designers “know” about women stems from their perception, shaped by patriarchal and capitalist society, thus revealing only a partial understanding of their demands as consumers and users. It is an approach that criticizes the representation of women in advertising, linking consumption to household and stereotyped activities (wife, mother and housewife) and the manipulation of signs, where the meanings are decoded according to the interests and cultural codes of producers and advertisers.

The anthropocentric, and more particularly, the androcentric approach, are present in most of the human activities and relationships, as well as in most professions; and to this extent, education and practice of the different manifestations of design are not an exception (GRAVIER, 2009, p. 32).

To these two forms of analyzing the design and gender issue, one may add another in which the focus is on understanding the mechanisms of choice by men and women of permanence/ dropout factors and completion of higher education in design. In this sense, it is worth highlighting a pioneering work in England and Wales, and published over a decade ago – “Gendered by Design: how women’s place in design is still defined by gender”, by researchers Sue Clegg and Wendy Mayfield. This is a study published in 1999, in which researchers investigate the options made by women when it comes to the design area. This groundbreaking work has paved the way for a number of other approaches in the understanding of how the structure of the courses would be perpetuating stereotypes or if, beyond physical presence, the symbolic presence of women had also been incorporated to school knowledge. And also if women’s knowledge related to forms of work organization, connection between public and private, personal and professional, had been leveraged in their positive aspects.

With regard to gender inequality, as important as quantifying the distribution of tasks is to analyze the principle that organizes this new distribution. This can be summarized in the following principle: men choose what they want to do and women take the rest, i.e., of what men refuse to do. Thus, the gender asymmetry remains in operation, in which the exercise of choice is only a male prerogative (SORJ 2007, p. 4).

In various ways women have contributed to the field of design, whether working in a team, in partnership with men or other women, or individually. McQuiston (1988) points out that many women who worked and work on design would rather be known for their ideas or work and not because they are women. In fact, the history of design should base their choices on players in these respects. However, the perverse combination of a professional field that is highly competitive and heavily based on promotion and a society in which male importance prevails, has made this admirable stance become a safe way to obscurity.

Gender relations in design have not only attracted the interest of academia. Similarly to other transnational feminist networks using communication technologies, associations and stakeholders to discuss issues or defend women's interests in design have emerged. The task of minimizing the identified historical invisibility has been assumed by women's organizations that have design as shaft. Either holding meetings, exhibitions or encouraging scientific production, these organizations, although specific to the design area, are the result of an extensive contemporary women's mobilization, as Moghadam (2005) notes, and have been of great interest for studies in sociology and science policy, and reflect the disillusionment of women with existing ones.

Among the most important organizations, the International Gender Network Design – iGDN⁴ (from Germany); Scandinavian Network for Women on Design Research – WONDER⁵ (originated in Norway); Association of Women Industrial Designers – AWID⁶ and Damsels in Design⁷ (both from the United States) may be cited. Is nonetheless interesting to note that the initiatives of historical recovery of women's protagonism in design, as well as the approach of content related to the feminine universe come from countries in which the feminist debate is well advanced. That confirms the ideas of Inglehart and Norris (2003) according to which, post- industrial, richest and most developed societies are more receptive to the ideas of gender equality. The three cases presented below illustrate the process of historical recovery in progress. They report major female protagonism at different times and whose inclusion in design history has only recently occurred, showing

4 <<http://www.igdn.blogspot.com>> Access: 14 oct. 2013.

5 <<http://www.ntnu.edu/womenindesignresearch>> Access: 14 oct. 2013.

6 <<http://www.awidweb.com>> Access: 14 oct. 2013.

7 <<http://www.damselsindesign.com>> Access: 14 oct. 2013.3

the refractory character of the historical record to consider women's actions as pertinent – no matter how innovative they could have been.

Nineteenth Century - Clara Driscoll and the Tiffany Girls

The story of Clara Driscoll and her relationship with Tiffany and Co. illustrates the social scene of women at the end of the nineteenth century. Born in the United States in 1861, in a small town in Ohio, Clara was still very young when she lost her father. Her upbringing occurred within a family of strong women (mother, aunt and three sisters) who valued quality education. After graduating from high school, Clara studied Visual Arts in Cleveland (Western Reserve School of Design for Women) and later in New York (Metropolitan Museum Art School), city where she began working in 1888 for the Tiffany Glass Company. Throughout her years of service at the Tiffany Studios, she was responsible for the supervision of the most important mosaics and stained glass made by the company and for the design of most of their light fixtures and decorative objects. The name of Clara Driscoll, as indeed of any other member of the team, did not appear on commercial credits because it was company policy to concentrate in the image of owner Louis Comfort Tiffany (1848-1933), himself a very prominent name in the design of various luxury items, like jewelry for the family firm – Tiffany and Co.. Clara's story became known from the discovery of hundreds of letters exchanged with her family, whose content produced an exhibition⁸ and a book⁹.

Besides her professional career, the discovery of the Clara Driscoll mail brought to light a whole team of women who worked for the company at that time, the so-called "Tiffany girls". Clara had a successful career at Tiffany. Initiated in simple activities, she gradually assumed more complex tasks and, in 1892, when the company created the Women's Glass Cutting Department, she was responsible for the sector which had six employees; two years later, they were thirty, being five women. As noted by Eidelberg, Gray and Hofer (2007, p.129) "At a time when a

8 A New Light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls. Exhibition: New-York Historical Society (New York, NY), 2007; Singer Laren Museum (Netherlands), 2008–2009, Museum Villa Stuck (Munich, Germany), 2009–2010; The Albuquerque Museum of Art and History (Albuquerque, NM), 2011; Henry Morrison Flagler Museum (Palm Beach, FL), 2012.

9 EIDELBERG, M.; GRAY, N.; HOFER, M. K. *A New Light on Tiffany: Clara Driscoll and the Tiffany Girls*. New York: New York Historical Society, 2007, 200 p.

woman's career in the commercial world was beset by so many obstacles, Clara Driscoll's success was truly Significant."



FIGURE 1 – Clara Driscoll and colleague Joseph Briggs, 1901.
Source: EIDELBERG; GRAY; HOFER, 2007, pp.110-111

Reading the letters sheds light on how she viewed her work and professional relationships. She had a successful career, appreciated her work, felt acknowledged, was supported by her colleagues and, although her salary was not high, it was equal to the best men among Tiffany's employees. She harbored full admiration for her boss and had his recognition for her work, which she valued most; furthermore, without any conflicts she accepted the conditions imposed by the company, especially those that involved her resignation three times. Tiffany would not hire married women, only single women and widows and Clara left all times (1889-1892, 1896-1897, 1909) in the light of this situation, as she returned whenever a marriage ended.

Clara Driscoll's case is very illuminating on the social situation in which she lived in the late nineteenth and early twentieth centuries. American Society, proud of their Protestant roots, considered work as dignifying for the individual and, therefore, though not common, the trajectory of this specific professional was not impeded. One possible explanation would lie in the fact that her area of expertise – the decorative arts – was socially acceptable for women. Remembering Carvalho (2012, p. 2):

The social construction of gender – i.e., how men learn what they should be in society and how women, similarly, learn females standards – occurred in Western society in a binary, dichotomous fashion. If we analyze the characteristics associated with women, such as kindness, affection, patience, submission, physical weakness, tacit/intuitive knowledge are all features that may not be present in the scientific-technological construction. They meet the needs of the private sphere, aimed at women. These are opposite and contradictory characteristics as compared to masculine ones, such as aggression, competitiveness, physical strength, rational performance and purpose that are present in the scientific-technological world, and take place in the public sphere, traditionally aimed at men. One cannot deny that there is a social hierarchy of these characteristics historically considered masculine and feminine, as well as of the women and men that reproduce them (female have less economic value) (CARVALHO, 2012, p. 2).

On the other hand, and apart from their involvement with work, neither Clara nor her relatives and colleagues questioned her resignation at every marriage. Clara does not show outrage with this policy in the company and, although she has been acknowledged by colleagues and enjoyed a number of advantages in her single life – intense social life, large circle of friends, trips abroad – she was able to give up her job for a wedding every time the situation demanded.

The Bauhaus women

The Bauhaus School is one of the landmarks of design. It was a school of design and architecture that, although short-lived (1919-1933), exercised enormous influence in the following decades. That derives not only from its students, some of them foreigners, who were able to disseminate its ideas, but also for its diaspora of forefront teachers, architects and artists, which, because of the political climate of the time, went to other countries, primarily the United States, where their thoughts and practices were potentiated and disseminated by the North American influence in post-war.

The trajectory of the institution was tumultuous, marked by ruptures and contradictions, problems of financial and political order, but from the education point of view, innovations in curriculum, content, teaching, relationship teachers-students and relationship between school and productive sector, all of them became permanent

concepts in the courses of design and architecture, which would be created later.

Despite a few exceptions, during the nineteenth century, German women had no access to art studies at the university level, being restricted to private classes generally expensive. The attractiveness of the Bauhaus with the female audience in its first call resulted in a set of changes in the Germany of the early twentieth century, among which was the facilitation of women's access to education.

When the State Bauhaus opened its doors to both male and female applicants in 1919, there were more female than male applicants for the first semester. Things were not always made easy for these women, and in retrospect, one can attribute much of the innovative potential of the Bauhaus to them (MÜLLER, 2009, p. 9).

However, as Müller (2009) adds, despite the numerous innovations in teaching, ideas on gender found among teachers of the Bauhaus were those according to which men were the bearers of intelligence and culture, and women, creatures of nature defined by feelings.

Scholars such as Anscombe (1985), Droste (1992.2006) and Müller (2009) are not unanimous as to the intensity of prejudice against women, but they agree that it existed. Not only Walter Gropius, the founder of the Bauhaus and main proponent of its advances, but also meaningful teachers that already represented the cutting edge in their fields showed resistance to the presence of women in school mainly in the second phase of the institution, during which it sought to move away from the initial experimentation and approach the industry. In face of the impossibility of having their access forbidden, women were targeted for workshops with subjects such as weaving and pottery, in the belief that those were more "feminine" territories.

In his first speech to the Bauhaus students, Gropius made specific references to women present: 'no special treatment for women; at work, all are artisans', 'absolute equality of rights, but also absolute equality of obligations', that was included in his notes. But in September 1920, Gropius suggested to the Council of Masters' that the selection should be more strict, particularly in the case of females, who already were too many'. Further he advised that one should not do any 'unnecessary' experience and send women to the weaving workshop shortly after the Vorkurs¹⁰. (DROSTE, 2006, p. 40)

Most women did not question this traditional image; others, however, dedicated themselves to break the barriers and eventually became symbols of a positive resistance to the perpetuation of stereotypes in a professional institution that symbolized and still symbolizes modernity. Between them and, as an example, one can highlight Marianne Brandt (1893-1983) who made her way in the most male school workshop, the metal workshop.



FIGURE 2 – Marianne Brandt, self-portrait with lilies, 1923.



FIGURE 3 – View of the studio and metalwork tables with Marianne Brandt and Hin Bredendieck, 1930.

Source: MÜLLER, 2009, p. 118

Source: DROSTE, 2006, p. 172

Marianne herself evaluated her condition, stating that her acceptance in the metal workshop had not been easy, a male universe that expressed discontent by delegating bland and boring tasks to her and where only the long and persistent coexistence helped to calm things down and adjust her presence to the environment. (MÜLLER, 2009)

The maidens of design at General Motors

General Motors, one of the largest automobile manufacturers in the world, began to include women in its workforce around 1943, in the pioneering initiative of then Vice President of Style, Harley Earl (1893-1969).

10 Bauhaus preliminar course, which qualified the student for access to the workshops

In a way, it was not unexpected to find women working in the industry during the Second World War (1939-1945); however, after the end of the conflict, while they returned to their previous domestic roles, General Motors continued to invest in its women's team. In the mid-1950s, there were nine women¹¹, all graduated with extensive training in industrial design¹².

The team worked on the interior design of the cars (colors, fabrics and accessories) and in the development of systems for kitchen, laundry and food preservation (Frigidaire Appliance Company was a division of GM appliances). The constitution of the team of designers can be attributed in part to a company advertising strategy, since the so-called "maidens of design" received much attention from print media. However, part was also due to the recognition by Harley Earl, of the valuable contribution that women could bring to the auto industry – at the time, seven out of ten cars were sold based on the opinion of the female audience.



FIGURE 4 – From left to right: Suzanne Vanderbilt, Ruth Glennie, Marjorie Ford Polhman, Harley Earl, Jeanette Linder, Sandra Longyear & Peggy Sauer.

Source: General Motors¹³

11 Dagmar Arnold, Ruth Glennie, Gere Kavanaugh, Jan Hrebs, Sandra Longyear, Helene Pollins, Peggy Sauer, Jane Van Alstyne and Suzanne Vanderbilt

12 Seven had graduated from Pratt Institute and two had a Master's degree in Fine Arts

13 <<http://www.gmphotostore.com/1954-Damsels-of-Design-and-Harley-Earl/productinfo/53217284/#.UpudPMRDuSo>> Access: 10 oct. 2013

This viewpoint, although shared by other leaders of the company, was not unanimous, so that Bill Mitchell (1912-1988), Harley Earl's successor after his retirement in 1959, said: "No women are going to stand next to any senior designer of mine".

At that time, women in the team recognized the need to break pre-established concepts and demarcate the female space, not only being frivolous and futile, but with concrete actions related to the practical problems that had to do with both sexes in a balanced way.

Patriarchy and its influence on design history

Patriarchy is a topic widely discussed by feminist theory and of a more complex meaning than simple male domination. Different gender relations are established according to the geographic variation in age, class and ethnicity contexts, for example, but the common denominator is the existence of a hierarchy of values in which the superior position is with men and the lower (less strength, less power, less visibility, less freedom, less valuable, among others) with women.

Of direct relevance to the discussion held here is the understanding that, in such strong patriarchal relations scenario, all areas turn out to be involved and the general history – and particularly the history of design – was not immune to this influence. As Buckley (1989, p.4) notes "design historians who examine women's role in design must acknowledge that women in the past and women today are placed within the context of patriarchy, and that ideas about women's design abilities and design needs originate in patriarchy".

In patriarchy, the sexual division of labor occurs, and in turn, the form of division of labor caused by social relations between the sexes. As Hirata (2007, p.599) reminds us:

This particular form of social division of labor has two organizing principles: the principle of separation (there are men's works and women's works) and the hierarchical principle (one man's job "worth" more than a woman's). These principles are valid for all known societies, in time and space. They can be applied through a specific process of legitimation, the naturalist ideology. This degrades

the genre to biological sex, reduces social practices to gendered "social roles" that refer to the natural destiny of the species (HIRATA, 2007, p. 599).

Considering that design was, in historical terms, strongly associated with the Industrial Revolution and the capitalist world, and that, by "naturalistic" conception, women would be intended to create objects to be used by themselves or that meet the household demands (therefore with no economic value), it is understandable that no importance has been given the creative actions of these women.

Final notes

Finally, we highlight how the three cases reveal the influence of the patriarchal system. Clara Driscoll was active at work, she assumed leadership of a staff, was well paid and found no major obstacles to her activity as a designer because she suited the role she was allowed: she worked, created, but accepted anonymity, favored the life as wife every time she had the opportunity and mainly, acted in an area – the decorative arts – considered appropriately feminine. Marianne Brandt waited patiently for the acceptance of her peers and was one of the few to face the challenge of entering into male territory – the metal workshop, while most women Bauhaus students remained in female territories such as weaving, pottery, wooden toys, children's furniture and artistic photography. The "maidens of design" entered the male universe through the side door of cars' interior design and only survived in this field while the male figure that allowed them access existed.

However, the most significant in all three situations is that they happened and have value for understanding the dynamics of design, but were not considered relevant by historians. The fact that remains as a reflection of patriarchal society is that the action of these women was not seen as part of the development of design. Since the patriarchal society establishes distinct roles, positions, spaces and expectations for the sexes, the actions of these women was possibly seen as an exception, outside the rule and therefore not recorded unless under the condition of exceptionality and when this happened, it was through conscious redemption by other women many decades later.

The absence of women designers in specialized publications is a historical omission that should be further studied, reflected and understood based on a patriarchal system prevalent, and researchers must be aware of the fact that little progress has been made in this field since the post-modernity and the new history¹⁴ has opened space for the reasoning of the excluded.

¹⁴ The expression New history comes from French *Nouvelle histoire*, and refers to the historiographical current emerged from 1970 with the third generation of the *Annales School*. It is linked to cultural history, history of representations and the history of mentalities.

References

- ANSCOMBE, Isabelle. *A woman's touch: women in design from 1860 to the present day*. New York: Penguin Books, 1985. 216 p.
- 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. pp. 251-262.
- BUCKLEY, Cheryl. Made in patriarchy: theories of women and design - a reworking. In: ROTHCHILD, Joan (ed). *Design and feminism: re-visioning spaces, places, and everyday things*. New Jersey: Rutgers University Press, 1999. pp. 109-118.
- CAMPI, Isabel. El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto: un estado de la cuestión. In: CAMPI, Isabel (coord.). *Diseño y historia - tempo, lugar e discurso*. México: Designio, 2010. pp. 87-114.
- CARVALHO, Marília Gomes de. Ciência, tecnologia e gênero e os paradigmas científicos. Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero, 9, 2012, Universidade de Sevilha. *Memórias do IX Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero*. Sevilha: OEI, 2012. Disponível em < www.oei.es/congresoctg/memoria/pdf/Gomes.pdf > Acesso em: 01 de out. de 2013.
- DENIS, R. C. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2000. 240 p.
- DROSTE, Magdalena. *Bauhaus: 1919-1933*. 2. ed. Köln: Taschen, 2006. 256 p.
- EIDELBERG, M.; GRAY, N.; HOFER, M. K. *A new light on Tiffany*. Clara Driscoll and the Tiffany Girls. New York: New York Historical Society, 2007. 200 p.
- ESCLAPÉS, Rosalia Torrent. Sobre diseño y género - mujeres pioneras. Millars: *espai i història*, Castelo de La Plana, n. 31, p. 221-231, 2008. Disponível em <<http://>

www.raco.cat/index.php/Millars/article/view/169300> Acesso em : 8 mar. 2013

FLORES, O. S. La construcción de La historia em El diseño. In: CAMPI, Isabel (coord.). *Diseño y historia - tempo, lugar e discurso*. México: Designio, 2010. pp. 23-38.

GRAVIER, Marina Garone. Los designios de Eva: el gênero em La identidad Del diseño latinoamericano. *Revista 180*, Santiago, v.13, n.24, p.32-35, dez.2009.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, v. 37, n. 132, p.595-609, set./dez., 2007.

INGLEHART, R. & NORRIS, P. From traditional roles to gender equality. In _____. *Rising tide- gender equality and cultural change around the world*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. pp. 29-48.

MCQUISTON, Liz. *Women in design: a contemporary view*. New York: Rizzoli, 1988. 144 p.

MOGHADAM, V. M. The women's movement and its organization: discourses, structures, resources. In: _____. *Globalizing women: transnational feminist networks*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2005. cap. 4. pp.78-104.

MÜLLER, Ulrike. *Bauhaus women*. Paris: Flammarion, 2009. 152 p.

SCOTT, Joan W. Gender: a useful category of historical analyses. In: _____. *Gender and the politics of history*. 2.ed.rev. New York: Columbia University Press. 1999. pp. 28-52.

SORJ, Bila. Pesquisas comparativas: uma análise crítica dos indicadores de gênero. *Revista Z Cultural*, Rio de Janeiro, v.3, n.3, 2008. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/pesquisas-comparativas-uma-analise-critica-dos-indicadores-de-genero-de-bila-sorj/>> Acesso em: 01 de out. de 2012.

Para obter mais informações
sobre outros títulos da EdUEMG,
visite o *site*
<http://eduemg.uemg.br/>

*For more information
about other titles of EdUEMG,
visit the website
<http://eduemg.uemg.br/>*

Este livro foi composto pela EdUEMG e impresso pela
gráfica e editora O Lutador, em sistema offset, papel Offset 75g, capa em
Supremo 250g, em dezembro de 2014.

*This book was composed by EdUEMG and printed by the graphics and publisher
O Lutador, in offset, paper AP 90g, cover in Triplex 250g, in december 2014.*

Os Cadernos de Estudos Avançados em Design integram o conjunto de publicações do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design (Centro T&C Design) da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED-UEMG).

The Collection of Advanced Studies in Design integrates the set of publications of the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design (Centro T&C Design) of the School of Design of the Minas Gerais State University (ED-UEMG).

| REALIZAÇÃO *Realization*

ESCOLA DE
DESIGN



Centro de Estudos, Teoria,
Cultura e Pesquisa em Design

| APOIO *Support*



FAPEMIG

ESCOLA DE
DESIGN



Programa de Pós-Graduação
em Design

