

Design e Feminismo: a iniquidade de gêneros na 12º Bienal de Design Gráfico

Design and Feminism: gender inequity at the 12th Graphic Design Biennial

Moura, M.C & Romano, R. B.

Design gráfico, feminismo, premiações, iniquidade

Esse artigo procura relacionar o design com o feminismo a partir da investigação a respeito da iniquidade de gêneros nas premiações de Design no Brasil, tendo como objeto de estudo a 12º Bienal de Design Gráfico Brasileiro. Determinado assunto se dá a partir dos inúmeros casos de desigualdade enfrentados pelas mulheres historicamente, e que ainda aparecem enraizados na nossa sociedade, repetindo padrões que precisam ser superados em benefício de uma sociedade mais plural, igualitária e pacífica. Essa problemática (histórica e atual) reflete em diversos setores da vida das mulheres, incluindo o mercado de trabalho e suas diferentes esferas de atuação, sendo uma delas o Design. Dessa forma, essa pesquisa envolveu o estudo bibliográfico e o estudo de caso, adotando caráter misto quali-quantitativo (qualitativo e quantitativo) para que fosse comprovada a hipótese da existência de iniquidade na premiação de Design Gráfico Brasileiro, a partir da análise comparativa entre os nomes citados no catálogo disponível online. O artigo está dividido em cinco tópicos: (1) Introdução; (2) Fundamentação; (3) Metodologia; (4) Resultados e (5) Discussão. Foram estudados autores da área do Design como: Leon (2009), Moraes (2014), Porto (2017), Schneider (2010) e Vadillo (2009). Pretende-se com essa pesquisa incentivar a realização de mais levantamentos como esse, para que assim ocorra a transformação e a adoção de novas perspectivas nas premiações de Design objetivando a maior visibilidade da atuação feminina no design gráfico brasileiro.

Graphic Design, feminism, awards, iniquity

This article relates the design with feminism through researches of gender inequity in the design awards in Brazil, the object of study is the 12th Brazilian Graphic Design Biennial. This theme arises from the numerous cases of inequality faced by women historically, and which still appear consolidated in our society, repeating patterns that need to be overcome to a more plural, egalitarian and peaceful society. This problematic (historical and current) reflects in several sectors of women's lives, including the workspace and its different spheres of action, one of them is Design. Thus, this research involved the bibliographic study and the case study, adopting the mixed qualitative and quantitative form, to prove the hypothesis of the existence of iniquity gender in the Brazilian Graphic Design awards, based on the comparative analysis between the names mentioned in the catalog available online. The article is divided into five topics: (1) Introduction; (2) Rationale; (3) Methodology; (4) Results; and (5) Discussion. Designers such as Leon (2009), Moraes (2014), Porto (2017), Schneider (2010) and Vadillo (2009) were studied. This research aims to encourage the realization of more surveys such as this, so that the transformation and the adoption of new perspectives in the Design awards may occur, aiming at greater visibility of the female performance in Brazilian graphic design.

1 Introdução

É perceptível o avanço das mulheres no mercado de trabalho em comparação com as realidades já vivenciadas por elas. Porém tal movimento não representa a inexistência de problemáticas que persistem e necessitam de melhorias. Uma dessas pautas é a desigualdade de gêneros, problemática de relevância social e política. Cada vez mais tem ganhado foco em discussões e gerado a necessidade do desenvolvimento de pesquisas científicas a respeito. Estando presente também, nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Organização Nações Unidas). Para a organização, essa conquista não é somente um direito humano essencial, mas é também a base para um mundo mais pacífico, próspero e sustentável.

Anais do 9º CIDI e 9º CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brasil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

Proceedings of the 9th CIDI and 9th CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brazil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

No contexto do design gráfico brasileiro, são diversos os casos de invisibilidade e iniquidades enfrentados por mulheres, tais como, o pequeno número de mulheres registradas na história publicada do design, as poucas referências de mulheres com destaque profissional ou posições com hierarquia superior no mercado de trabalho (profissional e acadêmico), a segmentação de áreas consideradas femininas e a aparente disparidade existente entre homens e mulheres nas premiações de design.

Nesse artigo vamos concentrar a pesquisa nas premiações de Design. Entre elas está a Bienal de Design Gráfico Brasileiro, que é um dos principais eventos da área no país, além de ser reconhecido por sua importância e prestígio. A primeira edição foi realizada em 1992, portanto, em 2017, o evento comemorava 25 anos de ação em benefício da divulgação, valorização e consolidação do design gráfico no país. Porém, na última edição realizada, 2017, objeto dessa pesquisa, ainda é ínfima a participação do gênero feminino como autoras responsáveis pelos projetos selecionados e, mesmo, nas equipes de trabalho. Apesar de essa última Bienal ter como objetivo o aumento de trabalhos selecionados em comparação aos eventos anteriores.

Dessa forma, essa pesquisa parte da hipótese da existência de iniquidade entre homens e mulheres nas premiações de design. Sendo o objetivo principal a problematização do tema na área e a inspiração para que ocorram mudanças em prol de realidades mais igualitárias.

2 As desigualdades do mercado de trabalho presentes no cotidiano feminino

Para tratar sobre a temática da iniquidade entre nomes femininos e masculinos nas premiações de design gráfico do Brasil, é preciso que seja feita a contextualização a respeito do percurso das mulheres na área do Design, como também o histórico vivenciado por elas no mercado de trabalho em sua totalidade. Para isso foram estudados autores da área do Design: Leon (2009), Moraes (2014), Porto (2017), Schneider (2010) e Vadillo (2009). Como também, da área de História, Sociologia e Política sendo eles: Costa (2010), Hollanda (2018), Matos e Borelli (2012), Rago (1996), Scott (1992), Teles (1999).

Ao retratarmos a história do design, Schneider (2010) afirma que a mesma conta com grande ausência de mulheres e amplo predomínio de homens na profissão, dizendo que a história social das designers ainda precisa ser escrita. Leon (2009) também expõe a notável falta de estudos mais aprofundados sobre a História do Design Brasileiro e chama atenção para a participação feminina na área, que segundo ela, ainda não foi tematizada no mundo do design brasileiro. Esses acontecimentos são um reflexo do que sempre ocorreu na História Geral das mulheres, contemplando o que dizia a escritora Simone de Beauvoir em 1949: 'Toda a história das mulheres foi escrita pelos homens.' (como citado em Teles, 1999, p. 12). A luta pela escrita da história feminina que atendesse suas heroínas, provas de atuação e explicação sobre as opressões sofridas é pauta das ativistas feministas desde a década de 60, como apontado por Scott (1992).

No design além da invisibilidade histórica há a segmentação de áreas, fato que pode ser observado na Bauhaus (1919-1933), histórico centro de design e arquitetura e um espaço pedagógico que teve grande impacto no design industrial e gráfico do século XX. (Vadillo, 2009, p. 27). A escola, segundo Campi (2010), promovia a igualdade entre os estudantes e a não distinção de raça ou gênero. Porém a prática era diferente, as mulheres eram majoritariamente inscritas na área têxtil, técnica que para Vadillo (2009), era associada a virtudes que foram impostas às mulheres como paciência, calma e obediência, além de ser realizada tradicionalmente nos espaços domésticos. Essa segmentação feita através das representações sociais que sempre relacionaram a mulher ao cuidado, delicadeza, submissão, paciência e ao detalhe ocorre desde a entrada das mulheres no mercado de trabalho. Seguindo esses padrões, elas foram incorporadas com mais facilidade quando assumiam ocupações para as quais eram consideradas 'vacionadas' como fiar, tecer, costurar, cuidar e servir. (Matos e Borelli 2012).

Na atualidade no campo do design ainda existe a divisão de áreas consideradas femininas, Schneider (2010) indica algumas delas, como moda, decoração, cerâmica e joalheria. Afirma

também, que os setores economicamente e socialmente ligados ao prestígio são majoritariamente ocupados por homens. Concluindo que essas barreiras exigem das mulheres um movimento de superação constante, além de grandes medidas de adaptação, conscientes ou inconscientes, às “regras dominantes” do design.

No entanto, ao pensarmos na totalidade do cenário profissional, a partir da socióloga Costa (2013) é inegável o avanço das mulheres. Pode-se observar que a partir de 1970 no Brasil, o número de mulheres inseridas nas universidades aumentava em cinco vezes, enquanto o de homens apenas dobrava. Modificando o ambiente acadêmico que costumava ser um espaço de domínio masculino. (Matos & Borelli, 2012). Esse aumento ocorre coincidentemente com a explosão feminista na década de 70, essa que contribuiu para a ascensão feminina nos ambientes criativos. (Hetzl, 2016, p. 43). Em sequência, no ano de 2017 a partir dos dados do Censo de Educação Superior do Inep/Deed, o percentual feminino de concluintes nos cursos de graduação do país é de 61,1%. Dentro do cenário do Design Gráfico, uma estimativa feita pela ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos) de 2012 mostrava que 40% dos seus associados são mulheres, enquanto 60% são homens. Esses dados são significativos e mostram uma ascensão feminina, mas para Hollanda não podemos esquecer:

Embora as mulheres sejam maioria no corpo estudantil e técnico-administrativo e estejam bem representadas enquanto docentes e pesquisadoras, quando se fala em sinais de prestígio – como cargos de poder -, a situação muda. (Hollanda, 2018, p. 209)

Hetzl (2016) concorda colocando que o quadro otimista não significa a inexistência das desigualdades de gênero na área profissional. Indica que as premiações e eventos de Design Gráfico estão entre os espaços em que as mulheres enfrentam esses impasses e enfatiza a importância dos eventos para as profissionais, uma vez que a visibilidade proporcionada por eles se relaciona com o reconhecimento profissional. A respeito do tema, Brighenti (2007), diz que o reconhecimento é uma forma de visibilidade social e que para as minorias raciais e de gênero, ser invisível implica em estar privado de reconhecimento. (como citado em Hetzel, 2016, p. 46).

Nesse sentido, é importante destacar a pesquisa realizada pelo Núcleo de Opinião Pública FPA em 2010, a respeito das mulheres brasileiras. A partir dos resultados, a socióloga Costa (2013) conclui que o mundo do trabalho está definitivamente atrelado como um importante parâmetro de avaliação do grau de bem-estar das mulheres brasileiras.

Fundamentada as problemáticas que envolvem a vivência das mulheres no mercado de trabalho em suas diferentes esferas de atuação, é evidente a importância do movimento feminista nas lutas e nas conquistas referentes a esse tema. As reivindicações das ativistas trouxeram diversas melhorias desde o direito ao voto, ao estudo, o diploma e a atuação no mercado. ‘O feminismo denuncia e critica. Logo deve ser pensado e lembrado.’ (Rago, 1996, p. 15).

A Bienal de Design Gráfico Brasileiro

A 12ª Bienal Brasileira de Design Gráfico, objeto de estudo da pesquisa, aconteceu em Brasília entre os meses de agosto e setembro de 2017, em conjunto com a celebração de 25 anos do evento. Foi organizada com a parceria da Adegraf (Associação dos Designers Gráficos do Distrito Federal) e da ADG Brasil (Associação de Designers Gráficos do Brasil).

Contava com um grande desafio nesta edição, de aumentar a quantidade de projetos selecionados, e ainda assim, constituir uma exibição dinâmica e bem acabada. Assim, foram 503 projetos selecionados, produzidos entre 2015 e 2016, com destaque em 48 deles. (ADG Brasil, p. 8) Para que os mesmos fossem julgados a partir de um olhar especializado e diversificado, foi composto um júri de 98 pessoas com diferentes idades, formações e áreas de atuação. (Porto, p. 11).

Vale ressaltar a importância da Bienal para o país, pois ela representa a sua cultura material que vai além da questão da produção e da indústria, mas de igual forma da identidade, do consumo e do mercado. (Moraes, 2014, p.13).

As palavras do designer salientam a importância da Bienal brasileira como representante da nossa identidade, do consumo e do mercado. Como também auxilia na divulgação, valorização

e consolidação do design gráfico no país, além de gerar visibilidade e reconhecimento profissional para os envolvidos. Porém é um dos espaços que, como colocado por Hetzel (2016), realçam impasses e iniquidades para o público feminino.

3 Metodologia:

O método adotado é de caráter misto, quali-quantitativo (qualitativa e quantitativa) e envolve pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso. O levantamento dos dados foi obtido a partir da quantificação dos nomes masculinos e femininos como autores e como participantes de equipes dos projetos selecionados (disponíveis online) na 12ª Bienal Brasileira de Design Gráfico.

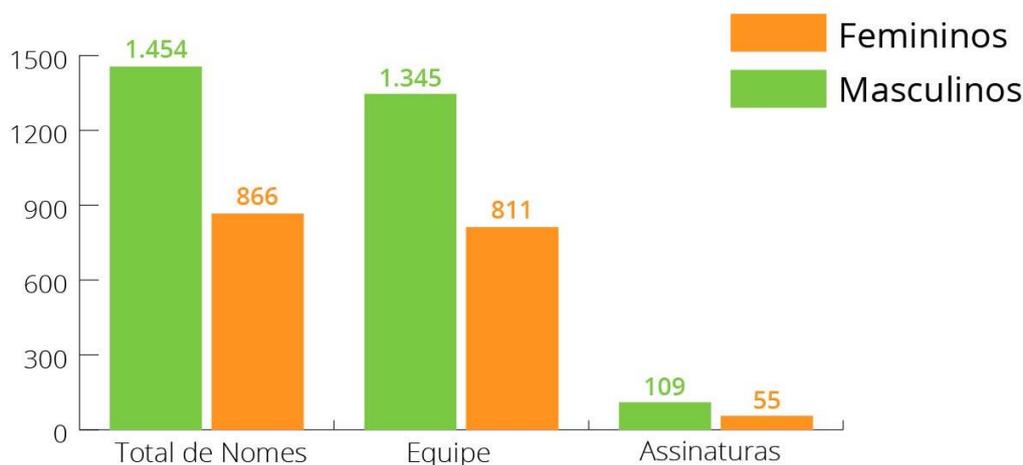
Houve a análise de 503 projetos, os números obtidos foram comparados conforme segmentos (p.ex.: Branding & Identidade Visual, Design Editorial, Design Promocional, Design Digital, Design de Embalagens, Design Tipográfico e Fronteiras do Design) essa segmentação também foi utilizada na 11ª Bienal Brasileira de Design Gráfico. Do mesmo modo, foi feita a investigação comparativa com o total dos trabalhos e com os que foram selecionados como destaque na edição. Durante a pesquisa dedicou-se maior grau de importância às autorias/assinaturas e aos destaques, pois são os setores que permitem maior visibilidade aos envolvidos e, portanto mais reconhecimento.

É importante ressaltar que os nomes foram contados levando em consideração quais são culturalmente atrelados ao gênero feminino e ao gênero masculino. O número total é referente à quantidade de vezes em que aparecem os nomes, podendo haver a repetição de alguns.

4 Resultados

Dos resultados obtidos com as análises, o principal é a evidência da predominância de nomes masculinos em relação aos femininos, tanto como autores dos projetos ou inseridos nas equipes responsáveis pelo desenvolvimento do produto. Na Figura 1, foram apresentados os resultados da análise comparativa dos nomes na totalidade, como autores dos projetos e como integrantes das equipes. Resultando no sinal da ínfima participação e representação feminina.

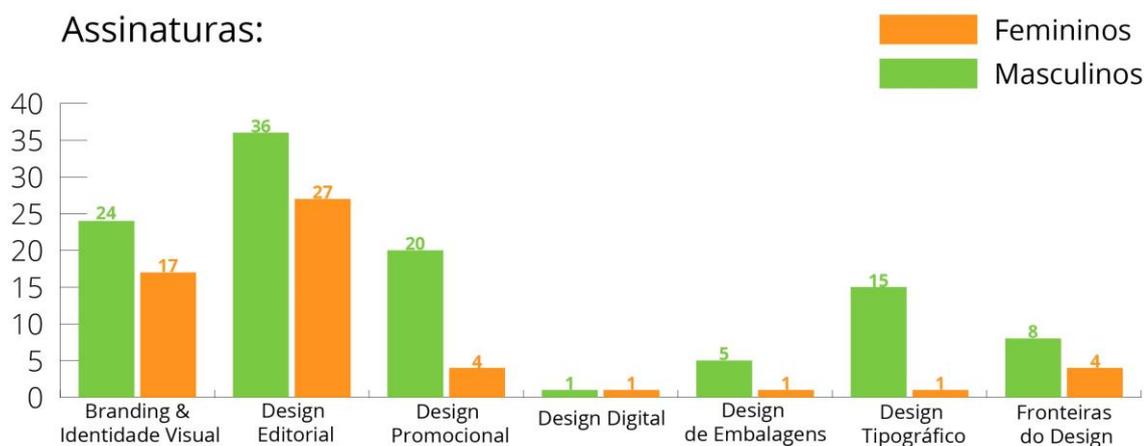
Figura 1: Total de nomes (autor)



Para mais, os trabalhos foram compilados em sete categorias, tendo como exemplo a Bienal Brasileira de Design Gráfico anterior. Sendo esses os números totais de trabalhos em

cada segmento: Branding & Identidade Visual – 168; Design Editorial – 157; Design Promocional – 78; Design Digital – 19; Design de Embalagens – 38; Design Tipográfico - 19 e Fronteiras do Design - 24. Ao analisarmos as autorias femininas e masculinas em cada uma dessas categorias (Figura 2), percebe-se que na maioria dos casos os nomes masculinos são superiores.

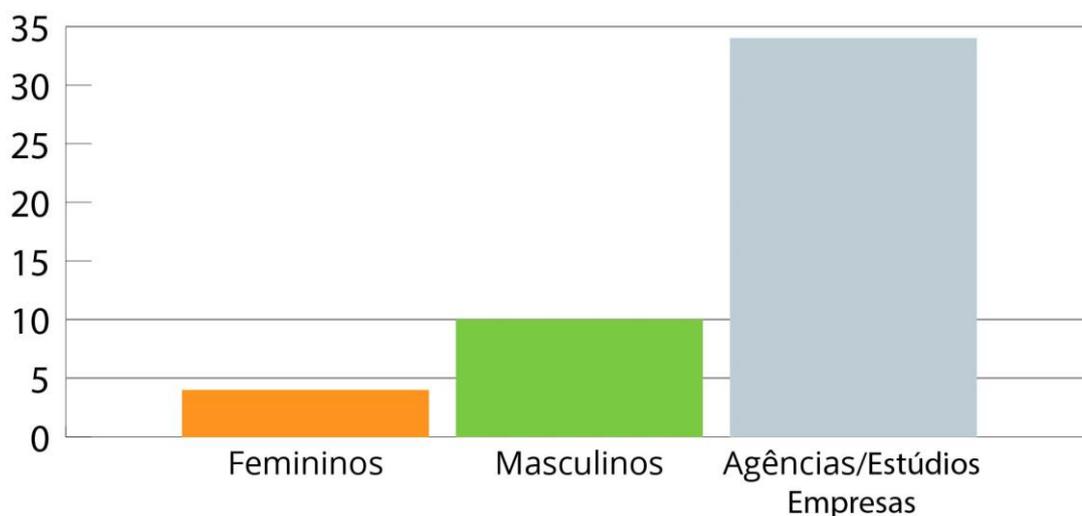
Figura 2: Assinaturas (autor)



As assinaturas femininas ultrapassam as masculinas em três casos constatados ao se detalhar cada categoria. Sendo esses: Projetos Gráficos de Livros, área incluída em Design Editorial - femininas 14 e masculinas 13 -; Exposições, pertencentes ao Design Promocional - femininas 4 e masculinas 2-; Revistas, área do Design Editorial - femininas 4 e masculinas 2-.

Já no quesito trabalhos que receberam destaque, ou seja, uma nota divulgada online com comentários do júri. Constataram-se a partir da análise comparativa entre as assinaturas os seguintes números (Figura 3).

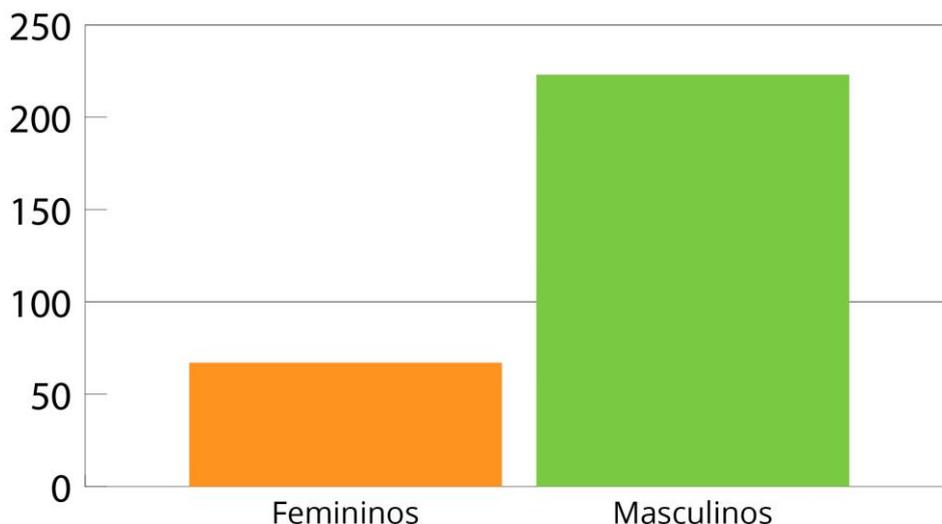
Figura 3: Destaques (autor)



Os resultados relacionados às autorias nos projetos em destaque mostram que, embora os nomes femininos estejam em menor quantidade, as assinaturas feitas com nomes de agências, estúdios e empresas, aparecem em um número muito mais elevado. Logo, foi feito o

levantamento do número total de trabalhos assinados por agências, estúdios e empresas, não só os referentes aos destaques, chegando ao número de 339 projetos. Sendo assim, para maior credibilidade da pesquisa, foi feito o levantamento de acordo com as descrições das equipes divulgadas online de nomes femininos e masculinos pertencentes a cargos de direção e/ou chefia. Entre as funções de direção encontrou-se: direção de arte, criação, executiva, design filme, estratégia, atendimento, arquitetura, fotografia, marca, técnica, musical, entre outros. Em algumas equipes aparecem mais de uma atividade relacionada à direção. Na figura a seguir (Figura 4), vemos a quantidade de nomes masculinos que estão atrelados à função de diretor e chefe dos projetos em comparação aos femininos.

Figura 4: Cargos de Direção e Chefia (autor)



A partir dessa figura, vemos que embora a maioria dos trabalhos não tenham sido assinados nem por mulheres nem por homens e sim por empresas, quando se trata dos cargos de chefia e de poder, os nomes masculinos aparecem sempre em um número bem mais elevado. Esse fato vai de encontro com o que foi dito anteriormente por Hollanda (2018) quanto aos cargos de poder e prestígio estar comumente associados aos homens.

5 Discussão

A partir dos resultados alcançados com essa pesquisa, fica evidente a iniquidade entre os gêneros na 12ª Bienal Brasileira de Design Gráfico. Contudo, devido ao ineditismo do levantamento não é possível comparar se essa iniquidade é uma constante, um sinal de melhora ou um agravamento. Todavia, a partir da fundamentação teórica a respeito do percurso feminino na área e também no mercado de trabalho nota-se que as iniquidades e desigualdades vivenciadas pelas mulheres são proeminentes. Apesar do estudo de caso aqui referido não alcançar um resultado do exato panorama das premiações de design brasileiras, há a possibilidade de a iniquidade existir na maioria delas. Não anulando a necessidade de mais pesquisas com essa temática.

Esse fato nos causa maior impacto negativo quando associado à elevada diferença existente entre homens e mulheres que ocupam os cargos de direção e chefia nas equipes citadas nessa pesquisa. Concordando com o que os autores estudados já diziam sobre o possível quadro otimista não significar uma realidade de melhora em sua totalidade, principalmente quando se fala de cargos de destaque e liderança. Frente a isso, a questão que

se formula é se essa ausência implicaria de forma negativa na autoconfiança das mulheres na área, principalmente das jovens profissionais. Para respondê-la será necessário maior aprofundamento desses levantamentos, principalmente pelo o que foi falado por Costa (2013) a respeito do grau de bem estar das mulheres brasileiras ser intimamente ligado ao mundo do trabalho, evidenciando a necessidade desses estudos. Assim, objetivando maior reconhecimento das mulheres na área, a partir do aumento da visibilidade de seus projetos e contribuições para a constituição do design gráfico.

Ademais, a pesquisa evidencia a importância da luta feminista nessas pautas como uma ferramenta para alcançar os objetivos necessários. E indica que apesar dos sinais de melhorias o caminho por igualdade e equidade ainda é longo, visto os resultados provenientes do levantamento.

6 Referências

- Campi, I. (2010). El sexo determina La historia¿ Las diseñadoras de produto: um estado de La cuestión. In: *Deseño y Historia: tiempo, lugar y discurso*. (pp. 87-114). Mexico: Designio.
- Costa, A.O. (2013) Felizes, contentes e feministas. Em Venturini G. & Godinho, T. *Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado*. (pp. 37-47). São Paulo: Fundação Peseu Abramo.
- Hetzel, A. D. (2016). Mulheres no Design Gráfico: O passado e presente – uma análise comparada entre Brasil e Portugal. *Dissertação* (mestrado). Lisboa: Universidade de Lisboa.
- Hollanda, H.B. (2018). *Explosão Feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Leon, E.(2009). *Memórias do Design Brasileiro*. São Paulo: Senac SP.
- Matos, M. I. & Borelli, A. (2012). Espaço Feminino no Mercado Produtivo. In: Bassanezi, P. & Pedro, J.M. *Novas Histórias das Mulheres*. (pp. 37-47). São Paulo: Contexto.
- Moraes, D. (2014). Entrevistas. [Entrevista concedida a] Monica Cristina de Moura. *Dobras*, 7(16), pp. 129 – 137.
- Porto, B., Junior M. A. L.& Cruzeiro, V. (2017). *Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG, 12*. São Paulo: Blucher.
- Rago, M. (1996). Adeus ao Feminismo: Feminismo e (pós) modernidade no Brasil. Campinas: Cadernos AEL, n. 3/4.
- Scott, J. (1992). História das mulheres. Em: Burke, P. *A escrita da história: novas perspectivas*. (pp. 63-96). São Paulo: Editora da Universidade Estadual de São Paulo.
- Schneider, B.(2010). *Design uma Introdução: o design no contexto social, cultural e econômico*. São Paulo: Blucher.
- Teles, M. A. A. (1999). *Breve História do Feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense.
- Vadillo, M. (2009). *El triunfo de las diseñadoras invisibles: la Bauhaus em femenino*. I+Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño, 1(1), 27–34.

Sobre as autoras

Mônica Cristina de Moura, PhD, UNESP Bauru, Brasil <monicamoura.design@gmail.com>

Raquel Bosso Romano, UNESP Bauru, Brasil <raquel.romano@faac.unesp.br>