



caderno atempo

HISTÓRIAS EM ARTE E DESIGN

Marcelina das Graças de Almeida
Edson José Carpintero Rezende
Giselle Hissa Safar
Roxane Sidney Resende de Mendonça
(organizadores)



caderno
atempo

HISTÓRIAS EM ARTE E DESIGN

C122 Caderno atempo : histórias em arte e design /

Marcelina das Graças Almeida, Edson José Carpintero Rezende,
Giselle Hissa Safar, Roxane Sidney Resende Mendonça (organizadores). --
Barbacena : EdUEMG, 2015.

117p. ; il. color. -- (Caderno atempo : histórias em arte e design ; v. 2)

ISBN: 978-85-62578-57-1

Inclui bibliografias

1. Desenho (Projetos) – Estudo e ensino. 2. Arte (História) – 3.
Abordagem interdisciplinar do conhecimento – Desenho (Projetos).
I. Almeida, Marcelina das Graças. II. Rezende, Edson José Carpintero.
III. Safar, Giselle Hissa. IV. Mendonça, Roxane Sidney Resende de.
V. Universidade do Estado de Minas Gerais. Escola de Design. VI. Título.

CDU: 7.05:7(091)

Coordenadora

Marcelina das Graças de Almeida

Organizadores

Edson José Carpintero Rezende

Giselle Hissa Safar

Roxane Sidney Resende de Mendonça

caderno
atempo
HISTÓRIAS EM ARTE E DESIGN

Barbacena

Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

2015

UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS



Cadernos aTempo – Histórias em Arte e Design

Núcleo de Design e Cultura - NUDEC
Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – ED UEMG
Universidade do Estado de Minas Gerais

Reitor

Dijon De Moraes Júnior

Vice-reitor

José Eustáquio de Brito

Chefe de Gabinete

Eduardo Andrade Santa Cecília

Pró-reitor de Planejamento, Gestão e Finanças

Adailton Vieira Pereira

Pró-reitora de Pesquisa e Pós Graduação

Terezinha Abreu Gontijo

Pró-reitora de Ensino

Renata Nunes Vasconcelos

Pró-reitora de Extensão

Vânia Aparecida Costa

EdUEMG - Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais

Coordenação

Danielle Alves Ribeiro de Castro

Projeto gráfico

Débora de Lima e Melo / Breno Pessoa dos Santos / Equipe LDG

Ilustrações

Telma Martins

Produção editorial e revisão

Danielle Alves Ribeiro de Castro

Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais

Diretora: Simone Maria Brandão M. de Abreu

Revisores

André Borges Meyerewicz

Patrícia Pinheiro de Souza

Paula Barreto Paiva

Organizadores:

Edson José Carpintero Rezende

Giselle Hissa Safar

Marcelina das Graças de Almeida

Roxane Sidney Resende de Mendonça

Conselho Editorial do Caderno aTempo

Profa. Dra. Adalgisa Arantes Campos – UFMG
Profa. Dra. Giselle Beiguelman – USP
Prof. Dr. José Francisco Ferreira Queiroz – CEPES,
Universidade do Porto e Escola Superior Artística do Porto
Prof. Dr. Leandro Catão – UEMG/ Faculdade Educacional de Divinópolis
Profa. Lucy Carlinda da Rocha de Niemeyer – ESDI/RJ
Profa. Luzia Gontijo Rodrigues – UEMG
Prof. Dr. Marcelo Kraiser - UFMG
Prof. Dr. Marcos César de Senna Hill- UFMG
Profa. Dra. Maria Cecília Loschiavo Santos – USP
Profa. Dra. Maria Elizia Borges – UFG
Profa. Dra. Maria Lucia Santaella Braga – PUC/SP
Prof. Dr. Rodrigo Vivas – UFMG/PUC/MG

Conselho Editorial EdUEMG

Dijon Moraes Junior (Presidente)
Fuad Kyrillos Neto
Helena Lopes
Itiro Iida
José Eustáquio de Brito
José Márcio Barros
Paulo Sérgio Lacerda Beirão
Vânia A. Costa

Sumário

Início

Apresentação	08
Prefácio	010

Capítulo 1

Códigos e Etiqueta masculina: uma leitura de representações de masculinidade na arte funerária paulistana	15
Maristela Carneiro	

Capítulo 2

Questionamentos sobre a oposição marcada pelo gênero entre produção e consumo no design moderno brasileiro: Georgia Hauner e a empresa de móveis Móvilinea (1962-1975)	25
Marinês Ribeiro dos Santos	

Capítulo 3

Artefatos de identidade: questões de gênero nos reclames dos <i>Almanachs</i> de Pelotas	45
Paula Garcia Lima; Francisca Ferreira Michelin	

Capítulo 4

Uma intersección de três historias: mujeres, cultura escrita y diseño	60
Marina Garone Gravier	

Capítulo 5

A presença da mulher na trajetória do cinema brasileiro	73
Adilson Marcelino	

Capítulo 6

Hilma of Klint: uma arte para o futuro	84
Vânia Myrrha de Paula e Silva	

Capítulo 7

Mendini: a encenação do masculino na Coleção <i>Mobili per Uomo</i>	93
Adriana Nely Dornas Moura	

Capítulo 8

As mulheres e o design no Brasil	109
Auresnede Pires Stephan	

Contato

116

Apresentação

É com alegria que entregamos ao nosso público leitor o segundo volume do Caderno aTempo: histórias em arte e design, nessa edição, tendo como tema norteador o gênero.

A proposta apresentada aos autores foi pensar a categoria conceitual a partir de toda a sua dimensão e complexidade, refletindo sobre os discursos e práticas, tanto sob os aspectos que envolvem o masculino, o feminino e o neutro. A questão fundamental se alicerça na reflexão sobre o visível e o invisível que se constroem quando nos propomos a conhecer e analisar e debater a complexidade das relações históricas e sociais que se constituem ao redor desta temática.

Nesse sentido os capítulos que compõem essa edição pretendem ser uma contribuição para enriquecer as discussões que estão sendo feitas em diversos campos do conhecimento, entretanto nessa publicação, procuram enfatizar o olhar dos designers, historiadores e pesquisadores da arte.

Desejamos a todos uma boa leitura e acreditamos que os aspectos destacados, certamente, suscitarão novas perguntas e ampliarão o campo do debate.

Marcelina das Graças de Almeida
Edson José Carpintero Rezende
Giselle Hissa Safar
Roxane Sidney Resende de Mendonça
Equipe editorial



Prefácio

Ao acolher nessa edição pesquisas em design que enfatizam a identidade de gênero, seus editores abrem um espaço para a reflexão sobre um tema com muitas histórias, ainda pouco ou insuficientemente, contadas. Assumem mais uma vez o compromisso ético que valoriza e reconhece o papel do design na sociedade no sentido mais absoluto da atividade. Uma tarefa que inclui a integração de vários registros, em diferentes vozes, áreas e lugares.

No Brasil, os estudos da produção científica baseada no gênero, ganha visibilidade no início dos anos 1990 na passagem de estudos da mulher para estudos de gênero. No campo do design, o reconhecimento das realizações femininas nem sempre encontra eco nos relatos históricos, com poucos registros e muitas lacunas por preencher.

Se hoje assistimos ao incremento e crescimento da pesquisa na área, ainda faltam estudos que abordem a importância da mulher como profissional que se articula dentro do contexto social e cultural em que a atividade e as relações de gênero se dão.

Como fenômeno cultural com articulações complexas entre instâncias e competências múltiplas, o design utiliza vários saberes e pontes interdisciplinares que deveriam ultrapassar qualquer exclusividade, seja ela de gênero ou de genialidade.

Nessa publicação, o tema é tratado sob diferentes abordagens, mas que convergem na constatação que a participação da mulher no design entrou pelas bordas da atividade. Lê-se no conjunto de artigos as restrições, estereótipos e a invisibilidade do gênero nos diferentes domínios do design, evidenciando o papel secundário ou oculto que a mulher ocupa no desenho do desenvolvimento dessa disciplina. Um reconhecimento dos atos de autoria que a diversidade, como matriz do design, não poderia omitir nem esconder. Reconhecimento que ganha voz neste espaço, por meio dos autores aqui reunidos.

A pesquisadora Maristela Carneiro em seu capítulo intitulado *"Códigos e Etiqueta Masculina: uma leitura de representações de masculinidade na arte funerária paulistana"* discorre sobre duas questões que, modo geral, são pouco consideradas no debate acadêmico: a nudez masculina e os espaços cemiteriais como objetos de investigação. Através da análise de dois túmulos, que compõem o acervo do Cemitério da Consolação, pertencentes à famílias tradicionais da elite paulistana do início do século XX, a autora argumenta sobre a representação do nu masculino e a rede de construções de significados que podem ser lidos e arremata: " Ao compreendermos a nudez como uma forma narrativa polissêmica, específica e inscrita no corpo humano, entende-se as imagens representacionais de masculinidade e feminilidade como lugares de negociação."(p.12) E neste sentido Maristela Carneiro aponta aspectos relevantes para se pensar a gramática simbólica da arte e arquitetura tumular e, ao mesmo tempo, as construções imagéticas acerca de temas peculiares como a representação do masculino nestes espaços e de modo específico, a nudez.

A designer Marinês Ribeiro dos Santos analisa a trajetória e produção da profissional Georgia Hauner junto à empresa de móveis “Mobilínea”. Ela estabelece uma relevante discussão sobre o lugar do feminino e o significado deste lugar no universo do design, da produção e consumo, permitindo ao leitor, enveredar por um tema delicado e recorrente na contemporaneidade: o protagonismo da mulher no tecido social e de modo particular em setores, eminentemente, masculinos. Sob o ponto de vista da autora: “O estudo da atuação de Georgia Hauner [...] oportuniza a crítica a um certo apagamento da participação das mulheres na historiografia do design.” (p.24)

Paula Garcia Lima e Francisca Ferreira Michelin apresentam uma pesquisa sobre os anúncios ou reclames da publicação intitulada “*O Almanach*”, que circulou entre os anos de 1913 e 1935. Publicado na cidade de Pelotas e nos seus arredores teve um grande alcance dentro daquela sociedade, determinando identidades, reforçando diferentes papéis para homens e para mulheres. Os anúncios dos *Almanachs*, como objetos de design gráfico, refletem as relações de gênero do contexto da época a partir da observação da promulgação do papel atribuído à mulher de assumir as lidas domésticas e cuidar do esposo e filhos.

As representações dos homens e das mulheres nesses reclames evidenciam o léxico visual de um ideário de comportamento, permeado de valores traduzidos nas composições de imagem/texto. As figuras ilustravam poses e comportamentos aceitáveis e desejáveis cujas vestes e cenários esclareciam e reforçavam a visão androcêntrica peculiar à época

Marina Garone Gravier, no ensaio “*Una interseccion de tres historias: mujeres, cultura escrita y diseño*” aborda a relação que as mulheres tem estabelecido com o mundo dos livros, tipografia e impressão, principalmente a partir do período da impressão manual (século XV para o primeiro terço do século XIX). Tratam -se de referências isoladas e para muitos quase desconhecidas. Esta fragmentação é atribuída, em alguns casos, às práticas metodológicas e discursivas tendenciosas de grande parte dos historiadores e bibliógrafos. Em outros, à dificuldade de localização de fontes primárias. Isso impediu construir uma visão geral do impacto do desempenho das mulheres na divulgação da cultura escrita e impressa e gerar informações sobre as questões de gênero. Os temas abordados no trabalho são a relação das mulheres com a leitura, a escrita e os livros e a sua participação laboral no mercado editorial. Traz informações de algumas tipógrafas europeias e mexicanas de destaque para chegar a casos mais contemporâneos de mulheres editoras e designers.

Em “*A presença da mulher na trajetória do cinema brasileiro*”, Adilson Marcelino apresenta em linguagem leve, porém atenta ao rigor histórico e científico, a crescente participação da mulher no cinema brasileiro ao longo das décadas do século XX. Não trata apenas das atrizes, mas inclui diretoras, roteiristas, produtoras, enfim a pouco conhecida história das mulheres atuando nos mais diferentes fazeres cinematográficos. Por meio do resgate de protagonistas e referências a inúmeros e relevantes trabalhos, o autor fala do desempenho feminino em um campo de certa forma inesperado para as primeiras décadas do século e certamente, ainda bastante refratário na contemporaneidade.

Vânia Myrrha em *"Hilma af Klint: uma arte para o futuro"*, levanta a discussão sobre o pioneirismo da pintora sueca Hilma af Klint (1862 – 1944) no desenvolvimento da arte abstrata. Enquanto a maioria defende a ideia de Kandinsky (1866-1944) e outros artistas do sexo masculino como precursores da pintura não figurativa na segunda década do século XX, ela aponta os caminhos desbravados por uma mulher alguns anos antes. A autora nos apresenta o envolvimento de Hilma af Klint no meio artístico feminino e esotérico na passagem do século XIX para o XX, desenvolvendo sua arte na busca do conhecimento e compreensão de si mesma e da ligação do mundo visível com uma dimensão espiritual. Integrada a um grupo de mulheres pintoras, *The Five (De Fem)*, a artista permaneceu muitos anos em uma esfera restrita, já que, diferente de seus contemporâneos, a maioria homens, não expôs em vida suas telas abstratas, solicitando, ainda, que fossem mostradas apenas 20 anos após a sua morte (1944). Esse seria um dos motivos do pouco reconhecimento da obra de Hilma que, na visão da autora, além de desbravar um universo artístico masculino, exerceu importante papel nas artes abstratas, pintando, entretanto, seus quadros para o futuro.

Adriana Dornas, por meio do estudo da coleção *Mobili per Umo* do designer italiano Alessandro Mendini (1931-), compactua com a atual discussão sobre a necessidade da abordagem do design pela questão de gênero, uma vez que essa relação possui um caráter social e cultural evidente nas relações humanas, presentes em nossas ações e a percepções do cotidiano de forma essencial. Primeiramente, a autora destaca o importante papel de Mendini na história da ruptura do design italiano, principalmente, a partir da década de 70, quando se passava a incluir novos valores à prática projetual, aproximando os objetos do cotidiano e da diversidade cultural dos grupos humanos. Em seguida, Dornas apresenta a coleção de armários *Mobili per Umo* realizada por Mendini entre 1997 e 2004, onde destaca o trabalho do designer dentro do universo masculino, incluindo na coleção elementos desse universo que julga representá-lo. A partir de uma análise semiológica dos objetos da coleção, a autora interpreta essa abordagem de Mendini, concluindo que, apesar do designer ousar permear as fronteiras entre arte e design, função e significação, a coleção afirma o mundo masculino por significações muito próximas daquelas propostas pelo discurso tradicional, como o trabalho e a força física

Auresnede Pires Stephan, após uma breve, porém esclarecedora, apresentação da complexa situação das mulheres trabalhadoras no emergente cenário da industrialização e do contexto urbano brasileiros do final do século XIX e início do século XX, introduz suas considerações e reflexões sobre a atuação feminina no design do país. *"As mulheres e o design no Brasil"* faz um registro de protagonistas em diferentes regiões brasileiras, mas com uma compreensível ênfase no eixo Rio-São Paulo. O autor apresenta profissionais e intelectuais que contribuíram para a implantação conceitual e projetual do design no Brasil. O texto nos leva à reflexão sobre o enorme potencial que o assunto oferece para pesquisas e estudos que possibilitem a construção de uma história mais legítima. Descartando a função exclusiva de registro histórico, o texto pretende ser mais um chamamento, uma convocação ao aprofundamento das reflexões sobre as mulheres que ajudaram a construir a história do design brasileiro bem como seus respectivos contextos.

É a esse chamamento que faço eco convocando a todos para a leitura de conteúdos que pretendem, acima de tudo, nos instigar a ver além de estereótipos e preconceções e direcionar um olhar amplo e receptivo a criações que, antes de serem de um gênero ou outro, são produtos da genialidade humana.

Maria Bernadete dos Santos Teixeira
Professora Escola de Design, UEMG

capítulo 1



Códigos e etiqueta masculina: uma leitura de representações de masculinidade na arte funerária paulistana

Maristela Carneiro¹

Como berço dos Jogos Olímpicos, a Grécia Antiga atribuía significativa importância ao esporte e ao cultivo do corpo. Homens concebiam o tempo nos ginásios como uma oportunidade de preparação para a guerra. Qualquer sinal de fraqueza ou debilidade era percebido como feminino e indesejável. Esta cosmovisão certamente sugere a existência de determinados códigos de gênero, demonstrando que papéis masculinos e femininos são atribuídos social e culturalmente há muitos séculos.

A masculinidade não é tomada enquanto um discurso único, homogêneo e/ou verticalizado, mas como uma coleção de informações atribuídas e debatidas em diferentes tempos e espaços, assim como também ocorre com os discursos acerca da feminilidade. O conceito de gênero, em particular, tem sido uma categoria utilizada e difundida de forma crescente nas últimas décadas. Matos (2005, p. 22) destaca que a proposta basicamente relacional deste conceito ressalta que “a construção do feminino e masculino define-se um em função do outro, uma vez que se constituíram social, cultural e historicamente em um tempo, espaço e cultura determinados.”

Neste capítulo buscamos demonstrar através da leitura de duas imagens funerárias, a serem apresentadas na sequência, a presença de códigos de masculinidade. Neste caso particular, tais códigos são forjados como parte da resposta ao problema da finitude na sociedade paulistana da primeira metade do século XX. Faz-se pertinente pontuar que a morte é uma problemática social, que se concretiza de múltiplas formas no espaço cemiterial, em torno da busca por perenizar a memória do ambiente que o abriga.

Diante do pressuposto de que as relações de gênero são um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças hierárquicas que distinguem os sexos, em outras palavras, uma forma primária de relações significantes de poder; ainda segundo Matos (2005, p. 22), devemos evitar as oposições binárias fixas e naturalizadas. No interior desse debate é que nos propomos a refletir sobre a categoria de masculinidade. Para tanto, selecionamos dois suportes funerários provenientes do acervo do Cemitério da Consolação, em São Paulo/SP: os túmulos da Família David Jafet e de Fauzi Maluf, concebidos respectivamente pelos escultores Germano Mariutti (1923-2010) e Antelo Del Debbio (1901-1971).

1 Doutoranda em História pelo PPGH-UFG, atualmente em período sanduíche na Università degli Studi di Napoli Federico II, em Nápoles, Itália. Bolsista CAPES/CNPQ. E-mail: maristelacarneiro86@gmail.com

Refletir sobre as representações artísticas da arte funerária paulistana fazendo uso da categoria de masculinidade implica reconhecer que cada obra artística é um suporte de representação de um corpo sempre imaginário, revelador de determinadas narrativas e concepções de masculino e de feminino. Pendendo para representações idealistas ou realistas, o corpo na arte é sempre um corpo genereficado (BATISTA, 2011, p. 69). Ao buscarmos as representações de masculinidade nas estátuas pretendemos identificar as tensões existentes entre vários modelos e estereótipos que são utilizados para construir o conceito de masculino.

Contemplamos como fonte de estudo duas obras funerárias masculinas provenientes do Cemitério da Consolação, conforme já observado. Este espaço funerário é um dos mais significativos e destacados espaços de sepultamento no Brasil, em virtude da própria conjuntura paulistana na virada do século XIX para o XX, transformada rapidamente de “cidade de fazendeiros” em “cidade de imigrantes” (GLEZER, 1994, p. 164). O cemitério em questão é administrado pelo Serviço Funerário do Município de São Paulo. Esta autarquia ligada à Prefeitura administra os vinte e dois cemitérios municipais, onze agências funerárias (postos de atendimento aos munícipes para contratação de funeral), dezoito velórios e um crematório.

Para o Cemitério da Consolação o Serviço Funerário disponibiliza um guia para visitas monitoradas, tornando o espaço acessível para pesquisas acadêmicas. Trata-se do primeiro cemitério público a ser fundado em São Paulo, em 1858, com a denominação Cemitério Municipal, assim como é o mais antigo ainda em funcionamento na cidade. Localizada atualmente em uma das áreas mais valorizadas da cidade – Bairro de Higienópolis, a necrópole encontra-se em bom estado de conservação.

O Cemitério da Consolação é hoje notadamente marcado pela grande quantidade de túmulos de personagens daquilo que Martins (2008, p. 12) chama de “velha cultura do café”, vários dos quais responsáveis pela transição do trabalho escravo para o trabalho livre, como Antônio da Silva Prado (1840-1929), bem como de grandes empresários, principalmente industriais, que disseminaram a moderna economia capitalista em São Paulo e no Brasil, como Diogo Antônio de Barros (1791-1876) e Roberto Cochrane Simonsen (1889-1948).

Segundo Matos (2001, p. 23), a expansão urbana de São Paulo esteve vinculada diretamente aos sucessos e/ou dificuldades da economia cafeeira. Isso permitiu que em poucos anos a capital paulista pudesse se consolidar como grande centro capitalista, integrador regional, mercado distribuidor e receptor de produtos e serviços, fatores estes nitidamente vinculados ao crescimento da produção cafeeira. O desenvolvimento paulistano também foi condicionado pela entrada da estrada de ferro e o papel da imigração, mudando em definitivo, segundo Schwarcz (2012, p. 46), as feições, os dialetos, a culinária e os serviços públicos paulistanos.

A análise das várias representações de masculinidade a partir do acervo artístico do campo funerário em questão é uma possibilidade de lançarmos luzes sobre as facetas do projeto modernizador paulistano. Isso porque nesse processo “diferentes sentidos da modernidade foram construídos e reconstruídos através dos tempos e por vários grupos e setores” (MATOS, 2007, p. 45), os quais se

fazem, também se tornam existentes, representados, presentificados na cidade dos mortos. Aqui vemos a expressão dos traços identitários da sociedade de São Paulo, que oscilava entre a afirmação hegemônica da elite e a incorporação dos novos elementos da vida cultural, representações estas que buscamos contemplar nesta investigação.



Figura 1



Figura 2

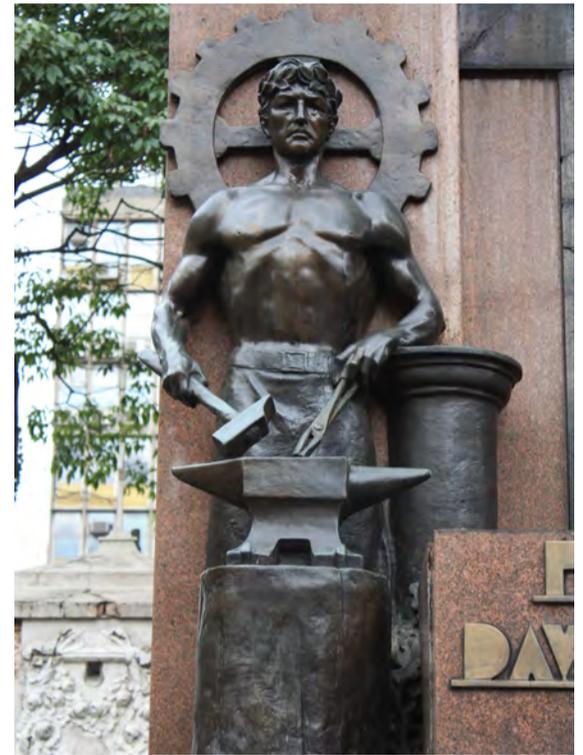


Figura 3

A primeira imagem a ser analisada procede do túmulo da Família David Jafet, de autoria do escultor Germano Mariutti, possivelmente datado do início da década de 1950 (FIGURA 1). Trata-se de um conjunto escultórico monumental, cuja estrutura é confeccionada em granito polido marrom e estatuárias em bronze. Construído em formato capelar, apresenta dois níveis distintos, constituídos de forma a destacar tanto a verticalidade da estrutura como um todo, quanto o nível superior, onde encontramos duas composições em bronze e a cruz, ao centro, assim como a designação do túmulo também em bronze: FAMÍLIA DAVID JAFET.

No nível inferior, destacam-se a porta frontal e as janelas laterais, elementos constituídos em bronze. Encimando este nível, encontramos em bronze as palavras: LABOR, HONORITAS e FAMÍLIA, da esquerda para a direita, enfatizando o trabalho, a glória e os laços familiares. Em consonância com estes valores, à direita observamos um conjunto familiar composto por um homem, uma mulher e uma criança, caracterizado de forma estilizada à maneira da Antiguidade Clássica: tanto o homem, quanto a mulher vestem o quítion grego e usam penteados estilizados “de época”. A pose da mulher, abaixada e segurando a criança, aos pés do *pater familias*, parece remeter à estrutura familiar romana (FIGURA 2).

Por sua vez, à esquerda temos a representação de uma figura masculina, com o torso nu, brandindo ferramentas de trabalho (FIGURA 3). A caracterização pode ser interpretada como alusiva ao personagem Hefesto, deus grego dos trabalhos manuais, aqui representado empunhando um martelo e uma tenaz contra uma bigorna. Na cabeça podemos observar uma coroa de louros, o

torso é apresentado nu e a figura veste um avental de ferreiro, enquanto apoia o braço da tenaz sobre uma coluna—elementos clássicos e contemporâneos em simbiose. Atrás da estátua é afixada uma roda dentada, referência simbólica à indústria e ao trabalho.

A ideia geral de trabalho é reforçada pela posição ereta e pela musculatura evidente com as quais a figura é apresentada, além dos elementos supra mencionados – os instrumentos do artífice, a roda dentada e a palavra “labor”. Observamos a convergência para a construção discursiva do trabalho como valor de enobrecimento burguês, ou seja, do homem que se tornou destacado socialmente através do próprio esforço corporal, ao invés de ter nascido de uma linhagem nobre ou privilegiada, como o Davi que triunfa sobre Golias, pelos méritos corpóreos próprios. Tal discurso vemos se fazer presente em muitos túmulos de famílias imigrantes, que vieram para o Brasil na virada do século XIX para o século XX, por exemplo.

A família Jafet, em questão, faz parte da primeira geração de imigrantes libaneses em São Paulo, fundamental para a formação da elite industrial paulistana, cujos símbolos e legados ainda se fazem presentes na cidade, por exemplo, o Hospital Sírio Libanês. Os elementos escolhidos para a individualização da memória familiar em um túmulo são significativos para os determinados grupos sociais que fazem parte dos elos sociais em determinado período e que são transferidos para o espaço cemiterial.

Ademais, as representações escolhidas são as representações possíveis de serem construídas e exibidas tendo em vista determinada moral regente e sociedade. Para Batista (2011), há nas representações artísticas de nudez um sistema de polaridade no qual o feminino está vinculado a ideias de sensualidade, do selvagem, da fluidez, da passividade. Já a nudez masculina é expressiva da lógica, da linearidade, da racionalidade e do equilíbrio. A representação deste homem seminu na construção tumular de David Jafet implica a valorização da masculinidade viril, do homem provedor, associado ao mundo do trabalho, em face da presença de instrumentos e/ou de atributos que remetem à atuação profissional.

Observamos que as representações de masculinidade associadas à virilidade, à força e ao vigor físico, como o exemplo que ora apresentamos, são as mais hegemônicas imagens do ideal de “ser-homem” no mundo burguês. Isso se deve à valorização do trabalho e à função deste como engrandecimento social. Há que se ressaltar que, a simbologia presente nos túmulos serve muitas vezes à individualização da sepultura e a construção da memória do falecido e/ou da sua família. A memória que esta família busca perenizar é àquela associada ao empreendedorismo da família Jafet no espaço urbano paulistano.

Afirma Nolasco (1993, p.50): “O trabalho e o desempenho sexual funcionam como as principais referências para a construção do modelo de comportamento dos homens. Desde cedo, os meninos crescem assimilando a ideia de que, com o trabalho, serão reconhecidos como homens.” Essa associação tão intrínseca entre homem e trabalho encontra sentido no contexto de industrialização crescente de São Paulo, desde a virada do século XIX para o XX. Ainda conforme o autor, efetivamente

o trabalho define a primeira marca de masculinidade, porque no plano social viabiliza a saída da própria família, ao conferir ao homem certo status de independência. O homem passa a ser um “indivíduo comprometido com uma obsessão “produtiva” e com a reprodução dos valores da ordem capitalista.” (NOLASCO, 1993, p. 51)

Todavia, o espaço funerário parece permitir a exposição de outras representações de masculinidade. A arte funerária burguesa, a partir da transição do século XIX para o século XX, mesclou de forma harmoniosa os símbolos cristãos aos profanos. Através das Constituições Primeiras a Igreja prevenia a manipulação privada das representações fúnebres, consideradas manifestações da vaidade, conforme nos esclarece Cymbalista (2002, p. 72).

Isso indica a existência de tensões entre esta instituição e as riquezas particulares já no início do século XVIII; enquanto os mortos eram sepultados nas igrejas, o anseio pela edificação fúnebre parece não ter estado ausente, mas sim vetado rigorosamente pela mediação eclesiástica. Ao serem instituídos, os cemitérios não resultaram sóbrios, padronizados, como eram os locais dos sepultamentos tradicionais. Ao retirar os sepultamentos dos templos e levá-los para o espaço das necrópoles a céu aberto, possibilitou-se a construção privada dos túmulos, sem as barreiras impostas anteriormente pela gestão eclesiástica.

Ato contínuo, os cemitérios extramuros também permitiram a exposição das imagens humanas com maior liberdade expressiva e estética. Ao refletirmos sobre a masculinidade no período, observamos a presença comum de idealizações sobre o papel social dos homens, sobretudo a partir da Proclamação da República.

A intensa urbanização, o processo de imigração, o final da escravidão e do Império e a industrialização exigiam novas formas de comportamento ditas “civilizadas”. Os comportamentos feminino e masculino deveriam passar por retificações que dotassem cada qual de um perfil mais homogêneo, adequando-os a uma perspectiva sacramental e ao novo regime. Assim, as ações da Igreja, do Estado e particularmente da medicina foram convergentes e decisivas para disciplinar mulheres e homens. (MATOS, 2001, p. 25)

Em concordância com o projeto burguês correspondente à formação das elites em meados do século XIX e início do século XX, esperava-se que a mulher fosse contida em seus direitos sociais, voltada à religião, à família e às emoções veladas, assim como determinada a coroar as conquistas masculinas (PEDRO, 2004, p. 290). Por sua vez, procurava-se reforçar a identificação do homem com o trabalho, destacando seu papel de provedor e, por conseguinte, de bom chefe de família: “[...] reforçava-se a necessidade do homem de ser resistente, jamais manifestar dependência, sinais de fraqueza, principalmente devendo ser metódico, atento, racional e disciplinado.” (MATOS, 2001, p. 41) Nos cemitérios, todavia, verificamos discursos polissêmicos, que não obtêm sucesso ao constituir uma representação única e/ou hegemônica do ser feminino e do ser masculino.



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7

A segunda imagem se encontra no jazigo monumento dedicado à Fauzi Maluf (FIGURA 4). A estrutura é composta em granito preto, com estatuária em bronze. Tal como o exemplo anterior, esta construção dá grande ênfase à verticalidade. O nível superior destina-se a proporcionar certo senso de elevação e serve de plataforma para a maior parte do conjunto escultórico, o qual se apoia em uma cabeceira bastante alta, posicionada verticalmente. O nível da base serve de ponto de apoio para uma estátua isolada.

O túmulo apresenta um conjunto escultórico composto por cinco figuras, sendo quatro reunidas no nível superior (FIGURA 5). Observamos um homem seminudo, recebendo uma coroa de louros e sendo alçado a um plano mais elevado por duas figuras femininas envoltas em panejamentos esvoaçantes, enquanto uma terceira figura feminina nua jaz presa ao solo em pose de lamentação (FIGURA 6). Por fim, a quinta figura se encontra isolada na base do túmulo (FIGURA 7). Trata-se de um jovem homem, representado no que parece ser um estado de torpor, adormecido ou desolado sobre as páginas de um livro. Sua pose denota fragilidade, não fortaleza. A composição tumular sugere que o homem ali representado sonha com a composição acima, o desenlace da finitude que conduz a um plano superior.

Observamos que uma das figuras masculinas é marcada pela leveza, alçando voo em uma pose delicada, angelical; a outra debruçada sobre o livro, é inativa, resignada. Entretanto, ambas se assemelham às mulheres da composição geral no que se refere ao porte físico, não existindo grande ênfase à musculatura ou à solidez da construção do corpo masculino, ainda que apresentem o corpo jovem e bem torneado. Em vez disso, valoriza-se a delicadeza da condição humana em face da finitude. Aqui vemos ser contemplada a representação da nudez associada à sensibilidade, através da apresentação das duas figuras masculinas delicadas.

Em especial, o homem que encontramos isolado se coloca em posição pranteadora e com uma atitude resignada, cuja composição funerária reforça a desolação ante a perda. Deste modo, a sensibilidade perante a morte não é de exclusividade feminina. Neste túmulo, como em outros, encontramos exemplares masculinos que evidenciam uma postura de resignação perante à morte e de certo sofrimento contido. Os traços não conduzem a uma possível leitura de feminilidade da estrutura, visto que ainda expressam uma força latente, por meio do corpo bem torneado, além dos cabelos curtos e do perfil bem demarcado.

As pequenas narrativas construídas nos túmulos expressam determinados valores morais da sociedade burguesa, como a família e a cristandade, associada à finitude, ou buscam sintetizar de forma mais particular certos atributos do falecido. Esse é o caso deste túmulo, constituído em homenagem à Fauzi Maluf(1899-1930), visto que o mesmo foi em vida um destacado poeta, de origem libanesa, expressivo autor romântico e simbolista, o que justifica a presença da figura prostrada sobre o livro, podendo inclusive representar o próprio sepultado.

O espaço cemiterial é identificado enquanto experiência individual e coletiva, reflexivo do ambiente urbano no qual está inserido e portador das tensões e representações inerentes ao mesmo. São estas representações simbólicas dos valores morais que determinam a interpretação dos comportamentos sociais e culturais da sociedade paulista, foco de nossa análise. Estas imagens masculinas, assim como outras esculturas, evocam diferentes discursos e papéis sociais. Reafirmam a transitoriedade dos papéis de gênero e dos valores morais, requeridos culturalmente em determinados períodos históricos e artísticos, ao fazerem uso de distintos recursos e motivações. Demonstram que a masculinidade não é um discurso único, monolítico, mas construído socialmente a partir das múltiplas tensões do real.

Símbolos profanos, provenientes do mundo do trabalho, são mesclados no espaço cemiterial aos tradicionais símbolos religiosos, em diálogo de maior ou menor medida com a moral burguesa da primeira metade do século XX. Os cemitérios, deste modo, permitem a expressão e reconhecimento de outros tipos de valores culturais e sociais, que fogem ao controle do pensamento burguês conservador da época ou mesmo são renovados por este mesmo pensamento, os quais buscamos investigar no decorrer de nossa investigação.

Ao refletirmos sobre a masculinidade no período, vemos que, em concordância com o projeto burguês correspondente à formação das elites em meados do século XIX, enfatiza-se a associação das atividades masculinas com o mundo social mais amplo da economia, da política e das interações sociais, além do âmbito da família, enquanto os de sua mulher eram rigidamente restringidos, limitavam-se ao mundo doméstico da própria família.

Esta posição do homem no mundo social se expressa na representação das atividades voltadas ao labor e à virilidade masculina nas estátuas funerárias. Todavia, nos cemitérios vemos também um grande número de figuras fortes e ao mesmo tempo sensíveis, que sentem a finitude tanto quanto as imagens femininas, que se colocam em posição resignada e pranteadora, em uma possível discordância com a moral do seu tempo. Deste modo, pudemos observar que os cemitérios a céu aberto permitiram a exposição da masculinidade com maior liberdade expressiva e estética, numa perspectiva mais plural e relacional, conforme é possível observar nas imagens elencadas, sobretudo no que se refere ao segundo túmulo analisado.

Schmitt (2007, p. 11) defende que todas as imagens possuem razões de ser, exprimem e comunicam sentidos, são carregadas de valores simbólicos e cumprem múltiplas funções – religiosas, políticas

e ideológicas. Em outras palavras, “participam plenamente do funcionamento e da reprodução das sociedades presentes e passadas.” As imagens tumulares, enquanto representações visíveis de conteúdos reais e/ou imaginários, portanto, são compreendidas como caminhos para a compreensão da construção da masculinidade no período em questão, propósito da investigação ainda em curso.

Ao compreendermos a nudez como uma forma narrativa polissêmica, específica e inscrita no corpo humano, entende-se as imagens representacionais de masculinidade e feminilidade como lugares de negociação. Ao assumir um papel mediador entre o ideal, o real e o natural, em cada obra artística, o escultor recupera narrativas que buscam inspirar determinadas práticas a nível social, em outras palavras códigos e etiqueta para uma determinada postura de masculinidade. Um corpo artístico é um corpo imaginário que, ao mesmo tempo, é inscrito de e busca inspirar múltiplos valores. Tratar deste processo narrativo do ponto de vista da construção das masculinidades é refletir sobre como se dá o revestimento da nudez através da arte, enquanto um discurso/prática de “genereficação” do corpo.

REFERÊNCIAS

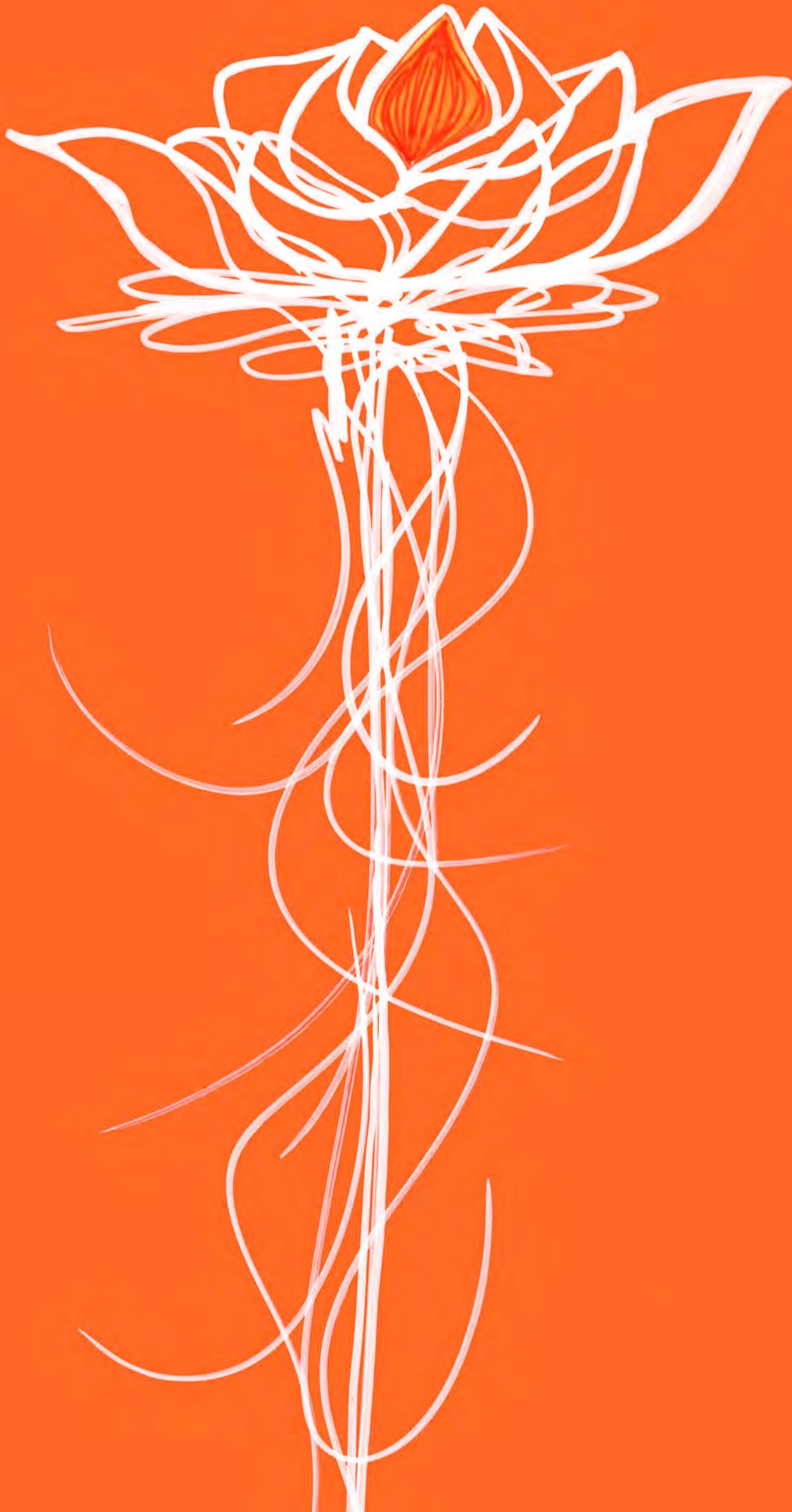
- BATISTA, Stephanie Dahn. **O corpo falante: as inscrições discursivas do corpo na pintura acadêmica brasileira do século XIX**. 2011, 287 p. Tese (Doutorado em História), Setor de História, Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2011.
- CYMBALISTA, Renato. **Cidades dos Vivos. Arquitetura e atitudes perante a morte nos cemitérios do estado de São Paulo**. São Paulo: Annablume / Fapesp, 2002.
- GLEZER, Raquel. Visões de São Paulo. In: BRESCIANI, Stella (org). **Imagens da Cidade**. Séculos XIX e XX. São Paulo: Anpuh/Marco Zero/Fapesp, 1994.
- MARTINS, José de Souza. “O que a morte não leva”, entrevista a Miguel Glugoski. In: **JORNAL DA USP**. Ano XXIV, nº 847, 6 a 12 de outubro de 2008, p. 12-13. São Paulo: Coordenadoria de Comunicação Social - USP, 2008B.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. **A cidade, a noite e o cronista: São Paulo e Adoniran Barbosa**. Bauru: Edusc, 2007.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. **Âncora de emoções: corpos, subjetividades e sensibilidades**. Bauru: Edusc, 2005.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. **Meu lar é o botequim: alcoolismo e masculinidade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2001.
- NOLASCO, Sócrates. **O mito da masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

PEDRO, Joana Maria. Mulheres do Sul. In: DEL PRIORE, Mary (org.); BASSANEZI, Carla (coord. de textos). ***História das Mulheres no Brasil***. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHMITT, Jean-Claude. ***O corpo das imagens: ensaios sobre a cultura visual na Idade Média***. Bauru: Edusc, 2007.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. População e Sociedade. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). ***A abertura para o mundo: 1889-1930***. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

capítulo 2



Questionamentos sobre a oposição marcada pelo gênero entre produção e consumo no design moderno brasileiro: Georgia Hauner e a empresa de móveis Moblilinea (1962–1975)

Marinês Ribeiro dos Santos¹

O meu entusiasmo por criar imagens de interiores com vivência me levou a desenvolver a arquitetura dos *showrooms* da Moblilinea e, da mesma forma, todas as fotografias de promoção da firma. Os ambientes refletem um estilo de vida representativo do ideal cotidiano de uma população urbana, de bom nível cultural e econômico. Nesta faixa me sinto a vontade e confio na minha capacidade de dialogar com o público mediante imagens.

Georgia Hauner (maio 2011)

Nesse texto, tenho como objetivo colocar em relevo alguns aspectos do trabalho desenvolvido por Georgia Hauner junto à empresa de móveis Moblilinea, durante os anos de 1962 a 1975. Em parceria com o marido, Ernesto Hauner – que além de ser um dos proprietários do negócio, também foi responsável pelo design do mobiliário – Georgia Hauner atuou no planejamento de *showrooms* e na produção de fotografias para editoriais de revistas de decoração e anúncios publicitários. As representações de interiores domésticos que ela produziu, idealizadas a partir do emprego de móveis modulados e fabricados em série, contribuíram para a construção do imaginário social acerca do que era entendido, na época, por “estilo de vida moderno”. A abordagem aqui apresentada está apoiada em reportagens e anúncios publicitários veiculados nas revistas *Casa & Jardim* e *Claudia*, bem como em relatos que me foram concedidos por Georgia Hauner por meio de correio eletrônico entre 2011 e 2015, envolvendo narrativas de história de vida e respostas a questionamentos mais específicos sobre sua atuação profissional.

Mediante a discussão de questões relativas à participação de Georgia Hauner na construção dos significados associados ao mobiliário moderno brasileiro, pretendo evidenciar as relações de interdependência entre as dimensões de produção, circulação e consumo. Não podemos separar as interpretações atribuídas aos artefatos da Moblilinea das estratégias discursivas, imagéticas e materiais empregadas, tanto na produção dos *showrooms* das lojas, quanto no material de divulgação que circulava nas revistas ilustradas. As percepções acerca da empresa foram, e ainda são, atravessadas e constituídas por essas estratégias. No texto publicado no catálogo da exposição

¹ Doutora em Ciências Humanas pela UFSC. Professora da UTFPR, vinculada ao Departamento Acadêmico de Desenho Industrial e ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologia.

“Os modernos brasileiros +1”², Georgia Hauner afirma que em poucos anos de existência, a Mobilinea se tornou uma empresa de vanguarda, ou seja, uma “lançadora de tendências”. Defendo que o trabalho de Georgia Hauner foi fundamental nesse processo.

O estudo da atuação de Georgia Hauner junto à Mobilinea também oportuniza a crítica a um certo apagamento da participação das mulheres na historiografia do design. Nesse sentido, desejo não só questionar o protagonismo atribuído aos atores sociais e às atividades ligadas à produção de artefatos, majoritariamente marcadas como masculinas, como reivindicar visibilidade para práticas historicamente menos valorizadas por envolverem as dimensões dos consumos e dos usos, muitas vezes desempenhadas por mulheres. Tal apagamento pode ser problematizado a partir da observação das maneiras pelas quais as narrativas sobre o design vêm sendo convencionalmente construídas. Para dar início à discussão, vou abordar alguns aspectos relacionados a essa questão.

As formas convencionais de contar a história do design

No livro “Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750”, Adrian Forty (2007) se posiciona contra o modelo de relato histórico que privilegia o foco na relação autoria/obra. Nesse registro, artefatos considerados dignos de serem inventariados, são apresentados como concepções engenhosas e inovadoras de atores sociais isolados que, por sua vez, são reconhecidos pela genialidade e *expertise*. A explicação da qualidade da obra fica circunscrita à trajetória biográfica do sujeito, apresentando-se como expressão da sua criatividade individual. Contudo, segundo Forty (2007, p.19), o mito da “autonomia criativa” dificulta a percepção de que o resultado do trabalho de designers é influenciado por questões sociais, culturais, econômicas e políticas. Embora seja legítimo considerar a contribuição das personalidades consagradas e admirar suas realizações, a atividade do design não se esgota “na relação entre a mente do designer e a forma do objeto projetado” (FORTY, 2007, p. 324).

A maneira pela qual a história é contada configura uma espécie de lente pela qual olhamos o design. Essa lente amplia e dá foco para o que é considerado importante de ser lembrado, mas também relega o que ficou de fora ao esquecimento. A ênfase no protagonismo de designers desconsidera uma rede de parcerias que envolve a negociação – nem sempre tranquila – entre diversos saberes e práticas, invisibilizando outros atores sociais que também contribuíram para os resultados alcançados (CAMPI, 2003). O alargamento do escopo de análise torna plausível o reconhecimento dos artefatos como fenômenos intrinsecamente coletivos, não apenas por serem manifestações culturais e históricas – logo dependentes de condições materiais e sistemas de significados socialmente compartilhados – mas também por serem fruto de negociações entre várias instâncias, envolvendo múltiplas competências.

2 Mostra comprometida em apresentar a obra de mestres do mobiliário moderno brasileiro. Foi promovida pelo Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba, durante o período de 23 de setembro a 28 de novembro de 2010.

Portanto, a prática do design não é uma atividade isolada. Ela ganha suas condições de possibilidade no contexto e no intercurso social. Enquanto fenômeno cultural, o design e seus produtos precisam ser entendidos como resultado da articulação entre processos de produção, circulação e consumo, implicados na constituição de identidades e constrangidos por sistemas de regulação social (Du GAY *et al.*, 2003). Considerar essas articulações, demanda o comprometimento com uma forma mais complexa de entender a configuração da cultura material, que vai além da crença na concepção dos artefatos como efeito exclusivo da genialidade de profissionais competentes.

Contudo, muitas das abordagens comprometidas com uma visão mais ampliada dos processos de design acabam por privilegiar a investigação das relações sociais circunscritas à etapa de produção dos artefatos. De certa forma, esse é o caso da pesquisa apresentada no já citado livro de Forty (2007). Mas vale ressaltar que a concentração na dimensão da produção é reconhecida pelo próprio autor como um fator limitante. No prefácio acrescentado à edição brasileira, a partir de um olhar retrospectivo, ele faz o seguinte comentário sobre a obra:

Em particular, há em suas páginas forte ênfase no design como um aspecto da produção, como resultado de decisões tomadas pelos produtores. Embora eu ainda defenda essa perspectiva como um modo de compreender as razões da aparência das mercadorias, não há dúvida de que, se as olharmos como um veículo social, para o que acontece quando começam a circular no mundo – que é outro tema principal do livro –, os motivos dos designers e fabricantes e as intenções que têm para seus produtos depois que os consumidores passam a usá-los não foram, com a frequência devida, levados em conta no livro (FORTY, 2007, p. 9).

Não se trata, aqui, de questionar a relevância do livro de Forty (2007), cuja contribuição para a articulação crítica entre o design e as dinâmicas socioculturais é inegável, mas sim de chamar a atenção para outras possibilidades de construir os relatos historiográficos. O destaque à produção – quando valorada como a instância mais relevante na definição dos produtos e dos seus significados – reproduz alguns pressupostos do senso comum, onde a circulação e o consumo dos artefatos são vistos como etapas subsequentes e tributárias da fase da produção. Logo, circulação e consumo seriam domínios onde predominaria a reprodução de sentidos já definidos anteriormente no processo produtivo.

Essa visão carrega consigo profundas implicações de gênero, que podem ser percebidas na assunção da história do design como uma narrativa escrita no masculino (CAMPI, 2003). A categoria gênero está sendo entendida, nesse texto, como um conjunto de normas, discursos, práticas e materialidades que operam na naturalização de noções de *feminilidades* e *masculinidades* culturalmente construídas. De acordo com Judith Butler (2003), os efeitos do gênero são incorporados e produzem não só a sensação de estabilidade dos sexos, como também prescrevem limites para interesses e comportamentos atribuídos a mulheres e homens. A hierarquia da produção sobre o consumo é um desses efeitos, pois decorre da clivagem entre esferas pública e privada e da marcação desses domínios como masculino e feminino, respectivamente (HOLLOWS, 2008).

Ciente das implicações acarretadas pela sobrevalorização da produção nas relações de gênero, a crítica feminista tem trabalhado no sentido de questionar tal pressuposto e de deslocar sua primazia. Enquanto espaço social historicamente marcado por restrições de acesso e por estratégias de ocultamento da presença feminina, a ênfase na produção dificulta uma percepção mais ampla da participação das mulheres na constituição da cultura material. Conforme nos mostram Brenda Martin e Penny Sparke (2003), são diversas as maneiras pelas quais as mulheres têm se envolvido com a atividade de design, seja como produtoras e consumidoras, mas também como clientes, colaboradoras e comentaristas.

Estudos históricos, interessados no questionamento da invisibilidade *feminina*, têm reivindicado o reconhecimento de mulheres que atuaram profissionalmente como designers, mas cujos nomes não constavam – ou ainda não constam – na narrativa oficial. Isso envolve a crítica à pouca relevância atribuída às mulheres que desenvolveram seu trabalho em parceria criativa com homens, por vezes seus maridos ou companheiros. É frequente o apagamento de suas contribuições, que terminam subsumidas na sobrevalorização da atuação masculina ou na autoria outorgada exclusivamente aos seus parceiros (SIMIONI, 2007; RUBINO, 2010). Essa pode ser uma das chaves de leitura para a interpretação do caso de Georgia Hauner.

Contudo, visando extrapolar a ênfase na etapa de produção, a crítica feminista também tem investido em abordagens de pesquisa que possibilitam perceber a contribuição das mulheres a partir de outros domínios. Nessa perspectiva, ganham relevo os engajamentos em práticas – muitas vezes não remuneradas – relacionadas ao consumo e ao espaço doméstico. Estudos têm demonstrado que, embora as mulheres nem sempre estejam ocupando funções consideradas centrais no mundo do design, elas estão frequentemente nas “bordas”, envolvidas em atribuições que influenciam o resultado final. Levando isso em conta, pesquisadoras feministas afirmam a importância de conferir o devido crédito à participação das mulheres, pleiteando a revalorização de espaços, funções e atividades classificadas como subalternas (MARTIN; SPARKE, 2003). Como a prática profissional de Georgia Hauner se desenvolveu em estreita interação com as dimensões da circulação e do consumo, essa é mais uma questão a ser considerada na problematização aqui apresentada.

Georgia Hauner e a representação de interiores domésticos

Georgia Hauner nasceu com o sobrenome Morpurgo, no ano de 1931, em Pozega, cidade na época localizada em uma região da Iugoslávia, que atualmente corresponde à Croácia. Contava 15 anos quando desembarcou no Brasil, em 1946, acompanhando os pais que imigraram motivados por negócios de família. Após ter concluído a formação secundária em São Paulo, passou o ano de 1951 nos Estados Unidos, cursando *Advertising & Illustration* (publicidade e ilustração) na “Art Center School”, de Los Angeles (HAUNER, fevereiro 2012).

Retornando ao Brasil, trabalhou por um tempo em uma agência publicitária e, no final de 1953, ingressou na empresa Móveis Artesanal ³, onde deu início às suas experimentações na produção de *showrooms*. Discorrendo sobre o assunto, Georgia Hauner (2010) comenta: “comecei a trabalhar lá, assistindo clientes na colocação de móveis nas plantas e logo fui promovida para planejar exposições”. O período na Artesanal, embora não seja o foco principal desse artigo ⁴, é importante para a compreensão da trajetória de Georgia Hauner junto à Mobilinea, em função de algumas questões que vou destacar na sequência.

A primeira delas diz respeito à oportunidade de entrar em contato com profissionais da arquitetura e do design, entre eles Sérgio Rodrigues e os irmãos Carlo e Ernesto Hauner, que faziam parte de um grupo maior de especialistas interessadas/os no diálogo com tendências internacionais e na implementação de processos de produção seriada como estratégias de modernização do mobiliário produzido no Brasil (SANTOS, 1995). Tal grupo de profissionais, cujos interesses vinham animados pelo crescimento econômico ocorrido no pós-guerra e pela política desenvolvimentista promovida pelo Estado, “foi responsável pela abertura de diversas empresas, lojas e pequenas fábricas, principalmente no Rio de Janeiro e São Paulo” (DENIS, 2000, p. 161).

No que concerne à linguagem, o projeto de modernização capitalista, baseado na industrialização, estimulou identificações com a vertente funcionalista denominada Estilo Internacional, que se consolidava como tendência na Europa e nos Estados Unidos. Tendo como preceitos a otimização da produção e a ênfase na funcionalidade, o Estilo Internacional primava pela abstração das formas mediante a geometrização dos volumes e a supressão de ornamentos; pela transparência da composição estrutural e pelo emprego de elementos modulares ou padronizados (ARGAN, 1992). Essas diretivas eram defendidas como meios para alcançar padrões “universais”, decorrentes de deduções lógicas pautadas em exigências objetivas. Contudo, a produção da época também foi inspirada pelo ideário nacionalista, traduzido no desejo por imprimir características brasileiras no design de móveis (SANTOS, 1995).

Logo, a experiência na Artesanal possibilitou a inserção de Georgia Hauner, na ocasião da admissão ainda Georgia Morpurgo, em um contexto de práticas e discursos interessados na promoção do design moderno que tinha, como pano de fundo, implicações culturais, políticas e econômicas associadas ao modelo de desenvolvimento implementado na sociedade brasileira. Isso abarcava não só aspectos relacionados aos esforços pela consolidação do design como campo profissional – vale lembrar que as tentativas de institucionalização do ensino tiveram início nos anos 1950 (DENIS, 2000) – como também a articulação com dinâmicas e contradições decorrentes do processo mais amplo de industrialização e de formação de uma cultura de consumo no país. Se por um lado a modernização promoveu certa democratização do acesso a novos tipos de bens, serviços e informações, por outro aprofundou clivagens e diferenças sociais (MELLO; NOVAIS, 1998).

3 A Móveis Artesanal Ltda., que a partir de meados da década de 1960 tornou-se Forma S. A. Móveis e Objetos de Arte, foi fundada em 1950, na cidade de São Paulo (SANTOS, 1995).

4 Para uma abordagem aprofundada sobre a Móveis Artesanal, ver Mina Warchavchik Hugerth (2014).

Já a outra questão que vale ressaltar diz respeito à ideia sugerida por Mina Warchavchik Hugerth (2014) de que o trabalho colaborativo, desenvolvido na Artesanal, serviu como uma espécie de laboratório de formação, influenciando os percursos posteriores das/os personagens envolvidas/os. Em função do recorte definido para esse texto, além do aprendizado e da experiência adquirida, ganham relevância o casamento de Georgia e Ernesto Hauner em 1955 e a decisão de investirem em uma fábrica própria, motivada pelo desejo de Ernesto Hauner por maior autonomia no planejamento e produção de seus desenhos (HAUNER, maio 2012). Esses eventos são definidores da parceria profissional firmada entre os dois na Mobilinea.

Os Hauner e a Mobilinea

Em 1959, depois de um ano morando em Roma – onde nasceu o segundo filho do casal – os Hauner retornaram a São Paulo. Nessa ocasião, após reencontrar o mestre marceneiro Vicente Barbarullo e outros operários com os quais já havia trabalhado anteriormente, Ernesto Hauner abriu sua própria oficina. Assim, surgiu a Ernesto Hauner Cia. Ltda ⁵, que a partir de 1962, com a incorporação do engenheiro John de Souza como sócio, passou a se chamar Mobilinea. Tal como Georgia, Ernesto Hauner também imigrou para o Brasil na adolescência. Nascido na Itália, chegou em São Paulo com a família aos 17 anos, em 1948. Consta que sua carreira como designer de móveis começou com um trabalho de desenhista junto ao Studio de Arte e Arquitetura Palma, dirigido por Lina Bo Bardi e Giancarlo Piretti (HUGERTH, 2014; LEON, 2005; SANTOS, 1995).

Segundo Hugerth (2014), a sociedade que originou a Mobilinea possibilitou a ampliação do campo de atuação da empresa, inicialmente voltada para a fabricação de estantes moduladas em madeira maciça. Sendo assim, outras matérias primas e uma variada gama de tipologias de mobiliário foram introduzidas na linha de produção. Ernesto Hauner passou a projetar famílias completas de móveis, tanto para ambientes residenciais, como para escritórios. O investimento crescente em novos pontos de venda é um indicativo do desenvolvimento do negócio, que em poucos anos abriu filiais em diferentes capitais brasileiras. Conforme Ethel Leon (2005), num primeiro momento, a Mobilinea contava com duas lojas em São Paulo. Com o tempo, a fábrica chegou a ter 350 funcionários e lojas no Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília.

Mesmo trabalhando em casa por conta dos filhos, Georgia Hauner esteve envolvida com a construção da Mobilinea desde o início. Além de participar da escolha do nome e de ter sido responsável pela criação da marca da empresa, sua atuação abrangia a produção de imagens destinadas à divulgação dos produtos. Sobre os primeiros tempos, em relato pessoal, ela diz:

5 Não existe consenso acerca do nome da empresa na literatura especializada. A nomenclatura adotada nesse texto é a usada por Maria Cecília Loschiavo dos Santos (1995). Já Ethel Leon (2005) faz referência a Ernesto Hauner Indústria de Móveis, enquanto Mina Warchavchik Hugerth (2014) utiliza Ernesto Hauner Decorações.

Eu estava em casa, cuidando de dois filhos pequenos, mas continuei ligada à atividade do Ernesto. Ele trazia os modelos dos móveis para casa, e eu preparava ambientações e fundos para fotografá-los no estúdio de um fotografo comercial que morava na nossa rua. Ernesto e eu desenvolvemos juntos a ideia e o nome Mobilinea, e eu desenhei a marca. Inventei o estilo de vida e as imagens, que identificavam a firma para o público, através das promoções e dos anúncios. Ernesto e eu sempre trabalhamos bem em conjunto (HAUNER, maio 2012).

Com a abertura das primeiras lojas, Georgia Hauner também tornou-se responsável pelo planejamento de vitrines e *showrooms*:

Planejei as exposições das primeiras lojas: uma para móveis residenciais na Rua Augusta e em seguida a loja para as linhas de escritório, na Av. São Luís. Não me lembro quando comecei a receber uma remuneração da Mobilinea. Nos primeiros anos o dinheiro andava apertado e geralmente havia outras prioridades. Para mim não era importante, porque para Ernesto e para mim a Mobilinea era uma filha (HAUNER, maio 2012).

Por volta de 1962, visando obter renda própria para contribuir com o orçamento da família, Georgia Hauner começou a desenvolver, em casa, a produção de luminárias feitas em papel dobrado, inspiradas em um modelo de origem dinamarquesa. Ela conta que “um par de arquitetos na cidade [de São Paulo] fazia esses balões de papel, que eram bonitos e para os quais tinha bastante procura” (HAUNER, maio 2012). Quando conseguiu dominar os processos de corte e dobra, passou a introduzir novas formas e acabamentos com aplicação de tecidos e passamanarias, recursos que não haviam sido explorados antes. Como algumas luminárias eram de tamanho grande, Georgia Hauner passou a utilizá-las como artifício para preencher espaços vazios entre os móveis baixos e o teto alto das lojas, nas montagens dos *showrooms*. Duas dessas montagens, cujas fotografias foram usadas para ilustrar anúncios publicitários, podem ser observadas na figura 1.



Figura 1: Reproduções fotográficas de *showrooms* da Mobilinea, utilizadas em anúncios publicitários. Fonte: *Casa & Jardim*, junho de 1967 e *Claudia*, fevereiro de 1969. Acervo de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná.

Os lustres se tornaram populares entre a clientela que frequentava a Mobilinea em busca por novidades. Devido à maior visibilidade, a procura aumentou significativamente. Para vencer as encomendas, Georgia Hauner contratou três ajudantes e transferiu a produção para um apartamento que ficava no

andar de cima da loja da Mobilinea, localizada na Rua Augusta (HAUNER, maio 2012). Esse processo de incorporação de produtos confeccionados artesanalmente por Georgia Hauner, à produção seriada ligada à empresa, se repetiu algumas vezes, conforme vou tratar mais adiante, nesse texto.

Com o desenvolvimento da empresa, Georgia Hauner incorporou as funções de escolher as linhas de tecidos para estofamento de móveis; de elaborar as cartelas de combinações de cores e de treinar assistentes para auxiliar clientes na distribuição do mobiliário nas plantas de suas residências. Na medida em que os filhos foram crescendo e ficando mais independentes, ela também passou a prestar serviços fora da Mobilinea. Assim, por intermédio de Sérgio Rodrigues, desenvolveu projetos de interiores para moradias de clientes da filial da Oca ⁶ em São Paulo, bem como para alguns clientes da própria Mobilinea; produziu fotografias para divulgação de equipamentos de som da empresa Gradiente e, no final dos anos 1960, realizou editoriais de decoração para a revista *Claudia* (HAUNER, maio 2012). Todas essas experiências, certamente, contribuíram para o desenvolvimento da linguagem que caracteriza os *showrooms* projetados por Georgia Hauner para a Mobilinea.

A modernidade *pop* da Mobilinea

Conforme já foi abordado, a visão de Georgia Hauner quanto à concepção dos interiores, estava alinhada aos preceitos do design e da arquitetura modernista. No que concerne à arquitetura, esses preceitos envolviam o planejamento da construção a partir da organização interna dos cômodos em setores social, íntimo e de serviço, bem como a integração de algumas funções mediante a eliminação de paredes, resultando em espaços mais amplos, cujas especializações eram demarcadas pela disposição do mobiliário (SPARKE, 2008). Em relação aos valores que pautavam seus projetos, ela afirma:

6 Em 1955, Sérgio Rodrigues abriu no Rio de Janeiro a loja de móveis Oca, onde comercializava sua própria produção (SANTOS, 1995).

7 Importante escola de design e arquitetura ligada às vanguardas modernistas, que funcionou na Alemanha durante o período entre guerras (DROSTE, 1994).

Eu desejava que a arquitetura residencial se desenvolvesse de dentro para fora, evitando a ostentação externa e focalizando mais na harmonia interior. A grande maioria de pessoas aceitou sem reservas os interiores com paredes divisórias de alvenaria, formando “caixas” designadas às funções da vida doméstica, segregando homens e mulheres, crianças e adultos, empregados e donos, e mantendo as visitas afastadas das atividades cotidianas. Eu não estava satisfeita com o estilo de vida sugerido e estava à procura de alternativas. Alguns arquitetos se preocuparam em criar móveis modernos para acompanhar a nova arquitetura e se concentraram na elegância, funcionalidade e simplicidade de linhas dos móveis. Mas o público achava tudo isto frio. Para se sentir à vontade em casa, as pessoas se agarravam aos móveis de “estilo”, ou cópias de móveis antigos. Pouca gente estava interessada em design, ou tinha conhecimento da Bauhaus⁷ e outras tendências modernas. A atitude dos jovens apontava para um comportamento mais informal. Apoiar os pés em cima da mesa de centro, ficar reclinados no sofá, jogar as pernas em cima do braço da poltrona, descansar os cotovelos na mesa, sentar no chão e encostar nos estofados era a nova maneira de viver. O design dos móveis modernos convidava a relaxar. As sedas e brocados dos estofamentos antigos estavam sendo substituídos com capas de algodão cru e brim para jeans, que podiam ser tiradas mediante um zíper e lavadas (HAUNER, maio 2011).

Nesse depoimento, vale destacar dois aspectos que foram determinantes na caracterização das ambientações desenvolvidas por Georgia. A dificuldade apontada quanto à aceitação do mobiliário moderno pelo público consumidor, motivou a introdução de elementos decorativos, muitas vezes inusitados e bem humorados, visando promover a identificação das pessoas com novas possibilidades de conceber os interiores domésticos. A ideia era mostrar que ambientes compostos por móveis industrializados não precisavam ser “frios”, mediante propostas que sugerissem soluções bem planejadas em termos de aproveitamento dos espaços, mas que também produzissem o efeito de evocar sensações de conforto e acolhimento.

Articulada ao interesse em promover ambientes acolhedores, está a atenção de Georgia Hauner pelo comportamento informal da juventude da época. A partir de meados dos anos 1960, ela estreitou o diálogo com a linguagem *pop*, forjada junto à cultura jovem, que vinha ganhando vulto desde o início da década em escala internacional. No cerne da cultura jovem estava a chamada revolução comportamental, que envolveu o combate às instituições sociais fundadas em relações hierárquicas, tanto no âmbito público, quanto no privado. Diversas mobilizações de jovens, como os movimentos estudantil, *hippie*, negro, *gay* e feminista, informaram os investimentos nas transgressões experimentadas na época (PEDRO, 2009). No Brasil, as modificações comportamentais adquiriram o contorno de enfrentamento ao caráter conservador da Ditadura Militar instaurada em 1964, uma vez que, para os militares a “dissolução dos costumes” era vista como parte da subversão fomentada pelas organizações de esquerda (ALMEIDA; WEIS, 1998).

Com origem na Inglaterra ainda nos anos 1950, a linguagem *pop* espalhou-se para outros países ao longo da década de 1960, tendo Nova Iorque como um dos principais centros irradiadores. Em contraposição

à austeridade do modernismo funcionalista – pautado, conforme já foi dito, na simplificação formal e na padronização – o *pop* firmou suas bases na irreverência, no humor e na expressão pessoal (WHITELEY, 1987). Sua repercussão no design de móveis privilegiou concepções lúdicas e informais que favoreciam posturas corporais descontraídas. Dessa forma, o vocabulário engendrado pelo *pop* serviu de suporte para setores da juventude interessados em demarcar um espaço identitário que os diferenciasse dos padrões convencionais, sendo utilizado como um marcador geracional.

Para além de uma tipologia claramente delimitada, o design *pop* se caracterizou pela incorporação de múltiplas referências. A influência das artes plásticas foi significativa e diversificada. Na interação com a *Pop Art*, houve o interesse compartilhado pela iconografia da cultura de massa. A busca por resultados de impacto visual motivou a apropriação dos efeitos de ilusão de ótica obtidos na *Op Art*. A dramaticidade das cores intensas e dos contrastes vibrantes, presente no trabalho de artistas conhecidos como a segunda geração de abstracionistas norte-americanos, também foi incorporada, compondo a paleta de matizes puros e chapados que marcou a produção material do período (GARNER, 1996).

As referências de vanguarda dividiram espaço com o retorno aos movimentos artísticos do passado. Tal disposição para o revivalismo almejava restabelecer a valorização da ornamentação, presente em estilos suntuosos como o Vitoriano, o *Art Nouveau* e o *Art Deco* (SPARKE, 1987). Já o apoio na cultura psicodélica e no estilo étnico, adotado pela comunidade *hippie*, contestava o racionalismo ocidental e expressava o desejo por um arcabouço de referências capaz de superar a postura eurocêntrica tradicional (JACKSON, 2000). O imaginário mobilizado pela corrida espacial disputada entre as duas superpotências que emergiram da Segunda Guerra, a saber, os EUA e a URSS, firmou-se como outra influência importante (GARNER, 1996). A possibilidade de sonhar com a “era espacial” instigou a criação de um repertório de formas futuristas, baseado nas linhas orgânicas, nos materiais sintéticos e na combinação do prateado com o branco.

No Brasil, o diálogo com a linguagem *pop* ocorreu em diversas instâncias. Nas artes plásticas, a partir de 1965, a influência *pop* aparece na obra de artistas interessadas/os em investir na representação figurativa como meio de explorar temáticas vinculadas à realidade urbana (HOLLANDA; GONÇALVES, 1995). A formação do Tropicalismo, em 1967 e 68, também ocorreu em interação com a linguagem *pop*, reunindo diversas áreas da produção cultural, com grande destaque na música (FAVARETO, 2000). Superando o circuito artístico, referências *pop* circulavam em versões adaptadas para um mercado mais amplo, sendo percebidas, tanto na moda ligada ao vestuário, quando em uma infinidade de artefatos de uso cotidiano, como louças e outros utensílios domésticos (SANTOS, 2010).

Logo, o investimento de Georgia Hauner na linguagem *pop* ocorreu em interação com um contexto mais amplo de renovação estética, que se desenrolava nos âmbitos nacional e internacional. A incorporação da linguagem *pop*, na decoração dos ambientes da Mobilinea servia como recurso para localizar sua produção entre as vanguardas do momento, apresentando ao público uma empresa em sintonia com as novidades do seu tempo. Vale observar que, além da Mobilinea, várias outras empresas brasileiras ligadas ao setor de mobiliário incorporaram influências do ideário *pop*

em suas propostas (SANTOS, 2010). Contudo, os ambientes projetados por Georgia Hauner, muitas vezes, se destacam pela ousadia dos arranjos, conforme veremos na sequência.

Casa & Jardim visita Mobilinea

Para discorrer sobre a contribuição de Georgia Hauner na construção de uma reputação arrojada para a Mobilinea, vou destacar, como exemplo, algumas imagens que ilustram a reportagem “C. J. visita... Mobilinea”, veiculada na revista de decoração *Casa & Jardim*, de julho de 1970. Embora não constem créditos na publicação, todos os ambientes retratados foram produzidos por Georgia Hauner em espaços que ela projetou para abrigar um novo *showroom* adquirido pela empresa:

Quando apareceu a oportunidade de fazer um *showroom* novo para as linhas de móveis residenciais da Mobilinea, em 500 m² distribuídos em dois andares do novo Shopping Center da Iguatemi, me entusiasmei com a ideia de projetar uma exposição diferente de tudo que existia em São Paulo na época. Eu não sabia nada sobre construção, mas segui as preparações da turma de profissionais da Mobilinea. A arquiteta e assistente do Ernesto, Yone Koseki Pierre, me deu muito apoio. Ela me convenceu de que tudo era possível. Fiz os desenhos e Yone se dedicou a seguir a execução das obras, no local. Juntaram uma turma de gente da fábrica. Um mestre-pedreiro me ensinou muitas coisas e fez boas sugestões quando eu estava em dúvida. [...] Descobri que podíamos cavar o piso do andar térreo do shopping e projetei ali três níveis a vista das vitrines. A entrada permaneceu no mesmo nível, uma área em primeiro plano mais baixa de meio andar, e em segundo plano, um nível na altura dos olhos, para quem observava de fora. Isto separou as exposições sem vedar a vista geral do espaço. Aproveitei a alvenaria nova para criar degraus que formavam assentos, paredes baixas para encostar móveis e paredes divisórias rústicas, vazadas, com luz embutida para expor objetos. As estantes de linha do Ernesto eram desmontáveis e moduladas, autoportantes e acabadas de todos os lados, portanto podiam ser colocadas para dividir os espaços de maneira diferente a cada mudança de exposição (HAUNER, maio 2011).

O primeiro ambiente que aparece na reportagem de *Casa & Jardim*, é uma sala de jantar de inspiração “futurista” (Figura 2). Aqui, Georgia Hauner aproveita os materiais, as cores e os acabamentos do mobiliário para criar uma ambiência que remete ao imaginário da “era espacial”. Os móveis possuem estruturas em aço cromado. Os assentos e encostos das cadeiras, assim como o tampo da mesa, são de poliéster reforçado com fibra de vidro. A atmosfera “fria” e “tecnológica”, promovida pelas superfícies



Figura 2: Sala de jantar inspirada no imaginário da “era espacial”.
Fonte: *Casa & Jardim*, julho de 1970. Acervo de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná.

sintéticas, brilhantes e polidas, é intensificada pelo predomínio do branco e pelo jogo de reflexos do cromado. Ao fundo, como contraponto, aparece um painel feito em feltro preto, recortado em desenhos rebuscados. Segundo Georgia Hauner, esse painel servia como divisória, definindo os limites do ambiente, sem vedar completamente a visão para outras áreas do *showroom*. Ela mesma idealizou o desenho de influência oriental e executou parte do recorte no tecido:

Recortar o feltro preto foi uma tarefa enorme e difícil. Nunca teria feito isto para somente uma montagem de fotografia. Mas era útil para o nosso *showroom* durante muito tempo, (podia ser mudada de lugar) e servia bem para isolar outros ambientes, além deste. Comecei a tarefa sozinha, porém depois de algum tempo (e calos nos dedos) recebi uma ajuda da Irene (chefe da tapeçaria na Mobilinea). A divisória não estava à venda. Eu inventava estas coisas para promover a Mobilinea e para dar uma personalidade aos nossos ambientes (HAUNER, maio 2012).

Na opinião de Georgia Hauner (maio 2012), o contraste entre o desenho da divisória e os móveis modernos “esquentava” o espaço, ajudando a aproximar o público à proposta do ambiente. Mas, também, vale lembrar que, assim como o imaginário futurista, referências a culturas orientais eram recursos explorados pela linguagem *pop*. A figura 2 ainda possibilita a observação de uma outra característica presente em muitas das as imagens produzidas por Georgia Hauner para promover a Mobilinea. Trata-se da inclusão de modelos femininos nas fotografias. Ela conta que, a inserção de modelos nas cenas, contemplava diversos fins, que englobam desde chamar a atenção ou criar uma composição mais harmoniosa, até dar proporção ou explicar o uso de determinado tipo de móvel (HAUNER, abril 2011). No caso específico dessa reportagem, a presença das modelos foi inspirada em uma feira visitada em Montreal, no Canadá, intitulada “Expo 1967”: “fiquei impressionada com uma série de robôs sentados em *livings* modernos, conversando uns com os outros e assumindo atitudes expressivas da era *pop*” (HAUNER, abril 2011). Em um outro relato, Georgia Hauner (maio 2012) afirma que a ideia das posturas estava relacionada ao desejo por demonstrar que os móveis modernos eram confortáveis.

Outro ambiente que convém destacar, pela ousadia, é a proposta direcionada para sala de estar, cujo efeito alude a uma atmosfera “psicodélica” (Figura 3). A imagem mostra um jogo de sofás amarelos e uma mesa de centro, dispostos em um espaço onde pinturas decorativas “sobem” do chão às paredes. A aplicação de espelhos no teto e o uso da iluminação de baixo para cima, por meio de luminárias dispostas sobre o piso, criam um efeito lúdico e contribuem para uma percepção diferenciada do entorno. A modelo que posa para a fotografia demonstra uma atitude descontraída, apoiando os pés descalços sobre o braço do sofá. Quanto à produção desse ambiente, Georgia Hauner (maio 2012) esclarece:

Como de costume, preparei os desenhos do início do século em escala para a pintura e o [funcionário] Ernestinho transferiu para o chão e paredes. Ele trabalhava na fábrica da Mobilinea e eu pedia a ajuda dele quando precisava destes trabalhos nos *showrooms*, quando descobri por acaso que ele tinha este talento.



Figura 3:
Sala de estar
“psicodélica”.
Fonte: *Casa &
Jardim*, julho de
1970. Acervo
de periódicos
da Biblioteca
Pública do
Paraná.

Sobre a presença da modelo, ela destaca novamente a preocupação em “conseguir traduzir o estilo de vida moderno para um público relutante, ainda apegado aos velhos costumes e agarrado às tradições” (HAUNER, maio 2012). Simplicidade e informalidade deveriam ser as características chave para uma nova forma de viver. Na interpretação de Georgia Hauner (maio 2012), os pés descalços

das modelos convidam as pessoas a se sentirem à vontade: “a atitude é de tranquilidade, de segurança e de informalidade na própria moradia. Os ambientes ficam aquecidos pela personalidade dos indivíduos que os usam sem constrangimento”. A opção pelas poses informais, também associava os ambientes, às transformações comportamentais em curso. As imagens de

mulheres em poses ousadas para a época evocam, ainda que em uma versão adaptada para o consumo de massa, as reivindicações feministas por liberdade e domínio sobre o próprio corpo⁸. Dessa forma, as fotografias que circulavam nas revistas e anúncios publicitários estabeleciam vínculos entre a imagem da Mobilinea e as novidades do período, em termos de valores e comportamentos.

A reportagem de *Casa & Jardim* também apresenta um ambiente que oportuniza o retorno à discussão sobre a incorporação de artefatos confeccionados por Georgia Hauner ao processo produtivo da Mobilinea. Trata-se de uma proposta para quarto de casal, elaborada com móveis modulados, laqueados em branco, onde o grande destaque da fotografia é direcionado para a colcha que reveste a cama (Figura 4). Batizada de “Romeu e Julieta”, a colcha exibe o desenho de um casal nu, dormindo lado a lado. A representação sugere intimidade e remete ao tema da sexualidade conjugal, abordagem audaciosa para a época e em sintonia com as transformações comportamentais. Ao longo dos anos 1960, o corpo ganhou relevo como meio de contestação de valores morais conservadores e a nudez passou a servir como instrumento político para a reivindicação por mudanças (MACIEL, 1987). A colcha é mais um dos recursos idealizados por Georgia Hauner para “aquecer” os ambientes modernos, visando identificação com o público consumidor de classe média. Sobre a materialização do conceito, ela explica:

8 Para uma abordagem mais aprofundada sobre essa questão, ver Marinês Ribeiro dos Santos (2010).

O quarto de casal, de uma simplicidade total, eu quis apresentar num tom romântico sem recorrer aos tradicionais enfeites e babados. A colcha "Romeu e Julieta" eu desenhei e executei na minha casa. Eu visava personalizar um produto popular, bem tradicional brasileiro e de fácil identificação. Era a colcha de piquê branco, barata, bonita e lavável. Desenhei as figuras nuas em tamanho natural, sobre rolos de papel, esticando, um por vez, em cima da porta do meu estúdio. Os meus modelos ao vivo foram vários membros de minha família. De cada um, eu desenhava os traços melhores (minha mãe tinha as melhores pernas; braços e seios eram de uma sobrinha; sobrinhos e filhos posaram para cabeças, ombros, mãos e tudo mais). Usando folhas de papel copiativo da minha máquina de escrever (coladas uma com a outra com fita adesiva), passei os desenhos no avesso da colcha. Enrolei linha de bordar grossa e preta na bobina da máquina de costura e, com linha normal branca, costurei traço por traço o desenho no avesso da colcha. No lado direito do piquê saiu o desenho do casal em linha de bordar preta, que vinha da bobina da máquina (HAUNER, maio 2012).



Figura 4: Quarto de casal com a colcha "Romeu e Julieta".
Fonte: *Casa & Jardim*, julho de 1970. Acervo de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná.

Em princípio a colcha, "Romeu e Julieta" não foi pensada para ser vendida em loja. Contudo, em decorrência da demanda, o artefato foi incluído no rol de produtos comercializados pela empresa:

A colcha chamou muita atenção, apesar de que o desenho era delicado e discreto. Alguém da Editora Abril me advertiu que eu iria ter problemas com a censura. Mas nunca tive. Não era minha intenção a de vender colchas, porém havia tanta procura por parte do público, que a Mobíliea resolveu contratar uma pessoa para trabalhar na fábrica, imprimindo a mão, em serigrafia, as colchas "Romeu e Julieta", substituindo assim o bordado feito na máquina de costura (HAUNER, maio 2012).

O mesmo processo ocorreu com um conjunto de almofadas que Georgia Hauner bordou para incrementar uma proposta de sala de estar, cuja imagem ilustra o anúncio publicitário reproduzido na figura 5. As almofadas apresentam a figura de uma mulher deitada, portando roupas de baixo que remetem ao estilo em uso, durante a virada do século XIX para o XX. Ela conta que desenhou e bordou as almofadas à mão, com a ajuda da mãe, para dar personalidade ao ambiente:

Foi outro desenho de grande sucesso que a Mobilinea teve que mandar imprimir para dar conta dos pedidos. Não sei quantos conjuntos foram estampados (capas de algodão para almofadinhas, com zíper de um lado.) Lembro que havia fundos estampados com uma grande escolha de cores, para acompanhar qualquer ambiente (HAUNER, maio 2012).



Figura 5: Sala de estar com o conjunto de almofadas bordadas. Fonte: *Claudia*, março de 1968. Acervo de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná.

Em seu relato, Georgia Hauner (maio 2012) também discorre sobre alguns aspectos envolvidos na produção da fotografia:

A imagem publicitária dos móveis da Mobilinea foi feita em nossa fábrica. O modelo, vestindo roupa vitoriana, é um funcionário da fábrica da Mobilinea. Se não me engano, era o chefe de produção, que concordou de ser modelo para esta foto. Aqui ele está fazendo de conta de estar jogando xadrez com a figura bordada nas almofadas. Para completar a brincadeira na foto, coloquei as toalhas de crochê sobre os sofás de linha da Mobilinea. Um pouco de humorismo também ajudava a vender o moderno para um público relutante.

O diálogo com a linguagem *pop* pode ser percebido pelo recurso do humor; pela inspiração vitoriana presente na estampa das almofadas e no figurino do modelo; bem como pelo retorno à ornamentação, mediante o uso de toalhas de crochê sobre os encostos dos sofás. A opção pelas toalhas de crochê não deixa de evocar certa ironia, tendo em vista a aversão do modernismo aos itens de decoração considerados supérfluos. As imagens na parede ao fundo, que parecem oriundas de revistas ilustradas, evocam o apreço do *pop* pela iconografia, característica da cultura de massa. Aqui temos mais um exemplo de como Georgia Hauner interpretava a noção de moderno, durante os anos 1960 e 1970, a partir da lente da linguagem *pop*. Ela entende a sua atuação, na configuração de *showrooms* e imagens de divulgação, como uma prática de cenografia: “a minha especialidade era a encenação de imagens que incluíam mobiliário” (HAUNER, maio 2015).

Chama atenção o sucesso alcançado pelos artefatos que Georgia Hauner confeccionava para “personalizar” ou “esquentar” os ambientes dos *showrooms*. Contudo, a importância que esses artefatos adquiriram junto à clientela da Mobilinea, contrasta com o tipo de produção material

considerada digna de registro, na historiografia referente ao design moderno, no Brasil. Nos relatos históricos, o que consta como produção representativa diz respeito, sobretudo, ao mobiliário. Creio que isso pode ilustrar o que Silvana Rubino (2010, p.334) chama de “tensões entre escalas”, na valoração de tipologias de artefatos nas instâncias de validação da arquitetura e do design.

Quando faz menção às escalas, Rubino está se referindo à busca do projeto modernista por unidade conceitual, entre diferentes dimensões da materialidade envolvida no suporte à vida cotidiana, a saber: os objetos de uso, a habitação e a cidade. Essa orientação foi traduzida por Walter Gropius⁹ no postulado segundo o qual “da colher à cidade, tudo poderia ser tarefa do arquiteto” (RUBINO, 2010, p. 334). Aparentemente, a declaração de Gropius não estabelece escalas de importância entre as diferentes práticas de projeto. Contudo, a divisão de trabalho, estabelecida entre elas, é marcada por hierarquias de gênero que poderiam ser metaforicamente representadas da seguinte forma: aos homens, às cidades; às mulheres, às colheres.

Tal divisão de trabalho foi sendo constituída historicamente, sobretudo pelo acesso desigual a determinados conhecimentos e práticas. Magdalena Droste (1994), ao discorrer sobre o sistema de ensino da Bauhaus, destaca as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no ingresso aos ateliês de projeto mais valorizados, como os de mobiliário e arquitetura. Após qualificadas, na etapa de formação fundamental, as estudantes eram, sistematicamente, direcionadas para o ateliê de tecelagem. Segundo observa Droste (1994, p. 40), grande parte do que as mulheres produziam “era rejeitado pelos homens como sendo ‘feminino’ ou ‘artesanal’. Os homens receavam uma tendência demasiado ‘decorativa’ e viam o objetivo da Bauhaus, a arquitetura, em perigo”. Dessa forma, um sistema de dupla desvalorização era reificado mediante a classificação de determinadas atividades como “menores”, em função da sua naturalização como “práticas de mulheres”.

No contexto brasileiro, efeitos desse sistema de hierarquias podem ser percebidos nas interpretações acerca da parceria firmada pelo casal Regina e John Graz, entre 1920 e 1940, com vistas à prestação de serviços de decoração para a elite paulistana. Em uma análise sobre o assunto, Ana Paula Simioni (2007) questiona a posição secundária atribuída à componente feminina da dupla na historiografia. Para a autora, isso se explica pela depreciação das categorias de artefatos produzidos por Regina Graz, envolvida com a tecelagem de tapetes e almofadas. Sua produção figura como artesanal e pouco intelectualizada quando comparada à de John Graz, classificada como mais “séria”, “artística” e durável, por estar ligada à pintura e ao design de móveis. O caráter efêmero de grande parte da produção material, realizada por mulheres, o que também pode ser associado ao trabalho de Georgia Hauner, se configura como mais um obstáculo para o registro histórico. Simioni (2007, p. 97) enfatiza: “o próprio material ao qual Regina dedicou-se – o têxtil – não apenas era menos valorizado do que os demais, como também sua parca durabilidade contribuiu para que o tempo levasse sua importância junto com as próprias obras”.

9 Arquiteto alemão responsável pela fundação da Bauhaus. Para mais informações, ver Giulio Carlo Argan (2005).

Georgia Hauner afirma que não se sentia marginalizada por ser mulher no cotidiano da prática profissional. A parceria com o marido era pautada por cumplicidade e admiração mútua. Ela diz: “para mim, a Mobilinea era minha e eu fazia tudo que achava melhor para a firma. Ernesto e eu sempre nos entendemos bem e tenho certeza que o sócio, John de Souza, sempre confiou em mim” (HAUNER, maio 2015). Além disso, o seu trabalho também obteve reconhecimento fora do âmbito da empresa. Nesse sentido, vale mencionar o convite feito por Pietro Maria Bardi, então diretor do Museu de Arte de São Paulo (MASP), para que ministrasse aulas de planejamento de interiores junto à instituição (HAUNER, maio 2011). O convite não pôde ser aceito, uma vez que o casal Hauner tinha planos de deixar o país. Em 1975, a família partiu para o Canadá.

Mas, o reconhecimento pelo trabalho desenvolvido na empresa, não reverberou nos relatos históricos disponíveis sobre a Mobilinea. Nada (SANTOS, 1995), ou pouco (LEON, 2005) se fala sobre a participação de Georgia Hauner. Nada é mencionado sobre a sua contribuição na atribuição de sentidos aos artefatos que a Mobilinea comercializava¹⁰. O texto escrito por Georgia Hauner (2010) para o catálogo da exposição “Os modernos brasileiros +1” também não enfatiza esses aspectos, uma vez que a narrativa privilegia o período na Artesanal. Contudo, a atuação de Georgia Hauner é indissociável da trajetória da empresa e da empatia que os produtos da Mobilinea despertaram junto ao público consumidor. Nesse sentido, merece ênfase a importância dos *showrooms* como recursos capazes de oportunizar a materialização de novos tipos de arranjos, estilos e formas de uso.

Além de responsável pela ambientação dos *showrooms* e pela produção de fotografias para materiais de divulgação e publicidade – atividades mais associadas aos processos de circulação e consumo – Georgia Hauner também esteve envolvida com o projeto dos espaços arquitetônicos das lojas e com o sistema produtivo da empresa, seja selecionando materiais de revestimento, definindo a cartela de cores das famílias de móveis, ou mesmo atuando no desenvolvimento de produtos. Entretanto, todos esses aspectos, que inclusive possibilitam uma leitura mais complexa da história da Mobilinea, são subsumidos no protagonismo atribuído a Ernesto Hauner, em função do foco exclusivo na produção de móveis.

Considerações finais

O caso de Georgia Hauner ilustra como a ampliação do olhar para atividades mais próximas aos processos de circulação e consumo pode favorecer outra percepção quanto à participação das mulheres na construção das materialidades envolvidas no universo do design. Essas atividades não são periféricas, mas sim parte constitutiva dos significados que os artefatos adquirem na vida cotidiana. Nos exemplos apresentados, a ambientação dos *showrooms* foi fundamental para a construção de imaginários possíveis para o mobiliário moderno, sugerindo cenários de uso, formas de apropriação, bem como valores e sonhos associados à atualização do espaço doméstico.

10 Vale indicar como exceção a dissertação de mestrado em andamento de Mina Warchavchik Hugerth (FAU/USP).

De acordo com os argumentos propostos, é imperativo considerar questões de gênero nas inferências sobre a baixa representatividade das mulheres na historiografia do design. Conforme sugere Rubino (2010), a articulação entre gênero e design exige o questionamento de duas ordens de hierarquia, definidas (1) pelas relações de gênero – perpassadas por jogos de poder que naturalizam desigualdades entre mulheres e homens – e (2) pelo gênero – aqui empregado no sentido de espécie ou tipologia – dos artefatos e das práticas de projeto. Logo, significa enfrentar mecanismos de classificação por meio dos quais, campos de ação e de interesses são naturalizados como especificamente masculinos ou femininos, no mesmo processo em que são categorizados como de maior ou menor relevância. A problematização das assimetrias de gênero, implicadas em concepções binárias, tais como público e privado; produção e consumo; especializado e amador; erudito e popular; design e artesanato; é fundamental para a proposição de uma outra história acerca da participação das mulheres na construção do design moderno brasileiro.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de; WEIS, Luiz. Carro-zero e pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **História da vida privada no Brasil**, 4: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 319-409.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Walter Gropius e a Bauhaus**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CAMPI, Isabel. **La historia y las teorías historiográficas del diseño**. México, D. F.: Editorial Designio, 2003.
- DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- Du GAY, Paul; HALL, Stuart; MACKAY, Hugh; NEGUS, Keith. **Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman**. London, UK: Sage Publications, 2003.
- DROSTE, Magdalena. **Bauhaus**. Alemanha, Berlim: Taschen, 1994.
- FAVARETO, Celso. **Tropicália alegoria alegria**. SP, Cotia: Ateliê Editorial, 2000.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GARNER, Philippe. **Sixties Design**. Alemanha, Colônia: Taschen, 1996.
- HAUNER, Georgia. Ernesto e Georgia Hauner. In: MUSEU OSCAR NIEMEYER. Os modernos brasileiros +1. Curitiba, 2010.
- HAUNER, Georgia. Entrevista por meio de correio eletrônico. Abril de 2011.

HAUNER, Georgia. Showrooms (relato pessoal). Maio de 2011.

HAUNER, Georgia. Formação acadêmica (relato pessoal). Fevereiro de 2012.

HAUNER, Georgia. Entrevista por meio de correio eletrônico. Maio de 2012.

HAUNER, Georgia. Observações (relato pessoal). Maio de 2015.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de; GONÇALVES, Marcos Augusto. **Cultura e participação nos anos 60**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

HOLLOWS, Joanne. **Domestic cultures**. UK, Maidenhead: Open University Press, 2008.

HUGERTH, Mina Warchavchik. Móveis Artesanal: prelúdio à Forma, Oca e Mobilinea. In: BRAGA, Marcos da Costa; DIAS, Dora Souza (orgs.). **Histórias do design no Brasil II**. São Paulo: Annablume, 2014, p. 159-180.

JACKSON, Lesley. **The Sixties Design**: decade of design revolution. UK, London: Phaidon, 2000.

LEON, Ethel. **Design brasileiro**: quem faz, quem fez. Rio de Janeiro: SENAC Rio: Viana & Mosley, 2005.

MACIEL, Luiz Carlos. **Anos 1960**. Porto Alegre: L&PM, 1987.

MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **História da vida privada no Brasil, 4**: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 559-658.

MARTIN, Brenda; SPARKE, Penny (eds.). **Women's places**: architecture and design 1860-1960. UK, London: Routledge, 2003.

PEDRO, Joana Maria. Os feminismos e os muros de 1968 no Cone Sul. **Revista Clio**. Série História do Nordeste (UFPE), vol. 26, 2009, p. 59-82.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, FAPESP, EdUP, 1995.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O design pop no Brasil dos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

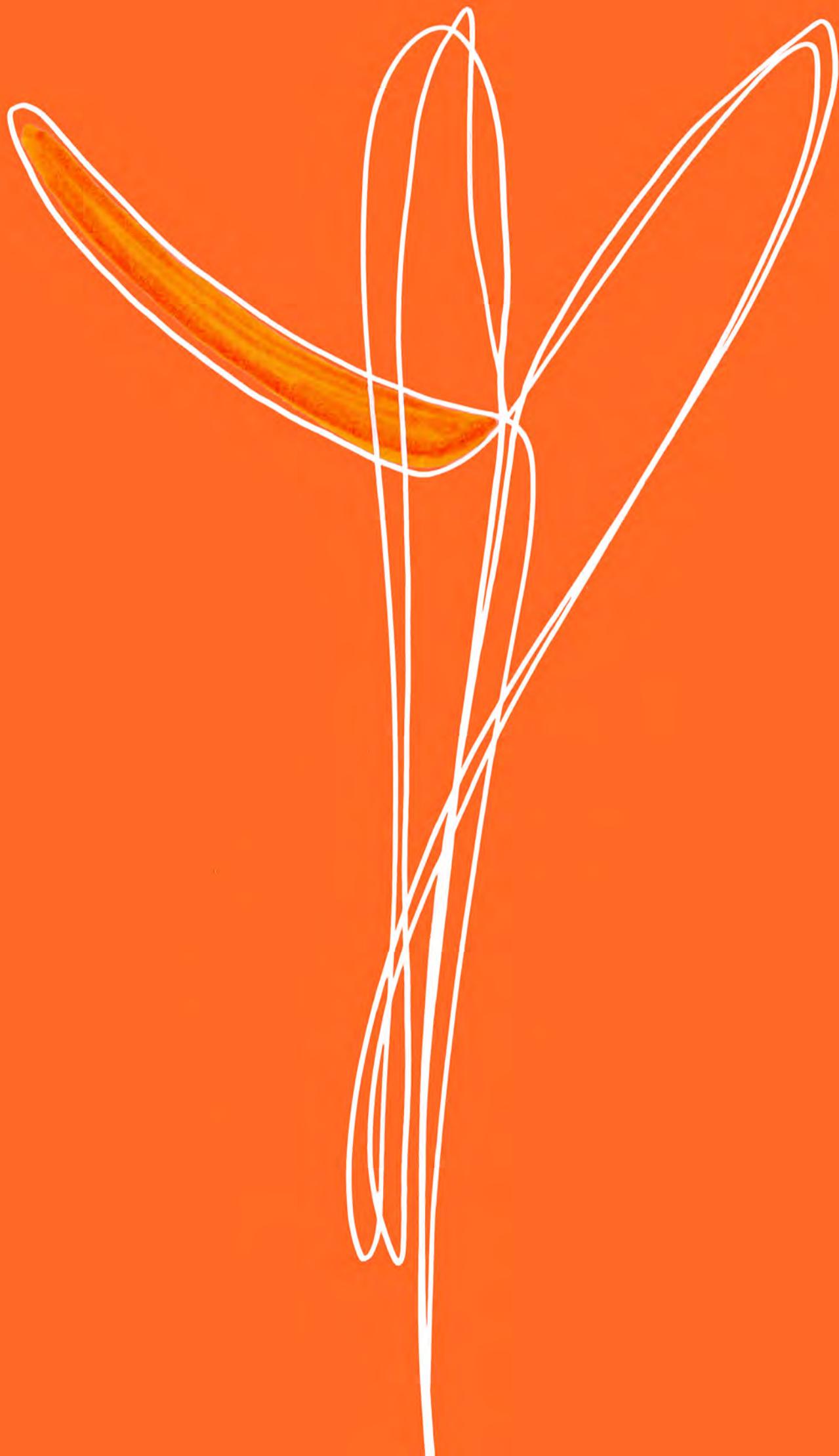
SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. Regina Gomide Graz: modernismo, arte têxtil e relações de gênero no Brasil. **Revista do IEB**, n. 45, p. 87-106, set., 2007.

SPARKE, Penny. **The modern interior**. UK, London: Reaktion Books, 2008.

RUBINO, Silvana. Corpos, cadeiras, colares: Charlotte Perriand e Lina Bo Bardi. **Cadernos Pagu**, n. 34, p. 331-362, jan.-jun., 2010.

WHITELEY, Nigel. **Pop design**: from modernism to mod. UK, London: The Design Council, 1987.

capítulo 3



Artefatos de identidade: questões de gênero nos reclames dos *Almanachs* de Pelotas

Paula Garcia Lima¹

Francisca Ferreira Michelin²

Introdução

O *Almanach* de Pelotas foi um periódico anual que circulou entre os anos de 1913 e 1935, totalizando 23 edições. Publicado na cidade de Pelotas, sua distribuição atingia muitos outros municípios do Estado do Rio Grande do Sul e, assim como as demais publicações do gênero, era composto por assuntos de temas variados, desde temas relacionados às questões de utilidade pública (taxas de correios e telégrafos, datas para pagamentos de impostos, horários do bonde, serviços) até aqueles que tinham o propósito de apenas entreter e divertir o leitor. A pesquisa sobre esta publicação³, entre outros aspectos, contabilizou 4107 (quatro mil, cento e sete) anúncios, o que indicou uma média de 179 (cento e setenta e nove) reclames por edição.

Observou-se neste quantitativo um conjunto que evidenciou certo aspecto subliminar do periódico e que motivou buscar a sua verificação. Este conjunto sugeria que os *Almanachs* de Pelotas e os seus anúncios eram veiculadores e promotores na construção de identidades de gênero. Para tanto, tomaram-se tais anúncios como objetos de design gráfico, aqui entendido como uma importante manifestação da cultura, capaz de refletir o seu contexto. Assim tidos como artefatos culturais com significados simbólicos, faz-se possível relacioná-los ao quadro histórico e social no qual se enquadram. Conseqüentemente, se admite que eles se encontram no âmbito da discussão acerca das identidades de gênero, tendo em vista ser o gênero uma categoria estabelecida culturalmente e com forte apelo simbólico.

1 Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas, UFPel e professora assistente na mesma instituição.

2 Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, docente Universidade Federal de Pelotas, UFPel.

3 O presente texto é resultado de pesquisa que está sendo realizada para a confecção de tese dentro do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da UFPel e de investigações dentro do grupo de pesquisa "Memória Gráfica de Pelotas: um século de design", lotado na mesma universidade. A pesquisa tem como objetos de estudo os *Almanachs* de Pelotas e seus reclames e tem como foco a análise das relações de gênero, motivada a partir da observação da promulgação do papel que era atribuído a mulher daquela época, o de rainha do lar, que deveria assumir as lidas domésticas e cuidar do esposo e filhos. Durante a pesquisa, percebeu-se que inúmeros reclames, através de linguagem tanto gráfica quanto textual, visavam reforçar este discurso.

Reclames como artefatos

Os reclames são as unidades de anúncios que se apresentavam nos *Almanachs* de Pelotas em uma configuração aleatória que poderia ou não compor com as demais matérias. Tratavam-se, supostamente, do resultado de acordos comerciais entre o editor do periódico e os anunciantes. Assim sendo, não definiam notadamente uma vertente editorial, mas podem ser entendidos como refletores de certos aspectos do público consumidor do periódico. No campo desta possibilidade, optou-se por compreender estes reclames como artefatos da cultura material que podem dizer sobre a sociedade e contexto nos quais foram produzidos e veiculados.

Para circunstanciar a discussão, faz-se oportuno dissertar sobre a diferença entre objeto e artefato. Segundo Rafael Cardoso (2012), objeto é algo que emana da natureza, enquanto um artefato é um objeto sobre o qual incide a ação humana, ou seja, é fabricado pelo homem. Na mesma linha de pensamento David Prown (1993) considera que artefato se refere aqueles objetos que são feitos ou modificados pelo homem, cuja análise permite o estudo da cultura material de uma sociedade, que traz imbricada a compreensão das crenças, valores, ideias, atitudes e suposições de um dado contexto. O autor traz como exemplos um bule, um microscópio, uma casa, uma cidade, um jardim, uma tatuagem, uma pintura. Do seu contexto de origem ao presente, tais objetos outorgam ao pesquisador a possibilidade de vislumbre de modos de vida, de relações de valores de uma sociedade, de expressões de um tempo circunscrito a determinados conhecimentos e crenças. Esta é a condição do artefato: a enunciação. Assim, tais objetos combinam, para além da sua materialidade, potências de significação.

No entanto, parece faltar ao reclame a condição material de uma existência própria. O reclame, ou anúncio, é um meio que se expressa em diferentes veículos com diferentes formas de existência, inclusive, adequando-se a essas. Ora, na adequação acaba adquirindo a própria substância material daquilo que o contém. Assim, no âmbito macro, como uma cidade ou no âmbito menor, como uma tatuagem, o reclame passa a significar com e sobre os significados do suporte no qual se encontra.

Então, por exemplos e definições, admite-se que tanto os *Almanachs* de Pelotas quanto os seus reclames (mesmo que estes sejam vistos isoladamente) também se caracterizam como este tipo de artefato que expressa, nas evidências ou sugerências, aspectos da cultura que os motivou. Estes aspectos referem eventos ocorridos no passado, mas que sobrevivem remanescentes, possibilitando que se perceba os sentidos de um pretérito que se presentifica como eco. Pois que sejam os artefatos as existências que permitem reexperienciar o findo, que neles se veja a possibilidade de evidências históricas. A cultura material da qual estes artefatos fazem parte (cujas formas materializam crenças) é que torna as pessoas capazes de interpretar a cultura que os produziu a partir de aspectos subjetivos e afetivos. Estes podem, ao longo dos tempos, manterem a sua função, mas são, justamente, as diferenciações de sua forma que refletem as crenças que, por sua vez, espelham o quadro no qual estão inseridos. (PROWN, 1993)

Entende-se, então, que os artefatos são capazes de expressar as relações sociais estabelecidas entre as pessoas, em determinado momento, pois existem valores culturais que são construídos socialmente e que podem ser compartilhados através da materialidade dos produtos que o ser humano produz e utiliza no seu dia a dia. Assim, quando há a apropriação de um artefato, não se está assimilando apenas sua materialidade, está assimilando-se, também, os modos de prática e de produção de significados a ele associados e, assim, estes artefatos servem como elementos mediadores no relacionamento entre as pessoas. Ressalta-se que estes significados podem ser transformados, já que estão inseridos em uma dinâmica social (SANTOS, 2005). Neste sentido, não há como não se pensar na força e no poder, então, dos discursos promulgados pelos *Almanachs* de Pelotas e seus reclames, tendo em vista que se tratava de um tipo de publicação de grande apego e de grande alcance dentro daquela sociedade, determinando identidades, reforçando diferentes papéis para homens e para mulheres, mediando as relações entre os gêneros.

De acordo com Maquet (1993), para a devida compreensão destes artefatos como inseridos dentro de determinações culturais, eles não podem ser apreendidos apenas como instrumentos, mas sim como signos. Para o autor, os significados dos objetos são culturais quando reconhecidos como parte de uma realidade coletiva, edificada por um grupo de indivíduos, mas que se refere, na maioria dos casos, a experiências humanas comuns e não a culturas particulares.

Os artefatos são depoentes de um passado por meio de sua materialidade, sendo responsáveis por conectarem-se aos indivíduos de gerações posteriores, prolongando-se através dos tempos (DEBARY, 2010). Pela sua característica duradoura, eles têm a capacidade de remeter aos contextos nos quais emergiram e circularam (RADLEY, 1992), funcionando como importantes índices da cultura que concretizam a crença de outras pessoas em outro tempo, prontos para serem interpretados atualmente (PROWN, 1993). A pesquisa que está sendo desenvolvida está, justamente, a fazer isto. Os *Almanachs* e seus reclames, objetos da investigação, são artefatos de um tempo findo, sobre os quais estão sendo debruçadas análises em busca da compreensão de aspectos da já distante primeira metade do século XX.

Estes objetos da cultura material são, então, uma forma de estender a memória para o futuro, sendo que se estabelece com eles uma dependência e subordinação não só física, mas, também, psicológica, pois eles auxiliam a organizar as experiências (CSIKSZENTMIHALYI, 1993). Tais artefatos, para Prown (1993), têm o poder de evocar recordações e, as memórias de experiências desencadeadas por eles, permitem o entendimento das crenças culturais neles incorporadas.

Isto posto, os reclames dos *Almanachs* de Pelotas investem-se da condição de artefatos da cultura material, portadores que são de informações sobre um passado, sobre a maneira como os fatos ocorriam e sobre o pensamento humano na sua época. A própria ação humana de produção/fabricação/modificação já traz em si informações sobre as demandas e necessidades de diferentes tempos. Para esta investigação interessa, sobretudo, analisar, a partir destes artefatos, as relações e as constituições de identidades de gênero estabelecidas. Neste sentido, cabe ressaltar que os *Almanachs* e seus anúncios são importantes elementos constitutivos de identidade, pois

segundo Tilley (2006), a construção das identidades individuais e sociais encontra uma parte essencial no não-verbal, através da confecção, do uso, da troca e do consumo de coisas materiais. Para o autor esse discurso material de identidade permeia as experiências e permite que as pessoas se revelem para si próprias. Acrescenta-se, aqui, que as coisas materiais que configuram a vida dos sujeitos também são utilizadas, em muito, para expressar as identidades para o outro. É sobre identidades e, em específico, sobre identidades de gênero que se começa a discutir a seguir.

Identidades de gênero

Se por um lado, os reclames dos *Almanachs* de Pelotas parecem discursar o papel das mulheres naquela sociedade, por outro, percebeu-se que este discurso se fazia presente, também, no decorrer do periódico através de outros textos. Instigou o fato de que esta publicação, que tinha o público masculino como prioritário, construía todo esse discurso em torno do gênero oposto. Para tanto, toma-se o gênero como a orientação metodológica primeira deste trabalho, ou seja, como a categoria principal de análise. Adotam-se, então, estes objetos como imbuídos de discursos que promovem as relações e caracterizações de gênero, já que gênero se difere de sexo, algo biológico e independente da cultura. Sobre isto, as autoras Santos e Pedro (2011, p.168) apoiadas em Butler dizem que:

Para ela, o gênero é constituído normativamente por meio de discursos e práticas reguladoras que inscrevem o sexo nos corpos. Tais discursos e práticas servem como referência para o estabelecimento de “códigos específicos de coerência cultural” que naturalizam os limites impostos para mulheres e homens. Uma vez que a subjetividade de gênero não é ontológica, mas, isto sim, uma construção mediante normalizações, os padrões impostos pela heterossexualidade compulsória – que implicam na diferença binária entre os sexos – necessitam de repetição contínua para afirmarem-se como hegemônicos.

Ainda, Bourdieu (2014) pondera que o corpo é definido socialmente, através de uma construção arbitrária, onde os corpos biológicos, em função da anatomia, são diferenciados e hierarquizados através das atribuições de gênero. O autor comenta que o problema não reside no fato de o homem ser constituído por um falo e a mulher por uma vagina, mas sim no fato de serem percebidos através de um ponto de vista androcêntrico, cuja visão de mundo atribui poder ao homem e ao seu órgão sexual. Para ele o princípio androcêntrico se refere a uma sociedade que se organiza de cima para baixo, alicerçada na dominação masculina. Bourdieu parece impulsionar o seu pensamento acerca do gênero motivado pelo corpo, corpo visto como palco de operação dos discursos construídos socialmente e arbitrariamente, de forma a repercutir nos papéis, também arbitrários, atribuídos às mulheres e aos homens.

Importante destacar, que um trabalho que englobe questões de gênero é necessariamente um estudo comparativo, pois é impossível pensar no feminino de forma desconectada do masculino. Outra questão é que estudar gênero, segundo Funck (2007), e conforme já colocado, vai além do estudo focado nas definições do sexo (determinado biologicamente) ou da diferença sexual,

pois gênero atrela-se às questões construídas socialmente e culturalmente. O gênero liga-se aos contextos temporais e geográficos e traz consigo aspectos ideológicos, hegemônicos, identitários e políticas de representação. Ainda de acordo Funck (1994, p.20-21), “o gênero não existe fora de um contexto ideológico, não podendo, portanto, ser tratado como uma categoria isolada, e sim como parte de um processo de construção social e cultural”.

Em estudos anteriores, buscou-se verificar como o gênero, na condição de conceito e categoria de análise, vem sendo aplicado. Tal égide de pensamento remonta a década de 1980, quando gênero também passou a ser relacionado a significados dos campos social, cultural e psicológico, construídos sobre a identidade sexual biológica tal como observa Funck (1994). A necessária comparação que orienta os estudos de gênero é delineada por esta autora, quando entende que:

[...] passa-se a contemplar não mais simplesmente a oposição masculino-feminino, mas a própria questão da diferença entre mulheres e, principalmente, o caráter construído e instável da feminilidade e da masculinidade, vistos agora como **relacionais** e **interdependentes**. Pelo menos na academia, fala-se não mais na questão da mulher, mas em questões ou relações de gênero. E é nessa conjuntura que vemos emergir a relação bastante íntima entre gênero e discurso. Se gênero é uma construção sociocultural que precisa ser constantemente afirmada, desconstruída e negociada, são exatamente as diferentes práticas discursivas que permitem e promovem os processos de subjetivação e de identificação com aquelas características que em certo momento histórico são vistas como **femininas** ou **masculinas**. (FUNCK, 2007, p. 186, grifo nosso)

A figura do Anjo Tutelar, modelo do Catecismo Positivista de Auguste Comte, transparece no discurso construído em torno das mulheres e reflete o interesse pregado pela moral então vigente no Rio Grande do Sul no início do século XX (SEGALIN, 2010). Neste contexto conservador de uma ordem social, mantinham-se distintos os papéis para homens e mulheres e reforçava-se um modelo vigilante do comportamento feminino para o qual as normas, evidentes ou disfarçadas, eram reiteradas de diferentes modos. O discurso científico e a ciência, como caminho para o progresso, eram os vetores de uma sociedade idealizada sobre arquétipos amalgamados nos preceitos do pensamento rosseauiano (ISMÉRIO, 2007).

Os almanaques, enquanto gênero de publicação que potencialmente atingia o público feminino leitor, eram veículos desejáveis para este tipo de tema, e permitiam, pela diversidade dos assuntos que ocupavam suas páginas, veicular os valores da modernidade, da moralidade e do comportamento (DUTRA, 2005). Serviam e agiam, então, como suportes de um projeto civilizatório, eminentemente ocidental, espalhando-se pelos mais diferentes locais, atingindo, além das cidades, os povoados distantes e rurais, homogeneizando o repertório de diferentes classes sociais e culturais (FERREIRA, 2001).

Portanto, entende-se que era assim que operavam os reclames dos *Almanachs* de Pelotas, fosse pelo tipo de produto que se apresentava às mulheres, ou pelo tratamento gráfico e/ou textual das peças

a elas direcionadas. Nestes anúncios percebem-se indicativos das relações estabelecidas entre homens e mulheres em um dado tempo e em um dado local, posto que as “propagandas em geral são um excelente campo para se entender a construção discursiva de gênero...” (FUNCK, 2007). A autora ainda defende que publicitários costumam dizer que a propaganda é uma representação do mundo, no entanto, segundo ela, a representação é desde sempre uma forma de construção. Assim sendo, os reclames que constituem os objetos de análise desta proposta refletem e, ao mesmo tempo, interferem (no sentido de reforçar, instaurar) os papéis e relações no interior de uma sociedade.

Pelas imagens publicitárias, podemos observar como as relações de gênero estão sendo vistas por determinada sociedade, ou seja, quais os significados mais ligados às mulheres e aos homens, ou quais os significantes mais diretamente relacionados aos comportamentos masculinos e femininos desejados socialmente. (RUTH SABAT apud FUNCK, 2007, p.190)

A mulher como rainha do lar era a figura bastião de permanência e resistência às intensas transformações (a partir, principalmente do final do século XIX) que estavam ocorrendo no então contexto moderno. Conforme Maluf e Mott (1998), as mulheres eram estimuladas a demandar esforços para que fosse mantida a única instituição capaz de sustentar os valores positivistas: a família. As mães-esposas, portanto, eram as disseminadoras destes valores, as responsáveis diretas pela educação dos filhos e pela ordem do casamento e, como enunciam as autoras, deveriam ter o comportamento feminino considerado ideal, e, assim, reinar no interior do lar, e só deste. As atividades das mulheres dentro de suas casas eram enfatizadas “por parte dos meios médicos, educativos e da imprensa na formulação de uma série de propostas que visavam educar a mulher para o seu papel de guardiã do lar e da família” (D’INCAO, 2004, p.230). Papéis intransponíveis: ao homem cabia o sustento financeiro da família, à mulher, o sustento moral. Os reclames endossavam este discurso, sobretudo através de imagens, reforçados no sul do Brasil pelo postulado castilhistas, cujos reflexos ainda no século XX se faziam presentes na formação das elites que compunham as cidades (PEDRO, 2004).

Sobre as representações das mulheres através destes reclames, cabe destacar que estes são discursos que não apenas espelham o mundo e as relações estabelecidas, mas também são práticas de significação que constituem e constroem esse mundo (FUNCK, 2007). Desta forma, os discursos presentes nos anúncios dos *Almanachs* são representativos daquilo que se esperava das mulheres daquele contexto, ao mesmo tempo auxiliando na construção deste papel, ou mesmo reforçando estas atribuições, pensamento que corrobora com o acima mencionado com base em Maluf e Mott (1998).

Estas representações, então, emergem imbricadas na sociedade ou na rede – termo usado por Elias (1994) na tentativa de englobar a relação entre indivíduo e sociedade na sua completude – que, para o referido autor, existe independentemente das intenções, pretensões e planejamentos de seus sujeitos, ou seja, como dotada de um “poder superior”, com força própria e inata, que impele os sujeitos a determinadas ações. E esta força inata, no caso do que se está a pesquisar – as relações de gênero – pauta-se através da já comentada visão androcêntrica (BOURDIEU, 2014), onde a força masculina é vista como neutra, natural, dispensando justificações. O que leva alguém a obedecer

ao outro é tema de discussão em Foucault (2008), quem conclui que, nas sociedades, há formação espontânea de poder, talvez, inclusive, impulsionado por esta força maior que atua na e pela rede.

Sobre os objetos do estudo (*Almanachs* e seus anúncios) e a pertinência do que neles se busca observar (identidades de gênero), pode-se considerar que os mesmos operavam um exercício de anamnese (expressão de origem platônica e utilizada por Bourdieu), apoiado em inconscientes coletivos e individuais, impondo “a todos os agentes, homens ou mulheres, seu sistema de pressupostos imperativos” (BOURDIEU, 2014, p.70). Sugere-se que os *Almanachs* e seus reclames faziam isto: se apropriavam de um conhecimento/sistema hegemônico pautado na predominância do masculino e propunham esses pressupostos aos leitores. É sugestivo o quanto estes elementos podem ter sido eficazes na promoção e reforço das identidades de gênero na Pelotas da primeira metade dos 1900.

Observa Bourdieu (2014) que nessa visão androcêntrica há uma adesão dóxica das mulheres, através da propagação inconsciente desta visão também por elas, tornando-as reféns do que ele nomina como violência simbólica. Assim, as diferenças de gênero existem e se mantêm por aceitação de ambas as partes: dominantes e dominados. Esta situação de conformidade e de convivência demonstra, em se pensando nas relações entre os gêneros, o que pondera Foucault (2008) sobre o fato de que o vínculo social se forma espontaneamente e é permanente e indispensável. No entanto, além das adesões de homens e mulheres, Bourdieu (2014) ainda afirma que a dominação masculina é um produto histórico, fruto de um trabalho incessante de reprodução que tem como agentes não só os homens, mas também as instituições, a família, a Igreja, a Escola e o Estado.

Assim posto, comungava com este fim o discurso veiculado nos *Almanachs* de Pelotas para a construção destas identidades dualistas, que se manifestavam tanto na escrita como na iconografia, carregadas, ambas, de simbologia reiterativa dos valores do contexto já mencionado. É exatamente nesta trama que o gênero como categoria de análise se insere, sempre atrelado ao contexto temporal e espacial, refletindo ideologias, identidades e políticas de representação, como parte constituinte de todo um processo de construção social e cultural. (FUNCK, 1994, 2007)

Pensando o gênero e os discursos que o promovem como fatores preponderantes nas construções das identidades, Hall (1999) observa que ao longo dos tempos estas construções tiveram diferentes pilares. Num primeiro momento, os sujeitos viam-se como seres individuais e soberanos, – idéia edificada com base nos reflexos racionalistas dos séculos XVII e XVIII que pôde explicar no âmbito do humano, certas coisas que antes eram atribuídas ao divino. A partir da instauração dos estados modernos surge uma concepção mais social do sujeito que o vê inserido nas grandes estruturas que sustentam a sociedade moderna. Concomitantemente, apresenta-se um cenário agitado de um século no qual se desestabilizam identidades em função de movimentos intelectuais e estéticos ligados ao surgimento do Modernismo. O indivíduo anônimo desponta, isolado e alienado dentro dos grandes agrupamentos que vão se formando.

É exatamente neste cenário, industrial e urbanizado – que transforma os modos de socialização dos sujeitos, enfraquecendo os laços tradicionais – que os meios de comunicação passam a

ter a finalidade de refazer as ligações entre os indivíduos e a sociedade complexa que os cerca (FERREIRA, 2001) (WOLF, 2001). Assim, afirma-se a forte relação que se estabelece entre o indivíduo deste novo cenário e os meios de comunicação, que passam a ser os grandes formadores do seu comportamento. Ora, é justamente isso que se está a verificar, como os *Almanachs* de Pelotas e seus reclames agiam como promulgadores de discursos acerca das identidades de gênero na Pelotas do início do século XX.

É importante destacar aqui que os objetos deste estudo circularam em um momento, precisamente, da experimentação mais profunda da migração de uma sociedade rural para uma sociedade urbana. Momento de muitas mudanças, momento de muitas incertezas. Situação na qual, por coincidência, ou por consequência, segundo Hall (2003) as identidades passam a ser compreendidas como construídas através da interação com o meio social. Logo, reforçar os papéis, extremamente demarcados e diferenciados para homens e para mulheres, seria uma tentativa de frear as mudanças indesejáveis ou, tendo em vista justamente o contexto, seria uma característica da própria modernidade, quando, de acordo com Bauman buscou-se fixar as identidades no passado (TILLEY, 2006).

Tal situação é, também, um reflexo de que a sociedade funciona através de uma teia de funções interdependentes entre os sujeitos que, segundo Elias (1994, p.23), "são funções que uma pessoa exerce para outras", onde "cada pessoa singular esta realmente presa; está presa por viver em permanente dependência funcional de outras", sendo exatamente essa rede de dependência de funções que se pode chamar de sociedade. Esta singularidade tão demarcada entre as identidades de gênero são reflexo, também dentro da compreensão do autor, de que as individualidades só são possíveis dentro de um grupo, ou seja, se não houver relação com outras pessoas, não há como ser diferente. Além disto, Elias é adepto de uma concepção dinâmica na qual os mundos externos e internos entrelaçam-se, de forma que o indivíduo se constrói na relação com os outros e, logo, com a sociedade.

Esta mescla entre querer ser diferente, mas, ao mesmo tempo, ser dependente dos diferentes pode ser considerada como oriunda do fenômeno reticular (Idem), onde as pessoas mudam, se moldam, continuamente, umas em relação as outras e mutuamente. A partir desta perspectiva, era de suma importância que estas formas de comunicação deixassem claras as diferentes funções e identidades de homens e mulheres, para que cada um assumisse o seu papel sem se sobrepor ao papel do outro, mas, sobretudo, estabelecendo dependência entre ambos. Ou seja, o homem podia sair de casa para trabalhar porque a mulher ficava em casa cuidando dos afazeres domésticos e dos filhos, situação frequentemente ilustrada nos anúncios da pesquisa.

Para Bourdieu (2014) as identidades se inscrevem nos corpos femininos e masculinos, onde a linguagem corporal funciona como código de conduta de gênero (por exemplo, a honra do homem expressa através de postura ereta e, submissão da mulher, ao inclinar-se, curvar-se), através do adestramento dos corpos. O corpo é, também, palco de expressão estética de identidade, através do uso de vestimentas, cortes de cabelo, penteados. Para o autor, a composição destas identidades distintivas, atribuídas pela arbitrariedade cultural, é fruto de um trabalho coletivo incessante, criando "*habitus* claramente diferenciados segundo o princípio de divisão dominante e capazes de

perceber o mundo segundo este princípio” (Idem, p.33-34). Ratifica-se, mais uma vez, que no caso de gênero, as possibilidades oferecidas de identidade são unas; ou se é homem, ou se é mulher. Ressalta-se o verbo “oferecer”, porque se entende que, ao menos nesta égide, aquilo que se pode ser é ofertado pela rede, na qual há a oferta, mas há, também, a compra.

A construção social dos corpos se dá em duas vias, tanto através do olhar/percepção próprio sobre si mesmo, quanto do olhar/percepção do outro. No caso da identidade das mulheres, uma coisa importante a ser destacada é que a experiência feminina é pautada no corpo-para-o-outro, ou seja, as mulheres são vistas como objetos simbólicos, objetos a serem olhados pelos outros, objetos bonitos, disponíveis. As mulheres são colocadas em constante dependência dos outros/homens/dominantes, até mesmo para construir sua identidade, por sua vez, imbuída de dominação; dominadas por sua dominação, segundo termo de Marx (BOURDIEU, 2014). Ser mulher é ser-percebido pelo olhar masculino ou por um olhar doutrinado pelas categorias masculinas (Idem). Talvez isto ajude a explicar a existência de inúmeros reclames nos *Almanachs* (cujo público-alvo declarado era os homens) com a representação gráfica de mulheres narrando, explícita ou implicitamente, os seus papéis e funções naquela sociedade.

A seguir algumas imagens de reclames nas quais podem ser observados discursos construtores das identidades de gênero:



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5

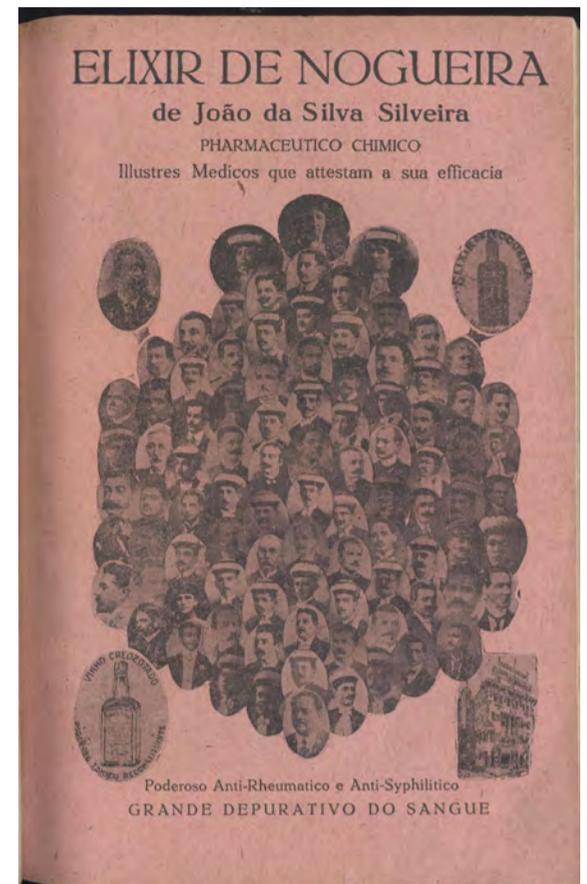


Figura 6

As imagens acima são uma amostra do grande banco de dados que se está a analisar (4107 anúncios) e ilustram a questão dos discursos de identidades de gênero expressos através das representações gráficas ou verbais dos anúncios. Observa-se a mulher no mundo privado, no interior do lar, executando atividades domésticas (cuidando dos filhos, lavando roupas), como nas figuras 01 e 04. Já aos homens, o que se oferece é o mundo público, do trabalho, das atividades de lazer (Figs. 02, 03, 05). Digno de análise entre o privado/público, mulheres/homens, é o anúncio da figura 02, no qual há a sugestão de que uma mulher está comprando algo, atendida por um homem atrás do balcão. O que é bastante simbólico, neste caso, é o avental que a mulher está trajando, porque ele funciona como indicativo de que ela, nesta ocasião fora de casa, já irá voltar para as lidas domésticas do seu mundo privado. Novamente, nas figuras 01 e 04, o que agora se pode observar é a aparência das mulheres, figurantes de delicada beleza, em contraste ao homem atlético, arquétipo de força e de virilidade, representado na figura 03. Sobre a linguagem corporal, ressalta-se a postura ereta do homem datilografando (Fig.05) e dos demais homens nas fotografias da figura 06, donos de ares sóbrios; sem contar o fato de se tratar do único anúncio dessa amostra com fotografias, cuja técnica conota veracidade. Ainda falando sobre postura, atenta-se para a mulher voltada para o seu filho ao amamentá-lo (Fig.01), significando devoção.

São exemplos nos quais se pode apreciar que os *Almanachs* e em específico os seus reclames integram a máquina simbólica de uma ordem social então vigente (BOURDIEU, 2014, p.18) que ratificam papéis ao veicularem discursos de gênero. De acordo com o autor também se pode ponderar que os objetos de análise têm grande eficiência simbólica e funcionam como ritos de instituição, os quais

[...] se inscrevem na série de operações de **diferenciação** visando a destacar em cada agente, homem ou mulher, os signos exteriores mais imediatamente conformes à definição social de sua **distinção** sexual, ou a estimular as práticas que convêm a seu sexo, proibindo ou desencorajando as condutas impróprias, sobretudo na relação com o outro sexo. (BOURDIEU, 2014, p.35, grifo do autor)

Conclusão

Reitera-se, deste modo, que os *Almanachs* de Pelotas, e propriamente os seus reclames, são fontes materiais tanto quanto artefatos culturais que em função do uso –funcional, simbólico ou ambos – permitem a especulação sobre aquela sociedade e aqueles sujeitos; da rede que compunham e/ou da qual faziam parte, como diria Elias (1994).

Pondera-se que é possível, a partir dos objetos, observar as relações de gênero e de construção das identidades masculina e feminina. Os reclames exemplificados apresentam tais questões e indicam este tempo no qual o corpo usado enquanto código de conduta de gênero se fazia evidente, conforme já dito por Bourdieu (2014). As representações dos homens e das mulheres nestes reclames evidenciam o léxico visual de um ideário de comportamento, permeado de valores traduzidos pelas relações de imagem/texto. Poucos signos induziam os contextos permitidos para as mulheres, as poses figuravam comportamentos aceitáveis e desejáveis e os adornos de cenários e vestes esclareciam os parâmetros medidores do valorizável. Como mencionado, estes discursos verbais e visuais, que espelham no presente determinado contexto pretérito, ajudavam a construí-lo (FUNCK, 2007). O mesmo se pode falar sobre as identidades de gênero: deixam-se plasmar nos indícios destes discursos de consumo flagrados nos reclames.

Os papéis extremamente delimitados dessas identidades são, conforme Tilley (2006) o resultado de uma construção que se faz no limite da similaridade e da diferença. E, compete reforçar, as identidades de gênero se constroem com base nos opostos e nos contrastes que afloram da teia de funções interdependentes, nas quais homens e mulheres se relacionam.

Crê-se que tais fatos puderam ser observados na amostra trabalhada neste texto, possibilitando constatar-se que os *Almanachs* de Pelotas e seus reclames estavam a serviço de um simbolismo no qual se reforçava a visão androcêntrica, usando os termos de Bourdieu (2014). Tomam-se as identidades de gênero como identidades sociais, tendo em vista que tanto as identidades quanto a categoria de gênero são estabelecidas no interior da cultura e da rede que a forma. Por fim, entendem-se as identidades de gênero como uma operação cultural que tem como palco os arbitrários corpos masculinos e femininos, os quais, por sua vez também traduzem aspectos culturais; corpos atores fantoches, que tanto impõem discursos como também são manipulados por discursos, que ao fim e ao cabo, diziam o que eram as identidades feminina e masculina.

 REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Trad. Maria Helena Kühner. 12ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um Mundo Complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Whyweneedthings. In: LUBAR, Steven; KINGERY, David W. (orgs.). **The history from things: essays on material culture**. Washington: Smithsonian Institution, 1993. p.20-29.
- DEBARY, Octave. Segunda mão e segunda vida: Objetos, lembranças e fotografias. **Revista Memória em Rede**, v.2. Disponível em <http://www.ufpel.edu.br/ich/memoriaemrede/wp/wp-content/uploads/2010/09/DEBARY_Octave.pdf>. Acesso em <11 Jul. 2013>
- D´INCAO, Maria Ângela. Mulher e família burguesa. In DEL PRIORY, Mary (org.) **História das Mulheres no Brasil**. 7 ed. São Paulo: Contexto, 2004. P. 223-240.
- DUTRA, Eliane de Freitas. **Rebeldes literários da República: história e identidade nacional no Almanach Brasileiro Garnier (1913-1914)**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.
- ELIAS, N. A Sociedade dos Indivíduos. In: **A Sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994, pp. 11-60.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. **As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa**. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 99-116.
- FERREIRA, Jerusa Pires. Almanaque. In: MEYER, Marlyse (Org.). **Do Almanak aos Almanques**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008 (aula de 4 de abril de 1979, pp. 397-430).
- FUNCK, Susana. Discurso e identidade de gênero. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; SCLIAR-CABRAL, Leonor (Org.). **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: EDUFSC, 2007, p.183-195.
- FUNCK, Susana. Da questão da mulher à questão de gênero. In: _____ (org.). **Trocando idéias sobre a mulher e a literatura**. Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina, 1994, p. 17-22.
- HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.
- ISMÉRIO, Clarisse. As representações do feminino na educação rio-grandense segundo o discurso positivista (1889-1930). **Revista Eletrônica História em Reflexão**, Dourados, n.1, v.1, p.1-14, Jan/Jun 2007.
- MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 367-421.
- MAQUET, Jacques. Objects as Instruments, Objects as Signs. In: LUBAR, Steven; KINGERY, David W. (orgs.). **The History from things: essays on material culture**. Washington: Smithsonian Institution, 1993. p.30-40.

- PEDRO, Joana Maria. Mulheres do Sul. In DEL PRIORY, Mary (org.) **História das Mulheres no Brasil**. 7 ed. São Paulo: Contexto, 2004. P. 278-281
- PROWN, Jules David. The truth of material culture: history or fiction?. In: LUBAR, Steven; KINGERY, David W. (orgs.). **The history from things: essays on material culture**. Washington: Smithsonian Institution, 1993. p.1-19.
- SANTOS, Marines Ribeiro dos Santos. Design e cultura: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. In: QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro (org.). **Design e cultura**. Curitiba: Sol, 2005. p.13-32.
- SANTOS, Marinês Ribeiro dos; PEDRO, Joana Maria. **Estratégias discursivas e Identidades de Gênero: A construção da "dona de casa moderna" na Revista Casa & Jardim dos anos 1960**. Revista Caderno Espaço Feminino. Uberlândia/MG, v. 24, n. 1, p. 163-184, Jan./Jun. 2011. Disponível em <<http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/7626/8144>>. Acesso em 04 de novembro de 2013.
- SEGALIN, Linara Bessega. **Discursos e representações de gênero nos almanaques Populares: Amanak Litterario e Estatístico do RS e Almanach popular Braziileiro**. In: Fazendo Gênero 9, Diásporas, Diversidades, Deslocamentos, 2010, Florianópolis. Anais digitais do Fazendo Gênero 9, 2010.
- TILLEY, Chris. Identity, Place, Landscape and Heritage. **Journal of Material Culture**, n. 11, v. 7, p.7-32, 2006.
- RADLEY, Alan. Artefactos, memoria y sentidos del pasado. In: MIDDLETON, David; EDWARDS, Derek (org.). **Memoria compartida: La naturaleza social del recuerdo y del olvido**. Buenos Aires: Paidós, 1992. p.63-76.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 6ª ed. Lisboa: Presença, 2001.

REFERÊNCIAS FIGURAS

FIGURA 01

Fig. 01: Galactogeneo - Remédio para estimular a produção de leite materno
 Fonte: Almanach de Pelotas, 1919, p. 164
 Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

FIGURA 02

Fig. 02: Buxton Guilayn Cº
 Fonte: Almanach de Pelotas, 1921, p. 272
 Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

FIGURA 03

Fig. 03: Maratan - depurativo.
 Fonte: Almanach de Pelotas, 1924, p.251
 Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

FIGURA 04

Fig.04: F. C. Lang &Co.- Fabrica de Sabão e Velas.
Fonte: Almanach de Pelotas, 1925, p. 18
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

FIGURA 05

Fig. 05: Elisa Camorali, professora de datilografia
Fonte: Almanach de Pelotas, 1925, p. 198
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense.

FIGURA 06

Fig. 06: Elixir de Nogueira - depurativo.
Fonte: Almanach de Pelotas, 1927, s/p. (entre as páginas X e 4)
Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense

capítulo 4



Una intersecciones de tres historias: mujeres, cultura escrita y diseño

Marina Garone Gravier¹

Introducción

Los vínculos que han existido entre las mujeres y la cultura escrita, y más particularmente los libros, se pueden abordar desde muy diversos ámbitos a lo largo del tiempo. Empezaré por mencionar el acceso que las mujeres tuvieron a la enseñanza tanto de la lectura como de la escritura. Aunque hay abundante literatura especializada sobre las prácticas de escritura femeninas y masculinas², una fuente que aún no ha sido estudiada se refiere a los manuales de enseñanza de la escritura y, en ellos, el análisis de las indicaciones de postura corporal y otras indicaciones de comportamiento socialmente diferenciados. Estos libros que contenían modelos de letras, rasgueos y ornamentación se comenzaron a desarrollar en Europa a partir del siglo XVI y tuvieron su época dorada en los siglos XVII y XVIII, aunque también hubo algunos más tardíos.³ Entre los que se conocen he localizado dos claros ejemplos en los que se presentan explícitamente las posturas que las mujeres debían seguir para escribir con corrección. El más detallado pertenece a la sección del arte de escribir presente en *L'Encyclopédie*, de Diderot y D'Alambert, publicado en 1763, y el otro está en el *Modelli per imparare la bella scrittura*, de Giuseppe Savant, impreso en Turín en 1810.

En el primer caso, bajo el título *Sobre la posición de las jóvenes damas para escribir*, podemos encontrar que se hace la consideración a las limitaciones de movimiento de que usualmente estaban sujetas las mujeres para realizar distintas tareas, entre las cuáles estaba escribir:

1 Diseñadora de la comunicación gráfica por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM) (1991-1994) con especialidad en diseño editorial y tipografía. Desde octubre de 2009 es Investigadora de Tiempo completo del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM, y desde febrero de 2012, es Coordinadora de la Hemeroteca Nacional de México. E-mail: marinagarone@hotmail.com

2 Aunque sobre este tema existe abundante bibliografía, recomiendo la lectura de los trabajos de Roger Chartier sobre lecturas y lectores, entre los que cabe mencionar su ensayo "Las prácticas de lo escrito" en Philippe Ariès y George Duby, *Historia de la vida privada*, Vol. III, "Del Renacimiento a la Ilustración", pp. 116-158.

3 Hay manuales de distintas tradiciones por ejemplo: franceses, italianos, alemanes y españoles. Para tener un panorama sobre este punto consúltese David Becker, *The Practice of Letters. The Hofer Collection of Writing Manuals 1514-1800*, Cambridge, Harvard College Library, 1997; Ana Martínez Pereira, "Los manuales de escritura de los siglos de oro: problemas bibliográficos", en *Literae. Cuadernos sobre cultura escrita* 3-4 (2003-4) pp. 133-159.

Mi intención, al dar este nuevo método, no es desacreditar aquél que casi siempre se ha utilizado, pero se estará de acuerdo en que es mucho mejor para los hombres, a los que nada estorba en los movimientos, que para las damitas que se ha sujetado desde la más temprana edad a un corsé o ballenas o a otro material igual de inflexible, y para los cuales hay que buscar una posición que no incremente la presión que éstos ya ejercen. [...] Así, las madres, que para conservar el talle de sus hijas las privan la mayor parte de un conocimiento útil en cualquier estado en el que se encuentren, no deben temer ningún accidente, si el maestro, encargado de dárselos, lo utiliza.⁴

Para el caso italiano, aunque no dispongo del texto, se puede ver una imagen en la que una joven y un muchacho comparten la misma mesa de trabajo, es de notarse que este manual fue publicado en tiempos más tardíos, donde ya podemos suponer que la educación femenina en este aspecto estaba menos restringida y limitada o al menos no disociada de la que recibían los hombres.

Pero la iconografía antigua también nos permite encontrar ejemplos más tempranos de mujeres escribiendo, como el caso de la bellísima representación de la miniaturista francesa Cristina de Pisan (1364-1430) en la que se la ve en su escritorio, empuñando una pluma con la mano izquierda.⁵ La relación de mujeres y escritura no se encuentra exclusivamente de Europa, y por eso uno de los casos más notable se refiera al lejano oriente. La caligrafía en oriente era considerada un elemento necesario en la educación y atributos de una dama noble y se la identificaba como un espejo del alma de la persona, por lo tanto se le atribuía a la buena letra una virtud moral. El primer tratado de caligrafía chino, el cual estableció las bases y criterios para la escritura de ese idioma y su apreciación, publicado en el 320 después de Cristo, se debe a la señorita Wei Shao, por lo que se puede decir que es una mujer la responsable del establecimiento de las normas gráficas de ese idioma. Una situación similar de atribución de valores morales a la buena caligrafía se reconoce en Japón. La escritura femenina se denominó *onnade* y empleaba el sistema fonético *hiragana*, en contraste con el *kanji* (de origen chino) que era empleado básicamente por hombres para los textos escolares, administrativos, reales y religiosos (a la escritura masculina se la denominó *onokode*).⁶

La importancia que revistió la posesión de libros como bien cultural es otro hecho especialmente notable a partir de la Edad Media con el surgimiento de los libros de horas miniados, que estuvieron asociados, aunque no de forma exclusiva, a un uso fundamentalmente femenino, privado y personal. El recurso de representar libros como atributo o indicador de la elevada calidad intelectual y de virtud de la mujer, es abundantemente comprobable en la iconografía religiosa cristiana, donde frecuentemente encontramos al personaje femenino principal, por ejemplo a la virgen María, leyendo

4 El fragmento corresponde a la explicación de la lámina III, de la sección Arte de la escritura, de la Enciclopedia francesa. Agradezco la veloz traducción del texto a Kenia Bello.

5 Este libro se encuentra en la British Library, Harl. Ms. 4431, f.4.

6 Women calligraphers" en A History of Calligraphy, de Albertine Gaur, The British Library, Londres, 1994.

el viejo testamento al momento en que Gabriel le anuncia que será la madre de Cristo.⁷ La iconografía libro-mujer es más amplia que esta cita y permite también encontrar otros significados menos enaltecedores, más terrenales, como por ejemplo la lectura íntima, de placer y diversión presente en obras pictóricas como las de Johannes Vermeer *Woman Reading a Letter* (ca. 1663-64) que presenta a una mujer leyendo una carta en el marco de la intimidad; la imagen de Anton Ebert *Goodnight Story* (1883) que muestra a una joven madre leyendo cuentos en la cama a sus dos pequeños hijos o, para mencionar otro caso completamente diferente, la fotografía que Eve Arnold tomó a la diva Marilyn Monroe leyendo la clásica novela épica de James Joyce: *Marilyn Reading Ulyses*, del año 1952.⁸

Otro factor que permite vincular a las mujeres y los libros es la participación material que éstas tuvieron en la producción editorial desde los inicios del periodo de la imprenta manual y es en este sentido donde podemos encontrar los primeros nexos entre mujeres e historia del diseño e inclusive de la tecnología (tipográfica). Esta participación femenina en las artes gráficas tiene larga data, pero aún no existe un análisis de conjunto que permita aquilatar su magnitud; sólo se cuenta con unas pocas menciones parciales y hechos aislados. Por esa razón, a partir del acopio y análisis bibliohemerográfico e iconográfico,⁹ pretendo ofrecer información que contribuya en primera instancia a visibilizar el papel que jugaron las tipógrafas e impresoras en Europa y América, lo que de alguna forma nos permitirá conocer su contribución al mundo del libro, la cultural escrita, y la comunicación visual.

Mujeres, edición y tecnología gráfica

Si bien es cierto que desde el inicio de la imprenta tipográfica, en el siglo XV, y hasta inicios el siglo XIX, la impresión y edición de libros fue un negocio fundamentalmente de carácter familiar, es importante hacer notar que en la bibliografía especializada de corte tradicional casi no se menciona la presencia y participación de las mujeres en esta actividad. Pueden existir varias razones para este vacío o “silencio”: por una parte que en los recuentos históricos se diera más importancia a los iniciadores que a los continuadores de las distintas tradiciones familiares; por otra al prejuicio y las preconcepciones que impiden ver los objetos concretos —una mirada a la cultura material— que dan cuenta de estas participaciones (en el caso que estamos abordando no referimos específicamente a los pies de imprenta de los libros antiguos, europeos y mexicanos); la ignorancia sobre cuál la verdadera situación social y legal de las mujeres durante ese largo periodo histórico y por último

7 Sobre este punto basta revisar la amplia iconografía de la Anunciación en la que la virgen María generalmente se encuentra leyendo al momento de recibir la noticia de su espera divina de boca del arcángel Gabriel. Asimismo, para el caso de los libros como atributos de vírgenes y santas, consúltese el extraordinario ensayo “La santa que lee”, de Joaquín Yarza Luaces en Teresa Suaret Guerrero y Amparo Quiles Faz (eds.), *Luchas de género en la historia a través de la imagen. Ponencias y comunicaciones*, tomo I, Málaga, Servicio de Publicaciones Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga (Cedma), 2001, pp. 421-465.

8 *Reading Women*, prólogo de Karen Joy Fowwler, Londres, Merrell, 2006.

9 Quiero expresar que este trabajo no es el primero que trata de alguna forma el tema, pero sí pretende ofrecer un compendio razonado de las distintas fuentes y menciones sueltas. Aunque las obras que he empleado se encuentran detalladas en la bibliografía sería injusto no mencionar a los autores principales que han servido como guía para la elaboración crítica de este ensayo: Amor de Fournier, Araujo, García Icazbalceta, Iguiniz, Medina, Stols y Torre Revelo.

el desconocimiento de las labores que se desarrollaban en los talleres, las habilidades necesarias para trabajar en ellos y la división del trabajo usual en las imprentas.

Sobre este último punto, el más cercano a la historia del diseño y la tecnología, hay que recordar que en el taller de imprenta se realizaban básicamente tres tareas diferenciadas: antes de imprimir era preciso realizar la composición e imposición del texto, y después de la impresión, que era la actividad central, se realizaba el alzado de los pliegos, finalmente se llevaba a cabo la encuadernación. Además eran precisas otras múltiples actividades de carácter técnico: fundición de tipos, elaboración de tinta, mojado y secado del papel. Otras tareas eran de carácter intelectual como por ejemplo la corrección de los textos; y por último una serie de labores empresariales. No todas las imprentas eran de igual tamaño por lo que en las pequeñas una misma persona realizaba más de una función; asimismo, la estructura de mando, que generalmente seguía el esquema de maestros, oficiales y aprendices, podía quedar difuminada si había pocos empleados.

En la iconografía que se conserva sobre talleres antiguos y sus labores de imprenta encontramos representaciones de mujeres realizando varias de las tareas antes mencionadas. Por ejemplo se las puede ver componiendo tipos, de forma manual o con primitivas máquinas de composición, recogiendo los pliegos recién salidos de la prensa; plegando papel o cocinando cuadernillos o realizando encuadernaciones. También hay mujeres participando en la elaboración de tipos y papel; para el primer caso se las ve lijando y quitando las rebabas de los tipos después de haber sido fundidos; para el segundo caso están trozando los trapos con los que se haría la pulpa de papel en los pudrideros.

Estas tareas y estructura laboral de las imprentas duraron casi 300 años, o sea el periodo de estudio habitual del libro antiguo, y prácticamente no sufrieron mayores modificaciones, pero durante el siglo XIX hubo cambios radicales derivados de la Revolución Industrial, que repercutieron en el espacio que ocuparon las mujeres dentro del proceso productivo del libro. Los avances técnicos, como la prensa de vapor y más tarde las rotativas, la mecanización en la producción y composición tipográfica, con la llegada primero del linotipo y posteriormente el monotipo, así como la creciente demanda de impresos, especialmente de periódicos, sacaron el negocio editorial del ámbito estrictamente familiar y modificaron la organización empresarial, que comenzó a estar liderada principalmente por hombres, aunque no de forma exclusiva. En algunos casos, el papel de la mujer se reorientó a otras esferas de la industria libresco: algunas trabajaron en la encuadernación, otras más se dedicaron a la ilustración, sobre en obras destinadas a un público infantil y para las propias mujeres, género conocido como para "bello sexo", que comenzó a aflorar ampliamente durante el siglo XIX. De cualquier modo la presencia de la mujer en las artes del libro nunca desapareció.

Esta aparente disminución de la participación femenina en las labores de imprenta del siglo XIX tiene una notable excepción en México. Me refiero a una dama de quién tenemos puntuales datos biográficos por el texto que aparece en el *Décimo tercer calendario*, de Abraham López, de 1851. El impresor mexicano describe en *La joven impresora*, texto que hizo a modo de epitafio, las habilidades de su esposa Loreto de Jesús Cazabal oriunda de Toluca, lo que nos da la pauta de que el siglo XIX, en el que pretendidamente no hubo trabajo de mujeres en las imprentas

mexicanas es otro periodo que debemos estudiar con mucha atención. A manera de ejemplo transcribo algunos párrafo:

Hacia algún tiempo me decía a mí mismo: ¿qué, nuestras lindas mexicanas no serán a propósito para recibir una educación más elevada, y que ocupen un lugar más distinguido en nuestra sociedad? Este fue mi primer pensamiento y comencé artísticamente a educar a mi esposa y discípula el año 1841. [...] El año de 1847 tenía toda la destreza en el ramo de la composición, esto es, parar la letra, y la habilidad de un oficial. Habiendo adelantado en la parte literaria [...] inventó, escribió y paró con sus mismas manos las páginas 61, 62 y 63 del calendario de ese año, y en lo sucesivo fue mi compañera de redacción del mismo manual hasta el año de 1850. En el tiro de la prensa, esto es, la acción de imprimir, lo hacia con toda la destreza y perfección de un buen artista, dejando admirados a cuantos la veían desempeñar este penoso mecanismo. Se había dedicado al ramo de la encuadernación, tanto a la rústica como a la holandesa; ella misma recortaba y dirigía todas las operaciones de encuadernación de este calendario, desde el año de 1848 a 1850. Empezó el grabado en madera dejó dos ensayos que acreditan su buena disposición. En el ramo de fundir letra hizo cantidad de cuadrado que se necesitaban y por último tenía una disposición natural para cuanto se quería que aprendiese. [...] Esta joven se sobrepuso a esa educación mezquina y miserable que los gachupines dejaron al bello sexo. Hasta el día no tengo noticias que en México exista una mujer, que en un solo individuo reuniese tan variados conocimientos, pues ni en los oficiales impresores se encuentran uno que los posea.¹⁰

Pero para analizar lo ocurrido antes del siglo XIX cabría preguntarse por qué razón las mujeres pudieron participar activamente en el mundo del libro. Además de la mayor o menor habilidad que pudieran tener en la administración de la hacienda y su preparación intelectual, podríamos encontrar algunas respuestas en la cercanía que, en general, existían entre los talleres y los hogares, lo que permitiría a las mujeres colaborar en las labores de la imprenta sin “descuidar” sus compromisos domésticos. Otra razón podría ser que, dado el carácter familiar del negocio, que a la muerte del marido o cabeza de familia la imprenta pasara por herencia a la esposa, hija o hermana no era inusual, ya que en varios casos ellas eran la autoridad responsable de la familia ante la ley. En este sentido hay que mencionar también que la propensión longeva de las mujeres respecto de los hombres es un factor que pudo contribuir frecuentemente en estas líneas de sucesión empresarial.

¹⁰ Agradezco la gentileza de haberme proporcionado esta información a María José Esparza, Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM.

Breves panorama sobre algunas impresoras y tipógrafas europeas y norteamericanas

Desde fines de la edad media y hasta nuestros días, primero en Europa y más tarde en Estados Unidos y México, ha habido una importante participación de féminas en el mundo del libro y la tipografía.¹¹

Una serie de mujeres de notable formación intelectual, en su mayoría religiosas de monasterios medievales, trabajaron en los escriptorios, tal es el caso de las monjas del convento de San Jacopo de Ripoli, en Florencia, Italia. Por otra parte, incontables viudas, hijas y nietas asumieron sus funciones en la regencia y administración de talleres, y terminaron de imprimir las obras inconclusas de sus difuntos esposos, padres o abuelos; como ejemplo de ellos podemos mencionar a Margarita Dall'Aglio, quien no solo publicó el hoy conocido *Manuale Tipografico* (Parma, 1818) de su difunto esposo, el impresor italiano Giambattista Bodoni, sino que además realizó el prefacio a la obra en el que se puede detectar el alto grado y la profundidad de conocimientos tipográficos que poseía esta mujer para poder hablar con tanta propiedad sobre la labor tipográfica de su marido.

Estas mujeres editaron tanto a los autores clásicos como a sus contemporáneos; se ocuparon de temas religiosos, científicos, culturales y literarios, con diversos grados de calidad estética y tipográfica pero sin duda con máxima entrega para no perder la lealtad de sus clientes (civiles, reales o religiosos). En algunos casos nos encontramos con mujeres que estuvieron varias décadas al frente de sus empresas, como por ejemplo la francesa Charlotte Gillard, quien trabajó 50 años en la imprenta que había sido de su esposo. También podemos hallar ejemplos en que no sólo participaron las madres sino que luego las hijas y los yernos, como es el caso de Jeanne, la esposa de Christopher Plantin, y Martina, la hija de ambos que junto con su marido, Jan Moerentof, o 'Moretus,' fueron los continuadores de la famosa dinastía de tipógrafos e impresores belgas.

Desde el punto de vista empresarial, estas mujeres produjeron obras a grandes escalas o en empresas pequeñas, como fueron los casos respectivamente de las inglesas Emily Faithfull (1835-1895) en Victoria Press o de Virginia Wolf (1882-1941) en su Hogarth Press. En algunas ocasiones fueron pioneras en su labor como Elizabeth, la esposa del misionero Joseph Glove, quien estableció la primera imprenta de las colonias inglesas de Norteamérica; fueron también promotoras de la organización gremial y de la elaboración de discursos igualitarios y de defensa de las mujeres como Augusta Lewis Troup quien imprimió el primer periódico feminista norteamericano, *The Revolution*.

Trabajaron no sólo desde la práctica sino también desde la reflexión y la teoría, como fue el caso de Beatrice Warde (1900-1969) investigadora norteamericana que realizó importantes estudios sobre historia de la tipografía. Y aunque la lista es más extensa, podemos mencionar a distintas tipógrafas europeas y norteamericanas contemporáneas que han realizado importantes contribuciones a la

11 Para una mayor información sobre este apartado consultar la reseña de la exposición "Unseen Hands: Women Printers, Binders and Book Designers," organizada por la Universidad de Princeton, en marzo de 2003, bajo la curaduría de Rebecca Davidson. Asimismo la concisa y elocuente comunicación de Raquel Pelta "Mujeres y tipografía. Encontrando un lugar en la historia", Primer Congreso de Tipografía, Valencia, junio 2004.

práctica tipográfica:¹² Elizabeth Colwell, Elizabeth Friedländer, Kris Holmes, Cynthia Hollandsworth, Zuzana Licko, Carol Twombly, Ilse Shüle, Gudrun Zapf-von Hesse¹³, entre otras.

Las impresoras de la Nueva España

Como vimos el fenómeno no es moderno, por ello para poner en dimensión el impacto de las impresoras antiguas en México, es preciso tener una idea, al menos general, de la situación social de la mujer durante la época colonial. Los territorios americanos conquistados constituyeron un agregado multiétnico y multilingüe, dos hechos distintivos y fundamentales que contrastaron respecto de la península. Nueva España estaba organizada bajo una fuerte jerarquía vertical pero, a diferencia de España, existía la posibilidad de movilidad social. Esta flexibilidad estaba asociada, entre otras cosas, al tipo de relaciones familiares que se desarrollaron desde el inicio del establecimiento colonial, por los vínculos entre europeos y nativos, lo que dio como fruto la creciente población criolla. Dentro de este marco social había principalmente dos imágenes contrastadas de mujer: la que habitaba el "interior", dedicada a las labores domésticas o religiosas, y la mujer "exterior", que tenía cierta independencia para manejar sus propios asuntos.

Las dos imágenes tenían, a su vez, un correlato legal y civil: la dependencia y la independencia.¹⁴ En el primer caso la mujer era dependiente del padre, del marido (en calidad de esposa) o de la iglesia (en calidad de monja); en el segundo, la mujer era independiente por *soltería* (o sea si a los 25 años de edad no se había casado), *separación legal* (esto se daba en los casos comprobados de maltrato o vicio por parte del cónyuge varón) o *viudez*. La enfermedad del marido también impedía la aplicación de su tutoría sobre la mujer. Asimismo existía el caso de mujeres casadas que, con el consentimiento del marido, gestionaban la autonomía en el manejo de sus bienes, e inclusive esta situación podía ser una condición prematrimonial, de manera que la dote funcionaba como un "seguro" ante las posibles dificultades de la vida.

Aclarados estos puntos se puede decir sin riesgo de exagerar que de no ser por las mujeres, la labor tipográfica en Nueva España se habría interrumpido en fechas muy tempranas. Para comprobarlo basta recurrir a la genealogía ya que si trazáramos las líneas familiares de los principales impresores novohispanos de los siglos XVI y XVII detectaríamos que, a partir de las uniones matrimoniales y los parentescos sanguíneos a la muerte de los dueños varones, los talleres pasaron a manos de esposas e hijas sin las cuales no se habría desarrollado la imprenta novohispana. Con este rastreo

12 Robert Bringhursts menciona algunas tipógrafas en su libro *The Elements of Typographic Style*, Vancouver, Hartley and Marks, 1999. Más información se puede encontrar en la página electrónica de la International Type Corporation, en la sección denominada *Women in Type*.

13 Sobre el trabajo tipográfico de esta diseñadora leer "Una dama de las letras", de Víctor García, en *Tipográfica* 65, abril-mayo de 2005, Buenos Aires.

14 El marco legal que regía en Nueva España se deriva del peninsular. La legislación especial para mujeres conformaba un corpus de leyes que se conoce como General del derecho y las del Emperador Justiniano, el Senadoconsultor Velezano, leyes de Toro y Partida y demás favorables a las mujeres. Este aspecto está mencionado en el texto de Mónica Quijada y Jesús Bustamante "Las mujeres en Nueva España: orden establecido y márgenes de actuación", en Georges Duby y Michelle Perrot, *Historia de las mujeres*, Madrid, Taurus, 1993, tomo III, p. 651.

también es posible identificar, en cierta forma, cómo se fue dando la venta de las imprentas y su material tipográfico a miembros externos a la familia o de otras líneas genealógicas. A grandes rasgos, pueden trazarse seis líneas:

- 1) Juan Cromberger y Brígida Maldonado, Juan Pablos y Jerónima Gutiérrez, Pedro Ocharte y María de Figueroa y, más tarde, María de Sansoric.
- 2) Antonio de Espinosa y su hija María, Pedro Balli y Catalina del Valle, Diego López Dávalos y María de Espinosa, Diego Garrido y la viuda de Garrido.
- 3) Enrico Martínez, Juan Ruiz, herederos de Juan Ruiz y Feliciano Ruiz.
- 4) Bernardo Calderón y Paula de Benavides, Juan de Rivera y María de Benavides, Miguel de Rivera Calderón y Gertrudis de Escobar y Vera, y María de Rivera Calderón y Benavides.
- 5) José Bernardo de Hogal y Teresa de Poveda, herederos de la viuda de Hogal, y José Antonio de Hogal.
- 6) Imprenta de la Biblioteca Mexicana, José de Jáuregui, herederos de José de Jáuregui, José Fernández de Jáuregui y María Fernández de Jáuregui.

Además de los anteriores, hay otros casos que no llegan a constituir líneas genealogía extensas como por ejemplo:

- a) Francisco Rodríguez Lupercio y Jerónima Delgado de la ciudad de México;¹⁵ Miguel Ortega y Bonilla y Manuela Cerezo; Juan de Borja y Gandia e Inés Vásquez Infante (ambas familias en Puebla; Francisca Reyes Flores en Oaxaca; y Petra Manjares y Padilla de Guadalajara.¹⁶

No me detendré en los datos concretos de estas genealogías que se pueden leer en mis trabajos previos¹⁷ pero sí puedo decir que durante el periodo colonial se han detectado en varias ciudades de México más de 20 impresoras (de México, Puebla, Guadalajara y Oaxaca), que laboraron en los más diversos géneros de obras impresas, desde textos religiosos hasta publicaciones periódica; en algunos casos estuvieron al frente de verdaderos emporios y regentearon los talleres por varias décadas, algunas sobrepasando por mucho el tiempo que sus maridos habían laborado en las imprentas. Asimismo esta mujeres no se dedicaron exclusivamente a labores de imprenta sino que también fueron libreras como fue el caso de Paula de Benavides, viuda de Calderón que laboró en el siglo XVII.

El interés por la obra de impresoras novohispanas me llevó a plantear también su impacto en términos de patrimonio bibliográfico, con esa idea entre 2004 y 2005 desarrollé una breve búsqueda de títulos e información para detectar la presencia de las mujeres en el Fondo Antiguo de la Biblioteca Central

15 Aunque el historiador e impresor Juan Pascoe da constancia de que tanto Borja y Gandia y su viuda, como Reyes Flores pueden integrarse a la línea genealógica de Juan Pablos, por haber usado al menos parte del material de imprenta de aquél, los mencionaré por separado por no haber podido leer hasta el momento sus investigaciones.

16 Sobre esta impresora se puede consultar el artículo de la doctora Carmen Castañeda "Petra Manjares y Padilla, viuda y heredera de imprenta en Guadalajara, 1808-1821", en *Viudas en la Historia*, México, Condumex, 2002, pp. 167-180.

17 La información localizada me permitió publicar "Herederas de la letra: mujeres y tipografía en la Nueva España", en *Casa de la Primer Imprenta*, México, UAM-Gobiernos de la Ciudad de México, 2004.

de la Universidad Nacional Autónoma de México. La revisión de las bases de datos me permitió ver un conjunto preliminar de 118 obras, producidas por las impresoras a lo largo de cuatro siglos de imprenta. Los temas localizados son muy diversos, por ejemplo: libros clásicos, prácticos, científicos y religiosos. Por lo que respecta al lugar de impresión de las obra se encontraron libros españoles, franceses, holandeses, belgas, y mexicanos. La distribución de títulos por siglos reflej una amplia representación de los siglos XIX y XVIII, y en menor medida los siglos XX, XVII y XVI.¹⁸

Pero el papel de la mujer en el ámbito editorial no se limita a la época colonial. Los siglos XX y XXI han presenciado un notable incremento en el número de editoras, tipógrafas, diseñadoras y encuadernadoras. Empresarias comprometidas, audaces e inteligentes, han desarrollado los más diversos ámbitos del libro, desde el infantil hasta el científico, desde el libro de arte hasta el académico y universitario; contribuyendo a la constante promoción de la cultura nacional. A manera de escueto y sin duda incompleto reconocimiento del ámbito mexicano se pueden mencionar los siguientes nombres: en primer lugar a Carolina Amor de Fournier, editora en La Prensa Médica Mexicana y una de las pioneras en el ramo;¹⁹ Consuelo Saizar, quien fue la primera directora de Fondo de Cultura Económica; Patricia van Rhijn y Elisa Castellanos, editoras de Cidcli, casa especializada en libros infantiles; Déborah Holts, coeditora de Trilce proyecto encargado de literatura y libros de arte; la difunta Victoria Schussheim, fundadora de Pangea, dedicada a la edición científica y su Maia Fernández Miret, editora de Ediciones del Escarabajo, especializada en libros de ciencia para niños, Krystyna Libura, editora en Ediciones Tecolote, especializada en libros de historia para niños; también la Universidad Nacional cuenta con varias editoras a cargo de las publicaciones de diversos centros e institutos de investigación.

Por lo que toca a la diseñadoras desde 2008 a la fecha he venido desarrollando junto con un grupo de colegas, el proyecto BioGráficas. *Historia de las diseñadoras latinoamericanas* que reúne biografías y portafolios de diseñadoras de diversos países y especialidades. La página web (www.biograficas.org) es la primera presentación de resultados del proyecto. Hemos seleccionado ese formato dado que obedece al espíritu de divulgación y accesibilidad que consideramos que esta información debe tener para paliar parcialmente el vacío que detectamos. Con este trabajo hemos procurado dar cuenta de la labor de las mujeres, así como contribuir al conocimiento de una realidad del diseño regional más incluyente, amplia y diversa. La información está organizada en capítulos, uno por cada país. Cada investigador seleccionó a las diversas diseñadoras biografiadas; se realizaron entrevistas, recolección de información textual y visual y posteriormente se redactaron los textos. El trabajo voluntario y *ad honorem* se hizo dentro de un marco de camaradería, generosidad y compromiso de cada uno de los integrantes con el proyecto y con el resto del equipo, lo que garantizó la seriedad de la investigación realizada.

18 Los numeros corresponden a los items y porcentajes de representación total respecto a los pies de imprenta de mujeres localizados en mi trabajo: Siglo XVI: 2 (1.1%); Siglo XVII: 6 (3.3%); Siglo XVIII: 87 (48%); Siglo XIX: 141 (78%); Siglo XX: 23 (13%).

19 Sobre ella véase el artículo "Carolina Amor de Fournier, tipógrafa del siglo XX" de Elena Urrutia en Casa de la Primera imprenta de América, México, UAM-Gob. de la Ciudad de México, 2004.

A manera de conclusiones

Como vimos a lo largo de este trabajo, el papel de la mujer en las diversas áreas de la cultura escrita: la escritura, la tipografía, la edición y el libro ha sido constante desde por lo menos el siglo XV pero también sistemáticamente invisibilizado. No es nuestra intención decir que la práctica formal del trabajo editorial y tipográfico entre hombres y mujeres sea distinto ya que para eso no contamos con datos de largas series que nos permitan corroborarlo, para plantear hipotéticas diferencias habría que trazar parámetros de carácter histórico que tal vez permitieran localizar las recurrencias en las decisiones de diseño y comercialización de obras, por ejemplo en relación al género de obras que mujeres y hombres imprimían con mayor frecuencia o para un periodo antiguo para el tipo de órdenes religiosas o autoridades políticas coloniales para las que trabajaban de manera más constante; es decir que sería necesario determinar cuáles eran los temas y quiénes los clientes en que uno y otro trabajaron para ver si hay algunas tendencias específicas relacionadas con el género.

En lo que toca al diseño gráfico propiamente dicho, la presentación visual de las obras producidas— es necesario hacer estudios de casos más sistemático y detallados de los impresos desde sus perspectivas arqueológica y material, o bibliológica. Esto permitiría rastrear el origen de los materiales de los talleres administrados por mujeres (fuentes tipográfica, viñetas, grabados y misceláneas de la imprenta) para luego analizar los factores que influían en la selección de las tipográficas y de puesta en página. Sobre los contenidos o las categorías textuales (sermones, textos literarios, papeles de gobierno, libros en lenguas indígenas, etcétera), las impresoras trabajaron en toda clase de obras, lo que nos permite decir que no hubo una discriminación temática según el género del impresor.

El conocimiento acerca de las categorías textuales trabajadas así como la clase de clientes con los que trataban orientaría nuestra búsqueda de relaciones sintácticas y de propuestas retóricas quizá vinculadas con el género. Pero estos aspectos del trabajo de las imprentas, y otros más, sólo se podrán abordar cuando se cuente con suficiente fuentes documentales primarias así como con la observación de los libros en vivo y directo, actividades que nos permitan realizar análisis estéticos, visuales, y materiales más claros, afinar las genealogías familiares, las cronologías más precisas de las impresoras y su impacto en la producción gráfica, tanto del pasado como del presente.

A lo largo de este trabajo también quedó claro que la capacidad empresarial que tuvieron las mujeres en el ámbito tipográfico y editorial, tanto europeo como novohispano, fue innegable y constituyó en muchos casos la garantía de continuidad de los talleres familiares. La mayoría de las viudas impresoras se constituyeron en un grupo económicamente poderoso y activo, probablemente por la necesidad de mantener a sus familias, sin ceder ante la competencia con los impresores varones. Para el caso americano, se hace muy evidente la notoria presencia de las impresoras novohispanas, especialmente si se la compara con las impresoras de otros virreinos, ya que en Perú o Río de la Plata la imprenta estuvo asociada mayormente con las órdenes religiosas y constituyó un espacio predominantemente masculino.

Sin embargo ese impulso de las mujeres tipógrafas no se quedó solo en los talleres antiguos sino que tuvo continuidad en los circuitos de distribución y venta de libros, y llegó a dotar las bibliotecas, que aún hoy custodian obras producidas por sus manos. Los acervos de varias partes del mundo están llenos de libros impresos por mujeres, y muchas veces en una proporción no menor, como presentamos en el apretado recuento de las bibliotecas de la Universidad de México. El trabajo de las mujeres sigue hasta el presente con las editoras que en diversos países de América Latina producen cotidianamente libros de los más diversos temas y para los más amplios públicos, y también las diseñadoras contemporáneas, que estamos tratando de registrar en el proyecto Biográficas. Debemos por tanto seguir recabando cada brisna de información histórica, documental, material y cada ejemplo visual de la labor de las mujeres en el mundo del libro, ámbito que a pesar de los esfuerzos realizados siguen siendo mayormente desconocimiento, pero forma parte innegable de la historia del diseño.

FUENTES DE CONSULTA (BIBLIOHEMEROGRAFÍA BÁSICA)

AMOR DE FOURNIER, Carolina et al., *La mujer en la tipografía mexicana*, México, La Prensa Médica Mexicana-El Colegio de México, 1972, 26 p.

ARAUJO, Eduardo F., *Primeros impresores e impresos en Nueva España*, México, Miguel Angel Porrúa, Aniversario I, 1979, 102 p. + láminas.

GARCÍA ICAZBALCETA, Joaquín, *Bibliografía mexicana del siglo XVI*. Catálogo razonado de libros impresos en México de 1539 a 1600, México, FCE, 1954, 591 p.

GARONE GRAVIER, Marina y Albert Corbeto (eds.), *Muses de la impremta*. La dona i la impremta en el món del llibre antic, Barcelona, Museo Diocesano de Barcelona y Asociación de Bibliófilos de Barcelona, 2009, 286 pp.

GARONE GRAVIER, Marina, "El diseño también es cosa de mujeres," en Giovanni Troconi et al, *100 años de diseño gráfico en México*, México, Artes de México y del Mundo, 2010, Edición: 1ª, pp. 373-378.

GRAÑÉN PORRUA, Isabel, et al., *La historia de la imprenta en Oaxaca*, Oaxaca, Biblioteca de Burgoa-UABJO, 1999, 55 p.

IGUINIZ, Juan B., *La imprenta en la Nueva España*, México, Porrúa Hermanos, 1938, Enciclopedia Ilustrada Mexicana.

MEDINA, José Toribio, *La imprenta en México (1539-1821)*, México, UNAM-IIB, 1989 (fascimular de 1909).

MEDINA, José Toribio, *La imprenta en la Puebla de los Angeles (1640-1821)*, México, UNAM-IIB, 1991, 823 p.

QUIJADA, Mónica y Jesús Bustamante "Las mujeres en Nueva España: orden establecido y márgenes de actuación", en Duby, Georges y Michelle Perrot, *Historia de las mujeres*, Madrid, Taurus, 1993, tomo III.

SUARET GUERRERO, Teresa y Amparo Quiles Faz (eds.), *Luchas de género en la historia a través de la imagen*. Ponencias y comunicaciones, Tomo I, Málaga, Servicio de Publicaciones Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga (Cedma), 2001, 774 pp.

STOLS, Alexandre, A. M., **Antonio de Espinoza**. El segundo impresor mexicano, México, UNAM-BN-IIB, 1989, 120 p.

STOLS, Alexandre, A. M., **Pedro Ocharte**. El tercer impresor mexicano, México, UNAM-BN-IIB, 1990, 138 p.

TORRE REVELO, José, **Orígenes de la imprenta en España y su desarrollo en América española**, Buenos Aires, Instituto de Cultura Española, 1940, 354 p.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ANDRADE, Vicente de Paula, **Ensayo bibliográfico mexicano del siglo XVII**, México, Museo Nacional, 1899, 803 p.

DAVIDSON, Rebecca, **"Unseen Hands: Women Printers, Binders and Book Designers,"** Biblioteca de la Universidad de Princeton.

DE LA TORRE VILLAR, Ernesto, **Breve historia del libro en México**, México, UNAM, Biblioteca del Editor, 1987, 188 p.

GARONE GRAVIER, Marina, El género en la teoría y la práctica del diseño: una aproximación a la literatura sobre el tema, comunicación presentada en el Primer **Congreso Nacional de Teoría y Práctica del Diseño**, Posgrado de Diseño Industrial UNAM, México, 2001.

GARONE GRAVIER, Marina, "El enfoque de género en la teoría y la práctica del diseño", **Las rutas del diseño**. Estudios sobre teoría y práctica, México, Editorial Designio, 2003.

GONZÁLEZ DE COSSÍO, Francisco, **La imprenta en México (1553-1820)**. 510 adiciones a la obra de José Toribio Medina, México, UNAM, 1952.

GRIFFIN, Clive, **Los Cromberger**. La historia de una imprenta del siglo XVI en Sevilla y Méjico, Madrid, Instituto de Cooperación Iberoamericana-Ediciones de Cultura Hispánica, 1991, 384 p.

MEDINA, José Toribio, **Historia de la imprenta en los antiguos dominios españoles de América y Oceanía**, Santiago de Chile, Fondo Histórico y Bibliográfico José Toribio Medina, 1958.

PELTA, Raquel, "Mujeres y tipografía. Encontrando un lugar en la historia", comunicación presentada en el Primer Congreso de Tipografía, Valencia, junio 2004.

Rodríguez Díaz, Fernando, **El mundo del libro en México**, México, Diana, 1992, 231 pp.



capítulo 5

A presença da mulher na trajetória do cinema brasileiro¹

Adilson Marcelino²

O cinema não é somente espaço de manifestação e de expressão artística, mas também veículo divulgador e produtor de cultura. Desde sua invenção, o cinematógrafo alcançou rápido sucesso e se expandiu para vários países em escalada crescente, com grande impacto na cultura, na economia, nos costumes e na política.

No Brasil, o Cinematógrafo chegou ao Rio de Janeiro menos de sete meses depois de sua estreia em Paris. Começou aí a aventura brasileira, que, dois anos depois, produziu suas primeiras imagens. Durante décadas, a filmagem de Affonso Segretto da Baía de Guanabara, feita do navio *Brésil*, no Rio de Janeiro, em viagem de retorno da Europa, em 1898, foi considerada o primeiro registro cinematográfico no país. Até que os pesquisadores Jorge Capellaro e Paulo Roberto Ferreira, em 1996, contestaram essa primazia, alegando que já houvera registro em São Paulo, em 1897 – marco ainda polêmico para muitos, mas reconhecido pelo Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro.

Durante sua trajetória, dos primórdios até o momento atual, o cinema brasileiro passou por várias fases e ciclos de renascimento. Se esses ciclos e movimentos se caracterizaram por diferentes ângulos e novos formatos de produção, um ponto em comum vai se fazer notar: são os homens, em número, que ainda ocupam um lugar privilegiado em muitas áreas do fazer cinematográfico. No entanto, com as conquistas políticas e sociais das minorias no século XX, sobretudo na década de 1960, coube à mulher determinação e força para, cada vez mais e de forma persistente, buscar e afirmar seu espaço na Sétima Arte.

Atualmente, a presença da mulher em postos de destaque nos mais diferentes segmentos da sociedade brasileira é uma realidade. Essa nova mulher está em toda parte: na academia, na economia, na administração, na educação, nos esportes, nas artes, e, atualmente, ocupando o mais alto posto na política, a presidência do país. Portanto, a sua inclusão no cinema brasileiro não poderia ser diferente. Inicialmente, o espaço reservado para a mulher esteve predominantemente limitado às áreas da interpretação e em funções técnicas mais imediatamente identificadas a

1 Artigo derivado, atualizado e ampliado de monografia "Olhar Feminino no Cinema Brasileiro – Uma Análise da trilogia da Cineasta Ana Carolina: Mar de Rosas, Das Tripas Coração e Sonho de Valsa", apresentada no curso de jornalismo do Centro Universitário Belo Horizonte - UNI-BH.

2 Adilson Marcelino é graduado em Letras (PUC-MG) e em jornalismo (UNI-BH). Pesquisador de cinema, é criador e editor do site <mulheresdocinemabrasileiro.com.br> , que, desde 2004, faz um mapeamento da presença da mulher na história do cinema brasileiro desde a fase muda até a atual, premiado em 2005 com o Quepe do Comodoro Especial, prêmio nacional criado em São Paulo pelo cineasta Carlos Reichenbach.

elas, como o figurino e a montagem. Foi preciso o passar de muitas décadas para que o cinema registrasse - e não só no Brasil, mas nos quatro cantos do planeta - uma presença numericamente mais significativa da mulher nas mais diferentes áreas de uma produção, e, sobretudo, na direção de filmes em longa-metragem.

Dos primórdios até da década de 1930

Da primeira filmagem no Brasil até 1908, quando surgiram os primeiros filmes de ficção de sucesso de público, o cinema brasileiro foi pautado por documentários, sobretudo filmes de atualidades e filmes de cavação – filmes sob encomenda. A partir de 1908, o cinema brasileiro produziu inúmeros filmes posados – filmes de ficção. Era também a época dos filmes falantes e cantantes, que tinham como fonte óperas, operetas e canções espanholas e francesas, e eram sincronizados com o som de fonógrafos.

Segundo Jurandyr Noronha (1994), em 1908 foram produzidos 33 filmes, em 1909, 53 filmes, em 1910, 37. Porém, em 1911, verificou-se uma crise: foram produzidos apenas nove filmes. Foi uma época de grandes crises no país. Neste período também os realizadores se empenharam em aumentar a metragem dos filmes, que até então se dividiam em diferentes extensões, curta e média – havendo, inclusive, os filmes com apenas um número musical. Em 1912, a crise acentuou-se e foram produzidos apenas três filmes, destacando-se *O Caso dos Caixotes* – adaptação de caso policial real. Em 1914, foram apenas duas produções, e o mercado voltou a se aquecer apenas em 1915 (1915, três filmes; 1916, sete filmes; 1917, treze filmes). A produção de filmes brasileiros caiu novamente em 1918, com apenas seis filmes produzidos.

Os chamados Ciclos Regionais são de grande importância para o entendimento das primeiras décadas do cinema brasileiro. Essa fase foi chamada assim porque houve uma proliferação de produção de filmes fora do eixo Rio-São Paulo. Os polos mais importantes foram: na década de 1910, Barbacena - MG, e Pelotas-RS; na década de 1920, Cataguases-MG, Recife-PE, Campinas-SP, Pouso Alegre-MG, Ouro Fino-MG, Guaranésia-MG, Belo Horizonte-MG, Porto Alegre-RS, Curitiba-PR, João Pessoa-PB, e Manaus-AM. Segundo Ana Lúcia Lobato (1987), a exibição regional e, conseqüentemente, o baixo retorno financeiro, o advento do cinema sonoro no final dos anos 1920 e o encarecimento da produção acabaram dando fim aos Ciclos Regionais, e o cinema brasileiro consolidou-se no eixo Rio-São Paulo.

A mulher mais importante desse período é Carmen Santos (1904-1952), uma verdadeira estrela do cinema brasileiro. Sua estreia nas telas foi em 1919, no filme *Urutau*, dirigido por William A. Jansen. Em 1924 estrela *A Carne*, e em 1925 faz *Mademoiselle Cinema*, ambos de Léo Marten. O curioso é que esses filmes não foram lançados comercialmente, apenas foram apresentados em sessões particulares. Sua consagração nacional nas telas se dá em 1929 com *Sangue Mineiro*, dirigido por Humberto Mauro (1897-1983), em que, além de atuar, também assina a produção.

Os anos 1930 são de grandes transformações no cinema brasileiro. Um nome central desse período é Adhemar Gonzaga (1904-1978), carioca, jornalista, produtor, diretor e dono de estúdio. Gonzaga era um apaixonado pelo cinema brasileiro desde a primeira juventude, e, em 1920, começou a escrever

na revista "Palcos e Telas". Nesta mesma década, criou a mítica revista "Cinearte" (1926-1942), publicação importante na divulgação do cinema brasileiro. Com editorial nos moldes do *star system* de Hollywood, a "Cinearte" revolucionou o padrão de publicações do setor e contribuiu para eternizar astros e estrelas da época. Em 1930, Gonzaga inaugurou o primeiro estúdio de grande porte no Brasil: a Cinédia. A Cinédia produziu filmes essenciais para a cinematografia nacional, como *Ganga Bruta* (1933), de Humberto Mauro, e os filmes musicais, como *Voz do Carnaval* (1933), de Adhemar Gonzaga e Humberto Mauro, e o grande sucesso *Alô Alô Carnaval* (1936), de Adhemar Gonzaga.

Foi nos anos 1930 também que o Estado começou a intervir na produção cinematográfica. Em 1932, o governo provisório de Getúlio Vargas (1882-1954) promulgou a primeira lei de proteção ao cinema brasileiro, que vigorou a partir de 1934 e previa a nacionalização do serviço de censura, a obrigatoriedade de inclusão de filme educativo na programação dos cinemas, as quotas de tela. Em 1937, o governo criou o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), organizado pelo antropólogo Edgar Roquette Pinto (1884-1954).

A década de 1930 no cinema brasileiro tem marcos históricos importantes na trajetória feminina. O primeiro é estreia da primeira mulher na direção de um longa-metragem: Cleo de Verberena (1909-1972)³, com o filme *O Mistério do Dominó Preto* (1930). Além de dirigir, Cleo também foi a protagonista desse que foi seu único filme. Já Carmen Santos, que fora a principal estrela da década anterior, aumenta seus domínios: desenvolve sua contribuição como produtora de vários documentários e também de filmes de ficção, como *Favela dos Meus Amores* (1935) e *Cidade Mulher* (1936), ambos dirigidos por Humberto Mauro - outro nome fundamental do período. Carmen também estreia na direção de curtas documentais: *No Jardim Zoológico do Rio* (1935), *Pescadores de Sepetiba* (1935), *Praia de Sepetiba* (1935). E, mais que isso, ela se torna dona de estúdio: o "Brasil Vox Filme", em 1934, que no ano seguinte, 1935, torna-se "Brasil Vita Filme", sediado na Tijuca, no Rio de Janeiro. Por acumular tantas diferentes funções - atriz, produtora, roteirista, diretora, dona de estúdio - Carmen Santos é, até hoje, a mais importante mulher da história do cinema brasileiro.

Além de Cleo de Verberena e de Carmen Santos, durante essas primeiras décadas do cinema brasileiro, as mulheres tiveram papel de destaque frente às câmeras como verdadeiras estrelas da Sétima Arte. Impossível, por exemplo, não registrar a importância de Carmen Miranda (1909-1955) nos filmes produzidos pela Cinédia.

O período, que vai do cinema mudo até os primeiros filmes falados, é marcado por muitas estrelas, como Aurora Fúlgida (1880-), Eva Nil (1909-1990), Nita Ney (1908-1996), Lelita Rosa (1908-), Lia Torá (1907-1972), Antonia Denegri (1935), Georgette Ferret (1908-), Carmen Violeta (1908-), Gracia Morena (1908-), Polly de Vienna, Didi Viana (1911-1976), Tamar Moema, Eva Schnoor (1900-), Rilda Fernandes (19?-1969/70), Letizia Quaranta (1895-1977), Cacilda Alencar (1907-), Olga Breno (1911-2000), Lola Lys (1900-1988), Gina Cavalieri (1910-), Georgina Marchiani.

3 Jacyra Martins Silveira era o seu verdadeiro nome.

As décadas de 1940 e 1950

Nas décadas de 1940 e 1950 se estabeleceram os dois mais importantes estúdios de cinema da época e também de toda a história do cinema brasileiro: Atlântida, no Rio de Janeiro, e Vera Cruz, em São Paulo.

A Atlântida foi fundada em 1941 pelos cineastas Moacyr Fenelon (1903-1953) e José Carlos Burle (1910-1983), mais Paulo Burle, Arnaldo Farias e Alinor Azevedo (1914-1974). Segundo João Luiz Vieira (1987), depois de uma tentativa de produção de filmes com temática mais séria, a Atlântida encontrou seu filão nas comédias musicais. Em 1947, a Atlântida foi incorporada pelo Grupo Severiano Ribeiro, empresa do mercado de distribuição e de exibição, em seus quadros, que passou a ser seu maior acionista. Formou-se aí o tripé que deu sustentação aos filmes do estúdio: produção-distribuição-exibição. Essa receita, aliada a filmes populares de baixo orçamento, sobretudo comédias musicais ou de entrecosto policial, fez desse ciclo de produção, pejorativamente chamado de chanchadas, um momento de grande aceitação por parte do público das camadas mais pobres, que lotou os cinemas.

Durante os anos de 1930 a 1940, São Paulo produziu poucos filmes de ficção. Segundo Afrânio Mendes Catani (1987), a grande produção do período foi de documentários. Esse panorama começou a mudar com a fundação da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, em 1949, por representantes da burguesia paulista – com Franco Zampari (1898-1966) e Francisco Matarazzo Sobrinho (1898-1977) à frente. Ao contrário do Rio de Janeiro, com suas comédias populares, o modelo almejado pela elite paulista foi o da industrialização espelhado nos moldes de Hollywood e de olho na Europa – foi de solo europeu que importou os técnicos. A Vera Cruz realizou alguns documentários e 18 filmes de ficção, dentre eles os sucessos *Tico-tico no Fubá* (1952), de Adolfo Celi (1922-1986), *Sai da Frente* (1952), de Abílio Pereira de Almeida (1906-1977) e Tom Payne (1914-1996), *Sinhá Moça* (1952/53), de Tom Payne e Oswaldo Sampaio (1912-1996), e, sobretudo, *O Cangaceiro* (1953), de Lima Barreto (1881-1922), filme de projeção internacional.

A década de 1940 marcou o aumento das mulheres na condução de longas-metragens. Carmen Santos, que planejara *Inconfidência Mineira* em 1937, iniciara os preparativos em 1939, e começara as filmagens em 1941, conseguiu, depois de muitos percalços, concluir seu longa em 1948. Infelizmente, o filme fracassou e levou Carmen à falência. Por outro lado, Gilda de Abreu (1904-1979) foi a primeira cineasta de sucesso, cujo longa de estreia, *O Ébrio*, de 1946, levou multidões aos cinemas – os outros são *Pinguinho de Gente* (1947) e *Coração Materno* (1949).

Tanto a Atlântida como a Vera Cruz revelaram ou confirmaram nomes de astros e estrelas que já faziam sucesso no rádio, no teatro e no circo. A Atlântida apostou mais em tipos, daí, no que se refere às atrizes, havia, dentre outras, a mocinha, Eliana Macedo (1926-1990); a melhor amiga, Adelaide Chiozzo (1931-); a fatal, Fada Santoro (1926-); a “boazuda”, Renata Fronzi (1925-); a escrachada, Dercy Gonçalves (1907-2008); a empregada doméstica, Zezé Macedo (1916-1999). Já a Vera Cruz apostou na glamourização e colocou nas telas a beleza e o classicismo de Eliane Lage (1928-), Tônia Carrero (1922-), Marisa Prado (1930-1982), Ilka Soares (1932-), Ruth de Souza (1921-) e Cacilda Becker (1921-1969).

Na década de 1950 mais duas mulheres chegaram à direção de longas no cinema brasileiro: as italianas Maria Basaglia (1912-1998) com *Macumba na Alta* (1957) e *O Pão que o Diabo Amassou* (1958), e Carla Civelli (1920-1979) com *É um Caso de Polícia* (1959).

As décadas de 1960 e 1970

Os anos 1960 foram um período de efervescência em vários cantos do mundo, inclusive no Brasil. Sob o governo de Juscelino Kubitschek (1902-1976), o Brasil viveu um momento de grande expectativa em relação ao futuro e em cada área fervilharam ideias e feitos. A partir dos anos 1960, o cinema configurou-se como espaço de discussão ideológica e estética. As realizações de Nelson Pereira dos Santos (1928-) na década anterior – *Rio, 40 Graus* (1955) e *Rio, Zona Norte* (1957) encontraram eco em jovens realizadores na Bahia, no Rio de Janeiro e em São Paulo. O movimento mais importante do período foi o Cinema Novo, e o nome de destaque foi o baiano Glauber Rocha (1939-1981). O Cinema Novo pretendeu um cinema popular que atingisse diretamente o povo com intenções conscientizadoras, ao mesmo tempo em que inaugurou uma estética, batizada por Glauber Rocha de “Estética da Fome”.

Na mesma década de 1960, outra geração de cineastas se insurgiu contra o Cinema Novo e criou o Cinema Marginal. Rogério Sganzerla (1946-2004), com *O Bandido da Luz Vermelha* (1968), e Júlio Bressane (1946-), com *Matou a Família e foi ao Cinema* (1969), foram os destaques do movimento, que ainda contou com cineastas como Andrea Tonacci (1944-), Geraldo Veloso (1944-), Jairo Ferreira (1945-2003), Elyseu Visconti (1939-2014) e João Silvério Trevisan (1944-).

Nesses anos 1960, ainda que as mulheres tivessem lugar mais garantido frente às câmeras, tanto no Cinema Novo quanto no Cinema Marginal elas tiveram papel fundamental também no universo de produção desses filmes. Podemos citar, por exemplo, a presença das atrizes Leila Diniz (1945-1972), Ana Maria Magalhães (1950), Isabel Ribeiro (1941-) e Irene Stefânia (1944-) como elementos estéticos nos filmes da “fase Paraty” de Nelson Pereira dos Santos, *Fome de Amor* (1968) e *Azyllo Muito Louco* (1969); e Helena Ignez (1942-) com sua *persona* singular e transgressora em *O Bandido da Luz Vermelha* (1968) e em *A Mulher de Todos* (1969), ambos de Rogério Sganzerla.

Também naquela década, cresce o número de diretoras de curtas, como Ana Carolina (1943-) (*Lavrador* – codirigido por Paulo Rufino em 1968; *Indústria*, em 1969), e Helena Solberg (1938-) (*A Entrevista*, em 1966, *Meio-Dia*, em 1969). Nos longas, temos Zélia Costa com *As Testemunhas não condenam* (1962), e Sonia Shaw com *Samba Sexy* (1963). Já Walkiria Salvá dirige o episódio *Uma vez Flamengo, sempre Flamengo*, do longa *Como vai, vai bem?* (1969) - que reúne ainda os diretores Alberto Salvá (1938-2011), Carlos Alberto Camuryano, Daniel Chutoriansky, Paulo Veríssimo e Carlos Alberto de Abreu.

A criação da Empresa Brasileira de Filmes S.A – Embrafilme, em 1969, foi um dos suportes que possibilitaram um avanço na produção cinematográfica brasileira. Segundo Fernão Ramos (1987), o surgimento da Embrafilme foi como complemento ao Instituto Nacional de Cinema (INC), mas com o tempo ficou autônoma e compreendeu espaços de produção e de distribuição. De sua fase inicial até a terminal, quando o ex-presidente Fernando Collor de Mello (1949-) a extinguiu em

1991, a maior parte da produção cinematográfica brasileira passou pelo seu guichê. A Embrafilme surgiu em momento de extrema linha dura, o pós-AI5, quando a censura estendeu suas garras para toda a produção cultural do país. Dentre os inúmeros filmes em que a Embrafilme se fez presente está aquele que foi, durante muito tempo, o maior sucesso de bilheteria da história do cinema brasileiro: *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1976), adaptação da obra de Jorge Amado (1912-1998) dirigida por Bruno Barreto (1955-), com mais de 10 milhões de espectadores – a marca foi superada por *Tropa de Elite 2: O inimigo agora é outro* (2010), de José Padilha (1967-).

Uma das produções mais significativas dos anos 1970 veio da Boca Lixo, polo de cinema de São Paulo marcado por pequenos produtores que, no seu conjunto, financiaram filmes de grande apelo popular e farta bilheteria. Nessas produções se destacaram as chamadas pornochanchadas – filmes que, em sua maioria, aliaram comédia ao sexo -, também produzidas no Rio de Janeiro. As pornochanchadas e o cinema popular daquela época lotaram os cinemas brasileiros e revelaram inúmeros diretores e astros.

A década de 1970 foi muito importante para as mulheres no cinema brasileiro. Se desde os primórdios até a década anterior menos de dez mulheres chegaram à direção de longas, agora o número se faz mais expressivo. Muitas cineastas surgem ou seguem dirigindo curtas, já outras, que vieram desse formato, finalmente estreiam em longas. No curta, vale ressaltar a estreia como cineasta da atriz Ana Maria Magalhães com o filme *Mulheres de Cinema* (1976), em que registra a participação das mulheres no cinema brasileiro, seja como atrizes ou como parte da equipe técnica.

Nos filmes em longa-metragem, Ana Carolina debuta no formato com *Getúlio Vargas* (1973/74), um vigoroso retrato do presidente mais popular do país; a atriz e cantora Vanja Orico (1931-2015) apresenta *O Segredo da Rosa* (1973/74); Tereza Trautman (1951-), que dirigiu o episódio *A Curtição*, no longa *Fantasticon: os deuses do sexo*, dirige *Os Homens que eu tive* (1973); Lenita Perroy dirige *Mestiça*, *A Escrava Indomável* (1973) e *A Noiva da Noite* (1974); Luna Alkalay (1947-) dirige *Cristais de Sangue* (1975); Tania Quaresma (1950-) dirige *Nordeste, Cordel, Repente, Canção* (1975); Maria do Rosário dirige *Marcados para Viver* (1976); Rose Lacrete (1946-) dirige *Encarnação* (1976); Vera de Figueiredo dirige *Feminino Plural* (1976); Rosângela Maldonado dirige *A Mulher que põe a pomba no ar* (1978) – codireção de J. Avelar, pseudônimo de José Mojica Marins (1931-).

Seja nos filmes produzidos pela Boca do Lixo ou naqueles produzidos pela Embrafilme – alguns filmes da Boca contaram com subsídio da Embrafilme, mas a maioria foi bancada pelos produtores locais – as telas do cinema projetaram atrizes para sempre marcadas no imaginário nacional: Sônia Braga (1950-), Vera Fischer (1951-), Betty Faria (1941-), Sandra Bréa (1952-2000), Helena Ramos (1953-), Matilde Mastrangi (1953-), Aldine Müller (1953-), Nicole Puzzi (1958-), Patrícia Scalvi (1954-), Zilda Mayo (1953-) e Monique Lafond (1954-) são algumas delas.

A década de 1980

Os anos 1980 marcaram a chegada de filmes de sexo explícito e também do videocassete. No Brasil, a primeira produção lançada do gênero explícito foi *Coisas Eróticas* (1982), de Raffaele Rossi (1938-2007),

um grande sucesso. No entanto, com o tempo o mercado foi minguando, o que causou a falência da Boca do Lixo – polo de cinema popular que, no período, enveredou-se maciçamente para o gênero.

A década de 1980 foi também o período de muitos filmes com temática urbana, como os premiados *Eu Te Amo* (1980) e *Eu Sei Que Vou Te Amar* (1985), ambos de Arnaldo Jabor (1940-), *Eles Não Usam Black-Tie* (1981), de Leon Hirzsmann (1937-1987), *Pixote*, *A Lei do Mais Fraco* (1981) e *O Beijo da Mulher Aranha* (1985), ambos de Hector Babenco (1946-).

Atrizes como Sônia Braga, Zezé Motta, Betty Faria e Lucélia Santos (1957-) reinaram em grandes sucessos de bilheteria. Por trás das câmeras novas diretoras são reveladas, tanto nos curtas – que se afirma com uma grande e efervescente produção -, como nos longas. No formato curta vale registrar cineastas talentosas, como Tata Amaral (1960-) e Eliane Caffé (1961-). Já nos longas, a década é marcada pela estreia de diretoras premiadas, como Suzana Amaral (1928-) com *A Hora da Estrela* (1985), Tizuka Yamasaki (1949-) com *Gaijin – Caminhos da Liberdade* (1980), Tetê Moraes (1943-) com *Terra para Rose* (1987), e Norma Bengell (1935-2013) com *Eternamente Pagu* (1987).

A década de 1990

O início dos anos 1990 foi traumático para a cultura brasileira, e, em especial, para o cinema nacional. Fernando Collor de Mello tomou posse como o primeiro Presidente da República eleito pelo voto direto. Uma das primeiras medidas do presidente foi extinguir, por decreto, os organismos estatais de fomento e fiscalização do cinema brasileiro – a Embrafilme, o Concine e a Fundação do Cinema Brasileiro. O cinema brasileiro só deu sinais de recuperação após o impeachment de Collor e sua substituição pelo vice, Itamar Franco (1930-2011). A criação da Lei do Audiovisual, sancionada em 1993, possibilitou que a produção cinematográfica fosse, aos poucos, retomando seu lugar.

Os primeiros títulos lançados nos primeiros cinco anos da década de 1990 foram filmes já produzidos durante o governo José Sarney (1930-); ou então por filmes que foram produzidos nesse hiato, muitos deles pornográficos (esse gênero esgotou-se em 1995). Alguns destaques de resistência do período foram *Alma Corsária* (1993), de Carlos Reichenbach (1945-2012), e *Louco por Cinema* (1994), de André Luiz de Oliveira (1948-).

O ano de 1995 foi um marco para o cinema brasileiro e coube a uma mulher o maior feito histórico do período: Carla Camurati (1960-). Atriz de expressão no cinema e na televisão, Carla Camurati estreou como diretora de longa-metragem com o filme *Carlota Joaquina – Princesa do Brasil*. O filme foi um sucesso e levou cerca de 1 milhão e 300 mil pessoas aos cinemas, além de se tornar um projeto vitorioso na forma de distribuição independente, já que a cineasta cuidou pessoalmente da circulação de sua produção no país. O outro marco do ano foi *O Quatrilho*, dirigido por Fábio Barreto (1957-). O filme também fez muito sucesso, coroando o momento de produção do cinema brasileiro com a indicação ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro.

O ano de 1995 marcou uma nova fase do cinema nacional, batizada de Cinema da Retomada, e teve o filme de Carla Camurati como símbolo. Com a extinção dos mecanismos oficiais de fomento,

produção e distribuição do cinema brasileiro, o formato de resistência do período é o curta-metragem, com a consagração de espaços abertos para essa bitola, como o Festival Internacional de Curtas-Metragens de São Paulo e a realização de inúmeros filmes.

Nos longas, novas mulheres chegam à direção: Helena Solberg (1938-) – *Carmen Miranda, Banana is my Business* (1995); Sandra Werneck (1951-) – *A Guerra dos Meninos* (1991); Tata Amaral – *Um Céu de Estrelas* (1996); Eliane Caffé – *Kenoma* (1998). No campo das atrizes, o cinema revela/confirma o talento de nomes como Dira Paes (1969-) e Leona Cavalli (1969-).

Os anos 2000 e 2010

No panorama do cinema atual, configurou-se um espaço de permanente efervescência sobre a presença do Estado e suas esferas de atuação no fomento à produção. Mecanismos como as leis de incentivo à cultura - em âmbito municipal, estadual e federal - e prêmios de estímulo suscitam debates e discussões a fim de uma efetiva possibilidade de industrialização e viabilização do cinema brasileiro.

Nos anos 2000, o cinema brasileiro se fortaleceu e reconquistou espaço em festivais e competições internacionais. Walter Salles (1956-), Fernando Meirelles (1965-) e José Padilha são os cineastas mais bem-sucedidos e que conquistaram visibilidade nos Estados Unidos e na Europa. Salles, que conquistou reconhecimento com *Central do Brasil* (1998), vencedor do Urso de Ouro em Berlim, do Globo de Ouro de Melhor Filme Estrangeiro, e indicado ao Oscar de Melhor Atriz para Fernanda Montenegro (1929-), passou a dividir suas produções entre o Brasil e outros países. O mesmo se deu com Meirelles, que conquistou plateias internacionais com *Cidade de Deus* (2002), indicado ao Oscar de Melhor Direção, e que também se tornou um diretor com trânsito pelo cinema americano e europeu. Já José Padilha realizou dois grandes sucessos, *Tropa de Elite* (2007) e *Tropa de Elite 2: O inimigo agora é outro* (2010), premiados internacionalmente e que lhe garantiram o passaporte para Hollywood.

O cinema brasileiro dos anos 2000 reinaugurou, de forma intensificada, alguns polos de cinema fora do eixo Rio-São Paulo, sobretudo no nordeste, em cidades como Recife (PE), Fortaleza (CE) e Salvador (BA). Alguns nomes de repercussão dentro e fora do Brasil são cineastas como os pernambucanos Marcelo Gomes (1963-), diretor de *Cinema, Aspirinas e Urubus* (2005), e Cláudio Assis (1959-), de *Amarelo Manga* (2002) e *Baixio das Bestas* (2007), o cearense Karin Ainoz (1966-), diretor de *Madame Satã* (2002), e *O Céu de Suely* (2006), e o baiano Sérgio Machado (1968-), de *Cidade Baixa* (2005).

Outro fato importante foi a fundação, em 1998, da produtora Globo Filmes, braço cinematográfico da Rede Globo – e por isso causa polêmica entre vários realizadores e produtores pela hegemonia do grupo, que comporta ainda TV, jornais, rádios e portais. Criada no final dos anos 1990, a produtora sedimentou seu espaço nos anos 2000, indo até os atuais anos 2010, e, além da produção, atua também como apoiadora de lançamento de alguns filmes. Dentre os sucessos da Globo Filmes estão produções e coproduções como *O Auto da Compadecida* (2000), de Guel Arraes (1953-), *Carandiru* (2003), de Hector Babenco, *Cazuza – O Tempo Não Pára* (2004), de Sandra Werneck e Walter Carvalho (1971-), *2 Filhos de Francisco – A História de Zezé di Camargo & Luciano* (2005), de Breno Silveira (1964-

), *A Grande Família* (2005), de Maurício Farias (1960-), e *Meu Nome Não é Johnny* (2007), de Mauro Lima (1967-). Filmes dirigidos por algumas mulheres também fazem parte da produtora nos anos 2010, como *Tainá, a Origem* (2013), de Rosane Svartman (1971-), *Meu Passado me Condena* (2013), de Julia Rezende (1986-), e *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), de Cris D'Amato (1963-).

A premiação como Melhor Atriz para Sandra Corveloni (1965-) no Festival de Cannes por *Linha de Passe* (2008), de Walter Salles e Daniela Thomas (1959-), deu continuidade à projeção dos trabalhos das atrizes brasileiras em importantes festivais internacionais: Darlene Glória no Festival de Berlim por *Toda Nudez será Castigada* (1973), de Arnaldo Jabor; Fernanda Torres no Festival de Cannes por *Eu sei que vou te amar* (1986), de Arnaldo Jabor; Marcélia Cartaxo por *A Hora da Estrela* (1985), de Suzana Amaral, e Ana Beatriz Nogueira por *Vera* (1987), de Sérgio Toledo, no Festival de Berlim; Fernanda Montenegro no Festival de Berlim e na indicação ao Oscar por *Central do Brasil* (1998).

O maior salto do Chamado *Cinema da Retomada* (1995) até os dias atuais foi a revelação de novos diretores, seja no formato curta ou no formato longa. No campo feminino é muito impressionante observar a profunda mudança no panorama do cinema brasileiro. Desde o surgimento do cinema no Brasil até a década de 1960 tínhamos menos de dez mulheres na direção de longas, já hoje chegamos ao impressionante número de mais de 250 cineastas, isso sem falar nas centenas dirigindo curtas.

O elenco de cineastas é estelar, com mulheres realizando filmes de todos os gêneros, muitos deles premiados em festivais nacionais e internacionais. A lista é imensa e podemos destacar nomes como Lucia Murat (1949-), Sandra Werneck, Tata Amaral, Eliane Caffé, Eliana Fonseca (1961-), Laís Bodanzky (1969-), Mara Mourão (1961-), Anna Muylaert (1964-), Ana Maria Magalhães, Monique Gardenberg (1958-), Marília Rocha (1978-), Sandra Kogut (1965-), Lina Chamie (1962-), Érika Bauer, Malu di Martino, Lucélia Santos, Betse de Paula, Maria Augusta Ramos (1964-), Maria Clara Escobar (1988-), Bia Lessa (1958-), Juliana Rojas (1981-), Marina Person (1969-), Cecília Amado (1976-), Cris D'Amato, Alice de Andrade (1964-), Ana Rieper (1975-), Carolina Jabor, Cláudia Priscilla (1972-), Dácia Ibiapina (1957-), Izabel Jaguaribe (1968-), Fabrícia Alves Pinto (1961-), Isa Albuquerque (1961-), Leila Hipólito (1968-), Paula Gaitán (1954), Rosane Svartman (1971-), Tânia Anaya (1965-) e Petra Costa (1983-).

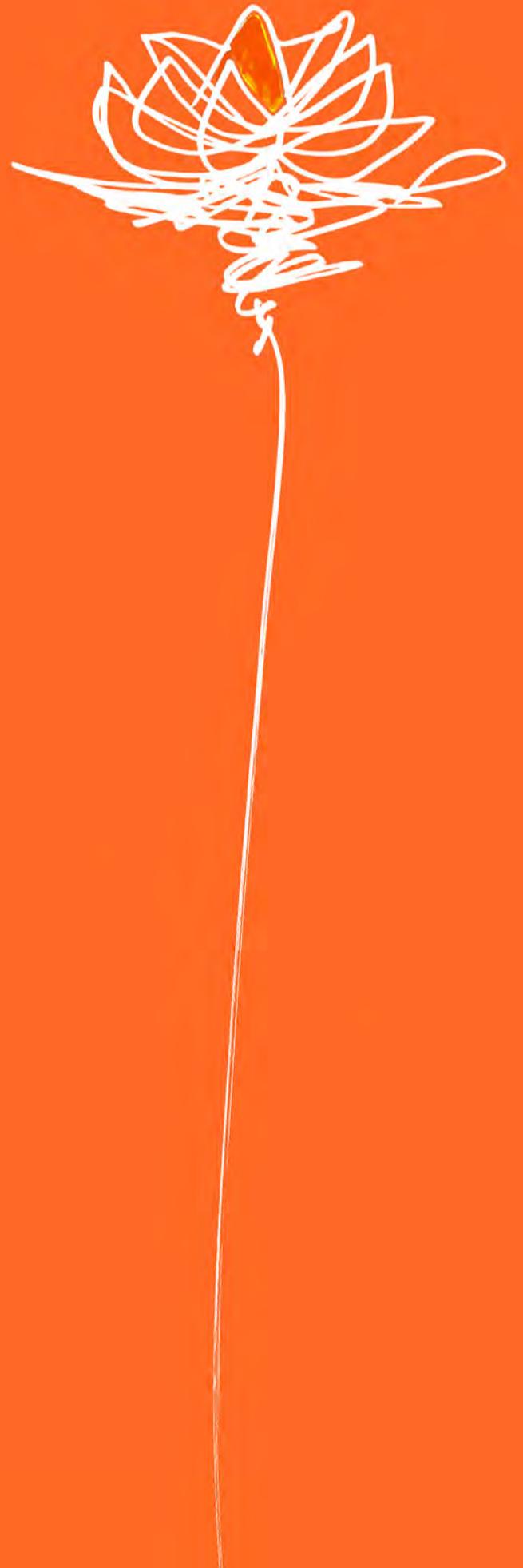
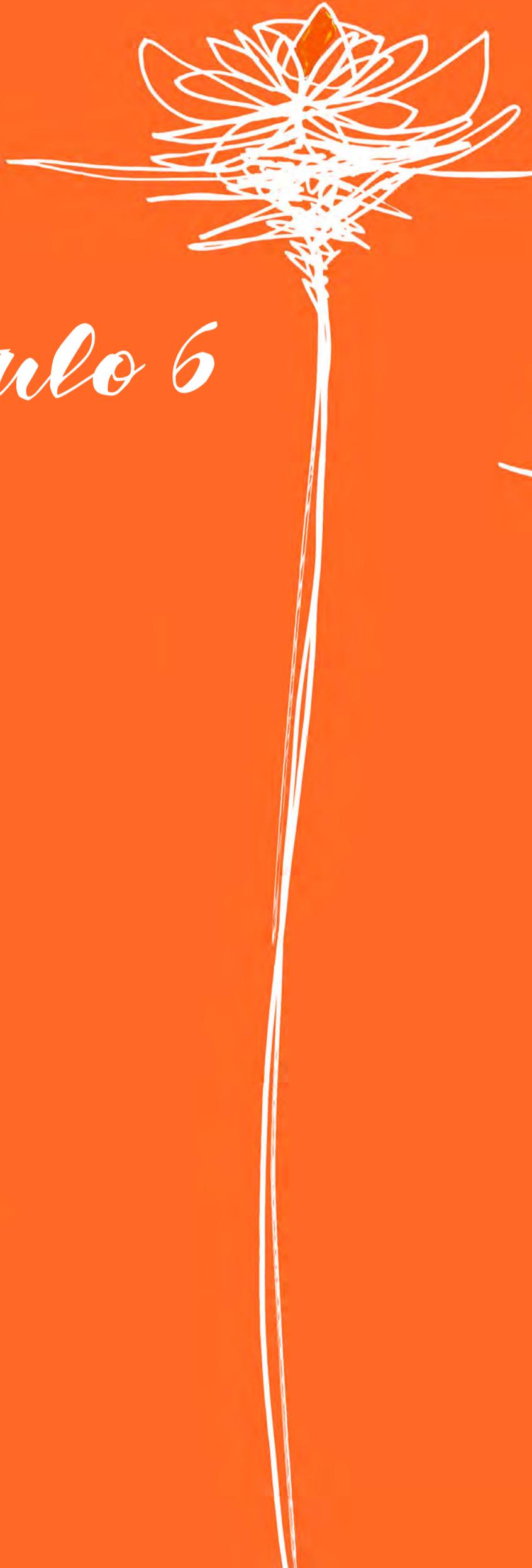
Além de cineastas e atrizes, é importante ressaltar também que a presença da mulher no cinema brasileiro seguiu um patamar crescente, sobretudo a partir da década de 1960 e até os dias de hoje, nas mais diferentes áreas do fazer cinematográfico. Na ficha técnica, temos vários nomes de destaque, como Lucy Barreto (1933-), Mariza Leão, Sara Silveira, Assunção Hernandez, Maria Ionescu (1988-), Vânia Catani (1963-), Paula Lavigne (1969-), Lili Bandeira, Simone Matos, Nora Goulart (1962-), Van Fresnot (1956-) e Zita Carolhosa (1960-) na produção; Idê Lacrete, Vera Freire, Cristina Amaral, Jordana Berg (1963-), Virginia Flores (1954-) e Karen Harlen na montagem; Marília Carneiro, Yurika Yamasaki (1952-), Kika Lopes, Beth Filipecki (1952-), Cristina Camargo (1967-), Bia Junqueira (1959-), Carla Caffé (1965-), Emília Duncan (1958-), Cristina Kangussu, Inês Salgado (1961-) e Reka Koves na direção de arte e no figurino; Ana Schlee, Cláudia Moraes, Lia Renha e Maria Helena Salles na cenografia. Denise Bandeira (1951-), Fernanda Young (1970-), Elena Soárez (1965-), Fabiana Egrijas, Mariana Pamplona (1972-), Melanie Dimantas (1958-) e Rita Buzzar no roteiro;

Zezé d’Alice e Valéria Ferro (1964-) no som; Kátia Coelho e Heloisa Passos (1967-) na fotografia; Fátima Toledo e Camila Amado (1942-) na preparação de elenco.

REFERÊNCIAS

- CAPELLARO, Jorge J. V. e FERREIRA, Paulo Roberto. **Verdades sobre o início do cinema no Brasil**. Rio de Janeiro, FUNARTE/Ministério da Cultura, 1996.
- HOLLANDA, Heloísa Buarque de (org). MENDONÇA, Ana Rita; PESSOA, Ana (coords). **Realizadoras de cinema no Brasil – 1930/1988**. Rio de Janeiro: CIEC, 1989.
- LOBATO, Ana Lucia. Os Ciclos Regionais de Minas Gerais, Norte e Nordeste (1912-1939). In: Fernão Ramos. (Org.). **História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987, v. , p. 65-95.
- CATANI, A. M.. A aventura industrial e o cinema paulista (1930-1955). In: Fernão Ramos. (Org.). **História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Art Editora: Art Editora, 1987, v. , p. 189-207.
- MIRANDA, Luiz Felipe; RAMOS, Fernão. **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.
- NORONHA, Jurandyr. **Pioneiros do cinema brasileiro**. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 1994.
- PESSOA, Ana. **Carmen Santos: o cinema dos anos 20**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.
- RAMOS, Fernão (org). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Circulo do Livro, 1987.
- SILVA NETO, Antônio Leão da. **Dicionário de filmes brasileiros**. São Paulo, 2002.
- VIEIRA, J. L. A Chanchada e O Cinema Carioca (1930-1955). In: Fernão Pessoa Ramos. (Org.). **História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Art Editora/SENAC, 1987, v. 1, p. 129-187.
- VIEIRA, J. L. Chanchada. In: Fernão Ramos; Luiz Felipe Miranda. (Org.). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000, v. 1, p. 117-119.

capítulo 6



Hilma af Klint: uma arte para o futuro

Vânia Myrrha de Paula e Silva¹

Na eterna discussão de quem foi o primeiro artista a chegar à abstração, alguns sustentam que o mérito foi de Mondrian (1872-1944). Outros apoiam Malevich (1878-1935), Kupka (1871-1957) e Delaunay (1885-1941). Mas, a grande maioria defende a ideia de que foi Kandinsky (1866-1944) quem deu o passo decisivo. O próprio pintor se autoproclamava como o primeiro autor de um quadro não figurativo, por volta de 1911.

O que nenhum deles sabia era que uma desconhecida pintora sueca havia rompido com a linguagem figurativa alguns anos antes deles. Seu nome era Hilma af Klint (1862-1944), uma pintora de paisagens e retratos. Formou-se em pintura na *Royal Academy Of Fine Arts* de Estocolmo, em 1887, graças a uma lei escandinava que permitia o acesso de mulheres à educação artística. Hilma ganhava a vida vendendo paisagens naturalistas e desenhando estudos anatômicos para a escola de veterinária. Mas isso não era tudo o que Hilma sabia fazer. Em seu estúdio, experimentava outros tipos de pinturas. Interessada por teosofia desde a sua juventude, desenhava círculos concêntricos, formas ovais e espirais sem fim, que pretendiam simbolizar o cosmos. Hilma pertencia a um grupo de mulheres pintoras, *The Five*, que se reunia uma vez por semana para a prática de esoterismo e para desenhar em estado de semiconsciência. Antes do final de 1915, quando a abstração se tornara evidente nas elites intelectuais, Hilma já havia pintado mais de duzentas composições abstratas.

Por muitas décadas, seu nome permaneceu em uma esfera restrita, embora não fosse completamente desconhecida. Algumas de suas pinturas já foram expostas em Los Angeles, New York, Paris e Málaga. Hilma deixou um legado artístico constituído por óleos, aquarelas, estudos botânicos de plantas, flores e sementes, diagramas matemáticos e mais de 100 cadernos que documentam seu processo criativo, para seu sobrinho Erik af Klint que criou a Fundação *Stiftelsen Hilma af Klints Verk* para administrar a obra da artista. Seu trabalho invalida o estereótipo de que as mulheres artistas, em sua época, eram capazes de copiar, mas não de criar.

Sua história permaneceu desconhecida por uma razão simples: a pintora morreu sem ter exposto suas pinturas abstratas. A própria artista pediu para que suas obras não fossem expostas até pelo menos 20 anos após a sua morte, que ocorreu em 1944, aos 81 anos. Ela estava convencida de que o mundo não estava preparado para ver o seu trabalho. Muitas dessas imagens parecem ter sido produzidas no século XXI. Há cem anos, Hilma af Klint pintou quadros para o futuro.

1 Mestre em Arquitetura e Urbanismo | UFMG. Professora de História e Análise Crítica da Arte e do Design | Escola de Design | UEMG.

Segundo Norbert Lynton (2000), foi a tendência americana conhecida como expressionismo abstrato que trouxe a atenção de volta para a geração de Kandinsky. A proposta formalista dos anos 1950, quando o expressionismo abstrato era o grande estilo de vanguarda, tinha conferido sentido à pintura abstrata concentrando-se apenas na importância de suas características formais. A arte moderna era vista tendo como interesse único eliminar a pintura ilusionista e dar autonomia à arte, defendendo a ideia da arte pela arte. No entanto, essa autonomia não era simples. Nela estavam implícitas um bom número de interpretações, não só relativas às pinturas e suas intenções, mas também à identidade do artista envolvido na desconstrução dos artifícios ilusionistas usados desde o advento da perspectiva no Renascimento.

Para refletir melhor sobre essa questão, Baxandall, em seu livro "Padrões de Intenção" (2006), lembra que uma obra de arte é mais do que apenas o produto de uma intenção consciente do artista. Ela fica no cruzamento de uma multiplicidade de parâmetros culturais que escapam do artista e fazem dele um intermediário, tanto quanto um ator. Nesse sentido, Hilma é uma intermediária da abstração. Não só uma artista que induz a levantar a questão da abstração antes de seu tempo, mas que também incita a repensar as origens da arte abstrata de uma forma plural, uma versão em que uma multiplicidade de fontes convergentes se cruzam: ornamento, linha pura, formalismo, escrita automática, musicalidade, transe, mediunidade, simbolismo, e assim por diante.

Esse cruzamento de intenções foi abordado na história da abstração moderna nos anos 1960, pelos historiadores da arte, Robert Welsh (1932-2000) e Sixten Ringbom (1935-1992), em seus estudos sobre o contexto cultural da vida de Mondrian e Kandinsky, respectivamente. Nos dois casos houve interesse no aspecto espiritual, guiado particularmente pela influência da teosofia na vanguarda do século XX.

Essas interpretações culminaram, em 1986, 42 anos após a morte da artista, na exposição *The Spiritual in Art: Abstract Painting 1890-1985*, no *Los Angeles County Museum of Art*, onde uma seleção de seus trabalhos abstratos foi mostrada em público pela primeira vez. Nessa exposição, as obras de Hilma foram apresentadas ao lado das obras de Kandinsky, Malevich, Picabia e Delaunay.

Em 2013, outra exposição, no *Moderna Museet*, em Estocolmo, apresentou um total de 230 obras – 130 pinturas e 100 trabalhos em papel. Entre elas estavam as obras da série *The Paintings for the Temple*, 1906-1915, as quais a artista considerava seu principal trabalho.

A pintora foi uma das poucas artistas de sua geração que seguiu plenamente aquilo em que acreditava. Estava convencida da importância de sua produção artística e dedicou todas as suas energias para isso. Não tinha medo de questionar padrões tradicionais em seu trabalho, nem hesitava em percorrer novos caminhos. Sua obra estava comprometida com a busca do conhecimento e compreensão de algo maior, vinculada a um tema que desde sempre tem sido essencial para as pessoas em todas as culturas: a tentativa de compreender o mundo e nosso papel nele.

A artista em seu tempo

Hilma af Klint começou sua formação artística em 1880, na Escola Técnica de Estocolmo. Assistiu a aulas de pintura de retratos com Kristina Mathilda Cardon (1843-1924), conhecida como Kerstin Cardon, e estudou na *Royal Academy of Fine Arts*, de 1882 a 1887.

Após completar sua formação, Hilma ganhava a vida como artista. Tinha um dom extraordinário para o desenho e pintava paisagens e retratos em estilo naturalista. As primeiras pinturas, bem como seus estudos botânicos em aquarela, dos anos 1880 e 1890 testemunham seu dom para a observação precisa.

O fato de que Hilma não mostrou seus trabalhos abstratos durante sua vida, levou à suposição de que essas imagens teriam sido desenvolvidas em completo isolamento, fora do mundo artístico que a cercava, e à margem do que acontecia na sociedade. Porém, essa é uma ideia questionável, pois nessa época Hilma frequentava uma área movimentada da cidade.

Até 1908, Hilma dividia um estúdio com duas artistas. O estúdio se localizava no centro de Estocolmo, em Kungsträdgården, onde grande parte da vida cultural da cidade acontecia. Em 1883, o marchand Theodor Blanch (1835-1911) abriu um salão de arte no prédio vizinho ao dela, que se tornou um local importante onde se viam e discutiam contrastantes posições artísticas da época. As galerias da Sociedade de Arte (conhecida como Sveriges Allmänna Konstförening, de 1890 em diante, e ainda existente nos dias de hoje) ficavam no mesmo edifício que seu estúdio. Em 1894, o jovem pintor norueguês Edvard Munch (1863-1944), que pouco antes tinha feito um grande sucesso em Berlim, montou uma grande exposição de suas obras mais recentes nessas galerias. É muito provável que Hilma tenha visto isso. Munch exibiu pinturas de seu conhecido *Frieze of Life* (anos 1890), incluindo as obras agora icônicas como *Madonna* (1894), *The Scream* (1893) e *Vampire* (1893). Nessas galerias Hilma viu uma arte que se afastava da realidade externa em direção a um mundo interno. No mesmo espaço de exibição Hilma também mostrou seus retratos naturalistas e paisagens. Em 1914, trabalhos figurativos da artista foram apresentados na Exposição Báltica em Malmö, onde, na seção russa, entre outras obras, Kandinsky mostrou *Improvisation N° 2 (Funeral March)* de 1908, que hoje está na coleção do *Moderna Museet*.

Hilma desenvolveu sua obra, principalmente, em comunidades femininas. O que é compreensível diante da situação das artistas do sexo feminino no final do século XIX. As mulheres tinham sido admitidas na Academia de Arte na Suécia desde 1864, mais cedo que em outros países europeus, ainda assim, artistas do sexo feminino não eram de modo algum consideradas iguais aos seus colegas do sexo masculino. A ideia predominante era de que as mulheres só eram capazes de reproduzir e não conseguiriam criar nada novo. A visão de que as mulheres exerciam a profissão de arte como um hobby até que elas se casassem também era generalizada. Artistas do sexo feminino recebiam quase nenhum apoio de seus colegas do sexo masculino. Portanto, não é de admirar que, como estudante, Hilma não aderiu à oposição aos métodos de ensino tradicionais da academia, desde que eles eram aplicados, principalmente, por artistas masculinos, entre eles,

Ernst Josephson (1851-1906), Carl Larsson (1853-1919) e Eugène Jansson (1862-1915). A ruptura de Hilma com a tradição ocorreu de outra maneira.

Em 1896, uma mudança na arte de Hilma af Klint já estava em andamento. Ela tinha começado a praticar escrita automática muitas décadas antes dos surrealistas e seus desenhos automáticos se desenvolveram a partir disso. Aos poucos a artista modificou seu método de representar a realidade externa iniciando uma jornada ao interior de si mesma.

Hilma, como muitos de seus contemporâneos, estava interessada em fenômenos espirituais e ocultos, que estavam fora da esfera do visível. Interesse que já existia antes de iniciar seus estudos em arte, pois, com a morte de sua irmã Hermina, em 1880, sua necessidade de entrar em contato com o outro lado havia se tornado urgente.

Na passagem do século XIX para o XX, havia um grande interesse em espiritualismo, um envolvimento generalizado com aspectos invisíveis da natureza estava em sintonia com o espírito da época. Novas descobertas tinham alterado a atitude geral em relação a questões como matéria e espaço. Em 1895, a descoberta do raio-X por Wilhelm Röntgen (1845-1923) revelou as estruturas escondidas sob uma superfície. Heinrich Hertz (1857-1894) provou a existência de ondas eletromagnéticas, que se dispersam da mesma maneira e com a mesma velocidade que as ondas de luz. Em 1886, ele conseguiu enviar essas ondas de um transmissor para um receptor. Sua descoberta foi a base para o telégrafo e, mais tarde, o rádio. A ciência tinha provado que no espaço existiam ondas que não podiam ser percebidas pelo olho humano. Artistas e escritores estavam no meio daqueles que reagiam entusiasmadamente aos novos modelos de visão e comunicação. Nos anos que antecederam a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), muitos artistas viam o ocultismo e as últimas descobertas da ciência como caminhos de igual valor em sua procura por realidades previamente invisíveis.

A abstração visível nas pinturas de Hilma, de 1906 em diante, não aconteceram da noite para o dia, desenvolveram-se ao longo de uma década, de 1896 a 1906, durante a introdução da artista à mediunidade. Junto a quatro mulheres, ela formou um grupo espiritualista denominado *The Five (De Fem)*. Além de Hilma, o grupo era constituído por Anna Cassel – amiga desde os tempos da Academia – Sigrid Hedman, Cornelia Cederberg e Mathilde N. Essas artistas recebiam mensagens mediúnicas e esses contatos resultaram em atas registradas com precisão. Assim, sabemos, por exemplo, que no início Sigrid Hedman era a médium que recebia mensagens via imagens, de seres que apresentavam-se como Gregor, Clemens, Amaliel e Ananda. Cornelia Cederberg também produziu muitos desenhos. Hilma começou a colaborar em 1903. Nos desenhos automáticos aparecem motivos que mais tarde retornaram em suas pinturas, como o caracol, o lírio e a rosa.

Depois de centenas de mensagens e desenhos, numerosos pastéis abstratos coloridos foram produzidos, e a maioria assinado apenas "D.F." (*De Fem*). Não se tratava de autoria, mas de mensagem. As cores predominantes são azul, amarelo, branco, vermelho e rosa. Motivos abstratos florais alternam com formas geométricas. A espiral aparece como um motivo recorrente, bem como a presença de pares de folhas ou formas simétricas espelhadas.

The Paintings for the Temple

Entre 1906 e 1915, Hilma produziu a série *The Paintings for the Temple*, que compreende 193 pinturas. As primeiras 111 imagens foram produzidas entre novembro de 1906 e abril de 1908. A artista descreve sua experiência mediúnica, na qual sua mão foi guiada enquanto ela pintava:

As imagens foram pintadas diretamente através de mim, sem desenhos preliminares e com grande força. Eu não tinha ideia do que as pinturas supostamente deveriam representar. No entanto, eu trabalhei de forma rápida e segura, sem mudar uma única pincelada². (MÜLLER-WESTERMANN, 2013, p. 38, tradução do autor).

Os trabalhos dessa primeira fase continham flores de lótus, composições pictóricas, como mandalas, e as abstrações frequentemente partiam de formas retiradas da natureza.

O trabalho foi suspenso entre 1908 e 1912. A mãe de Hilma ficou cega em 1908 e precisava de cuidados constantes, o que levou a artista a mudar seu estúdio para o apartamento onde vivia com a mãe. Nesse mesmo ano, pela primeira vez, ela se encontrou com Rudolf Steiner (1861-1925), fundador da Antroposofia. Hilma mostrou-lhe alguns de seus trabalhos. Steiner gostou das pinturas e desenhos da série *Primordial Chaos*, considerando-os os melhores em termos de simbolismo. Ainda assim, ele era cético quanto ao método de trabalho mediúnico.

Após esse encontro, Hilma começou a estudar o livro de Steiner sobre os rosa-cruzes e uma iconografia cristã pode ser observada na produção da segunda etapa de *The Paintings for the Temple*. As 82 imagens abstratas criadas, entre 1912 e 1915, eram principalmente de caráter geométrico. Segundo Hilma, nessa etapa, sua mão não era guiada e suas interpretações apareciam nas pinturas.

Pode-se dizer que suas pinturas são destinadas a expandir o entendimento da conexão entre a humanidade e o universo. Lidam com polaridade, evolução, processos, com a criação do mundo e da matéria. A polaridade aparece como um princípio básico de toda a vida, e se manifesta de diversas formas, tais como, luz e sombra, o bem e o mal, masculino e feminino. Em *The Paintings for the Temple*, a polaridade conduz à divisão da alma humana em uma metade feminina e outra masculina, que se apresentam em permanente esforço para se transformarem em uma novamente.

Quanto aos motivos representados nas obras, o caracol e a espiral apareciam nos desenhos automáticos antes de 1906, e se tornaram símbolos centrais em seu trabalho. A espiral que serpenteia no sentido anti-horário é associada ao poder do pensamento, que, para a artista, era um princípio masculino. A espiral serpenteando no sentido horário, por outro lado, é associada ao poder da emoção, que para Hilma, era um princípio feminino. No vocabulário visual de Hilma, encontram-se letras e palavras, cujas combinações e significados são, em alguns casos, incompreensíveis e, em outros, são decodificados pela própria artista.

2 The pictures were painted directly through me, without any preliminary drawings and with great force. I had no idea what the paintings were supposed to depict; nevertheless, I worked swiftly and surely, without changing a single brushstroke.

Hilma af Klint e outros pioneiros da abstração

Os desenhos e pinturas abstratas de Hilma foram criadas alguns anos antes dos artistas considerados pioneiros da abstração produzirem suas pinturas não figurativas. Hilma não estava preocupada com a abstração pura da cor e da forma por si mesma. Seu objetivo era dar forma aos contextos invisíveis e torná-los visíveis. O pintor futurista Umberto Boccioni (1882-1916), formulou as preocupações de muitos de seus contemporâneos de vanguarda, da seguinte maneira: “O que deve ser pintado não é o visível, mas o que foi anteriormente considerado como invisível, ou seja, o que o pintor clarividente vê”. (ZEGHER, 2005, p. 33, tradução do autor).

Kandinsky, Malevich, Mondrian e Kupka estavam todos de fato interessados na noção de uma dimensão por trás da realidade visível. Eles se inspiraram a partir de fontes que eram similares às aquelas usadas por Hilma. Todos esses artistas tomaram caminhos diferentes para chegar à arte abstrata. Para nenhum deles isso aconteceu repentinamente, nem mesmo para Hilma. Kandinsky veio do Expressionismo, abandonando a realidade visual passo a passo. A percepção sinestésica tornou-se crucial para ele: cores evocavam tons e, por sua vez, tons evocavam cores. Kandinsky estava interessado em ocultismo e tinha lido os escritos de Helena Blavatsky (1831-1891). Em seu livro “Do Espiritual na Arte” (2000), escrito em 1911, dissertava sobre a experiência de “despertar o espiritual em coisas materiais e coisas abstratas”. Malevich veio do Cubismo e Futurismo para suas imagens abstratas suprematistas que também visavam uma dimensão espiritual. Mondrian gradualmente afastou-se da descrição do visível e reduziu suas composições a um jogo entre a vertical e a horizontal e as cores primárias – vermelho, amarelo e azul, juntamente ao branco e preto. Como um teósofo, ele estava em busca de um meio puramente espiritual de expressar as ideias eternas por trás do mundo visível. Kupka, além da mediunidade, como muitos artistas de vanguarda do início do século XX estava profundamente interessado nas teorias das cores e examinou a teoria da cor de Newton em uma série de pinturas abstratas.

Apesar de uma série de paralelos, existe uma diferença crucial entre Hilma e seus contemporâneos do sexo masculino: desde que a pintora decidiu não exibir suas pinturas abstratas para o público, seus contemporâneos não poderiam reagir a elas. Isso só foi possível muitos anos após sua morte. Enquanto os artistas do sexo masculino escolheram assinar e expor seus trabalhos, Hilma evitou tal reconhecimento.

A mediunidade na arte, antes e depois de Hilma af Klint

Hilma não foi a única artista que transmitiu mensagens mediúnicas por meio de suas pinturas. Antes dela, a pintora inglesa Georgiana Houghton (1814-1884) produziu obras abstratas direcionadas por mensagens similares na década de 1860. Embora ela tenha disponibilizado suas pinturas ao público em uma exposição e um catálogo que ela própria organizou e financiou em 1871, em Londres, suas obras não despertaram interesse.

Em 1917, Jeanne Natalie Wintsch (1871-1944), uma das artistas da Coleção Prinzhorn³, começou a ouvir vozes, o que a levou a um confinamento em um sanatório até 1925. Lá ela começou a bordar, preenchendo suas imagens têxteis com arabescos, letras, palavras e símbolos ocultos. Seu trabalho *I am Radio*, 1924, constituído de formas circulares sobrepostas e linhas geométricas formando um olho no centro da imagem, faz alusão às ondas invisíveis que nos cercam e à artista que era a receptora das mensagens que talvez apenas ela ouvia.

A artista suíça, médium e clarividente, Emma Kunz (1892-1963) considerava-se principalmente uma pesquisadora. Seus desenhos e diagramas abstratos eram estritamente geométricos e as cores e formas que ela usava tinham significados precisos. Suas imagens eram respostas diretas a questões espirituais. Assim como Klint, Kunz também acreditava que ainda viria o tempo em que as pessoas entenderiam seu trabalho e teriam acesso a seu conhecimento.

Hilma suas dúvidas e seus últimos anos

Depois de concluir a série *The Paintings for the Temple*, a artista não retornou às pinturas figurativas. Dedicou-se a compreender as mensagens dos seres mais elevados, e o que as imagens por eles transmitidas poderiam significar.

Visualmente, isso aconteceu na série *Parsifal*, 1916. Em 144 folhas, ela retratou a busca do conhecimento como a jornada de um menino e uma menina através de vários níveis de consciência. A jornada deles é também a jornada interior realizada pela artista. Em outra tentativa de compreender o que havia experimentado durante seus anos como médium, ela deixou mais de 1200 páginas datilografadas contendo sua compreensão dos contextos espirituais dos mundos.

Além disso, ela continuou suas pesquisas. Examinou as religiões do mundo e investigou as plantas e suas estruturas. Observou o microcosmo, bem como os grandes contextos do macrocosmo. Permaneceu em contato com o mundo espiritual e continuou a gravar seus encontros em detalhes até seus últimos anos. Nos anos 1930, revisou seus próprios registros, bem como os de outros membros do grupo *The Five*. Editou-os, resumiu-os, e adicionou índices, de modo que seria mais fácil lidar com aquela grande quantidade de material no futuro.

Depois da morte de sua mãe em 1920, Hilma passou a viajar regularmente para Dornach. Assistiu às palestras de Rudolf Steiner e tentou fazê-lo interessar-se por suas pinturas, sem sucesso. Para Steiner, a Antroposofia não era apenas uma teoria, mas também um método para conduzir pesquisas independentes sobre o mundo sobrenatural. Inspirada pelo ponto de vista de Steiner, Hilma desistiu de suas abstrações geométricas e começou a tratar assuntos espirituais em aquarelas abstratas trabalhadas em sua maioria com manchas de cores, como na série *On the Viewing of Flowers and Trees*, de 1922. Com mais de sessenta anos de idade, mais uma vez, ela estava pronta para mudar sua abordagem artística.

3 Prinzhorn Collection. Disponível em: < <http://prinzhorn.uni-hd.de/>> Acesso em: 5 junho 2015.

Hilma af Klint sempre assumiu o risco de abandonar um terreno seguro e iniciar novo caminho. Embora ela tenha produzido uma grande quantidade de material escrito, de sessões e experiências gravadas e colocado tudo isso em ordem, suas imagens são as mensagens mais essenciais que ela transmitiu. Muitas delas parecem ser muito simples à primeira vista, embora revelem sua complexidade através das interações entre elas. Suas pinturas são como portas para outras dimensões e um convite para uma jornada interior.

REFERÊNCIAS

BAXANDALL, Michael. *Padrões de Intenção*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CHIPP, Herschel Browing. *Teorias da arte moderna*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

Hilma af Klint - Abstrakt pionjär. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8ew3SQiFGR0>
Acesso em 6 junho 2015.

LYNTON, Norbert. Expressionismo. In: STANGOS, Nikos. *Conceitos da Arte Moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

Fundação Stiftelsen Hilma af Klints Verk, que administra a obra da artista, atualmente. Disponível em:
<<http://www.hilmaafklint.se>> Acesso em 6 junho 2015

KANDINSKY, Wassily. *Do espiritual na Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MÜLLER-WESTERMANN, Iris; WIDOFF, Jo. (eds.). *Hilma af Klint – A Pioneer of Abstraction*. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag, 2013.

ZEGHER, Catherine de; TEICHER, Hendel. (eds.). *3x An Abstraction: New Methods of Drawing by Hilma af Klint, Emma Kunz, and Agnes Martin*. New Haven: Yale University Press, 2005.



capítulo 7

Mellini: a encenação do masculino na Coleção *Mobili per Uomo*

Adriana Nely Dornas Moura¹

Os objetos são símbolos de uma cultura e de um dado período histórico. Ao serem projetados, produzidos e utilizados, passam a fazer parte da cultura material de um grupo social e, nesse sentido, o design pode contribuir para uma discussão antropológica (CANCLINI, 1999). Pode-se dizer que o conceito de design, na contemporaneidade, tornou-se muito complexo, dada a sociedade globalizada e tecnológica atual, levando os produtos a se adaptarem às diversidades. Nessa perspectiva, o design vem mediar produção e consumo, tradição e cultura, inovação e qualidade, arte e mercado (BÜRDEK, 2006; CIPINIUK, 2006; KRUCKEN, 2009).

Entretanto, percebe-se a ausência de debate sobre o gênero, no design que também representa a complexidade das relações humanas². Schneider (2010) levanta a necessidade dessa abordagem para o posicionamento do design, como disciplina socialmente relevante, em que “o lado sexista e eurocentrista do design deve ser discutido, como também devem ser teorizados o contexto econômico, social e político.” (SCHNEIDER, 2010, p. 193). Para esse autor, a questão do gênero segue ainda como um tema marginal no design, sendo que o “[...] sexo (gênero) possui um caráter social e cultural que marca a ação e a percepção do cotidiano de forma essencial [...]. Tanto a atividade do design, quanto o uso dos objetos são definidos pelas construções sexuais” (SCHNEIDER, 2010, p. 249).

Nesse capítulo, a intenção não é colocar a disciplina do design em discussão, mas trazer como a temática gênero permeia a coleção *Mobili per Uomo* (Móvel para o homem), desenvolvida pelo designer italiano Alessandro Mendini³.

1 Artigo derivado, atualizado e ampliado de monografia “Olhar Feminino no Cinema Brasileiro – Uma Análise da trilogia da Cineasta Ana Carolina: Mar de Rosas, Das Tripas Coração e Sonho de Valsa”, apresentada no curso de jornalismo do Centro Universitário Belo Horizonte - UNI-BH.

2 De acordo com Schneider (2010), até os dias atuais, foram poucas tentativas de uma teoria do design em relação à questão de gênero como uma categoria social estrutural. Existe apenas uma cadeira na Escola Superior Técnica de Colônia, e apenas a especialização Cultural and Gender Studies (Estudos Culturais e de gênero) na Escola Superior de design de Zurique, em que o design é plenamente tematizado e discutido em relação ao gênero.

3 Alessandro Mendini nasceu em Milão, em 1931, e estudou arquitetura na Politécnica de Milão, onde se formou em 1959. Em 1989, abriu em Milão, com o irmão Francesco Mendini, o Atelier Mendini, que dá apoio a suas atividades pessoais de pesquisa sobre design em colaboração com importantes empresas italianas e internacionais, tais como Zanotta, Alessi, Swatch, Philips, Venini, Bisazza e Cartier, entre outras. Foi um dos fundadores do Design Neomoderno italiano, junto com nomes tais como Ettore Sottsass (1917-2007), Andrea Branzi (1938-) Michele De Lucchi (1951-). Foi também editor chefe das revistas: Casabela (1970-76), Modo (1977-81) e Domus (1980-85). Atualmente, Mendini é membro honorário da Academia de Artes e Design Bezalel em Jerusalém. Recebeu o prêmio Compasso d’Oro em 1979, 1981 e 2014. Na França recebeu o título de “Chevalier des Arts et des Lettres” (Cavaleiro de Artes e Letras), e o reconhecimento da Architectural League em NY. Mendini tem também o título de doutor honorário da Politécnica de Milão. (A LOT OF, [s.d.])

Mellini atuou como um dos principais protagonistas do design italiano nos mais importantes movimentos de vanguarda. Até hoje, é considerado um dos mais importantes projetistas contemporâneos. Seu trabalho faz parte do acervo de museus em todo o mundo, entre os quais o MoMA de Nova York; o Pompidou, de Paris; o Museu de Arte Contemporânea de Denver; o Vitra Design Museum de Weil, Alemanha; o Groninger Museum, Holanda, entre outros. Desenvolveu ainda discussões teóricas nas fronteiras entre arte, design e arquitetura publicadas em livros: *Paesaggio Casalingo* (1978); *Architettura addio* (1981); *Il progetto infelice* (1983) e *La poltrona di Proust* (1991).

Entre 1997 e 2004, Mellini criou a coleção de armários *Mobili per Uomo*, na qual trabalha elementos do universo masculino, que julga representá-lo. A partir de uma análise dos objetos da coleção, trazemos a abordagem de Mellini sobre o gênero masculino que, a nosso ver, apesar de ousar em aproximar as fronteiras entre arte e design, função e significação, reforça os valores tradicionais, do homem, ainda ligados ao trabalho e à força física.

Design e Gênero: algumas relações

Sabemos que os estudos de gênero devem perpassar áreas tais como, a sociologia, a antropologia, a educação, a filosofia, a psicologia e outras. E por que não, o design? Pensando no design, como uma interface, na relação entre o objeto e o usuário, podemos afirmar que o designer codifica e recodifica valores, incluindo aí, o de gênero, incitando ou reproduzindo estilos de vida e de comportamentos. Dias Filho (2007) nos mostra a necessidade de se compreender o cotidiano para obter novos conceitos, onde o imaginário dos consumidores é convertido em especificações projetuais.

Joan Scott⁴ é uma das mais importantes teóricas sobre o uso da categoria gênero em história e foi uma das primeiras estudiosas do assunto que considerou o tema como relevante para os estudos históricos. Dentre suas várias produções literárias destaca-se “Gênero: uma categoria útil para análise histórica”, originalmente publicado em 1989, no qual discute a categoria, relacionando sua construção com o movimento feminista e as transformações sociais e culturais experimentadas no século XX. Já Lauretis (1994) apresenta a definição de gênero em partes: uma como “um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças que distinguem os sexos”; a outra como: “o gênero como uma forma primária de relações significantes de poder” (LAURETIS, 1994, p. 289).

Essa mesma autora, iniciando a reflexão sobre o termo, afirma que o gênero é uma representação não apenas no sentido de que cada palavra, cada signo, representa seu referente, seja ele um objeto, uma coisa, ou ser animado. O termo “gênero” é, na verdade, a representação de uma relação, a relação de pertencer a uma classe, a um grupo, a uma categoria. “Assim, gênero representa não um indivíduo e sim uma relação, uma relação social; em outras palavras, representa um indivíduo por meio de uma classe” (LAURETIS, 1994, p. 210).

4 Joan Wallach Scott (1941), nascida nos Estados Unidos da América, é historiadora e se dedica aos estudos sobre gênero na história, bem como a importância da história intelectual. É professora no Institute for Advanced Study em Princeton, Nova Jersey.

Para ela, as concepções de masculino e feminino, nas quais todos os seres humanos são classificados, formam, em cada cultura, um sistema de gênero, um sistema simbólico ou um sistema de significações que relaciona o sexo a conteúdos culturais, de acordo com valores e hierarquias sociais. Assim, uma das principais proposições do texto de Lauretis (1994) é quanto à construção do gênero enquanto produto e processo. Nesse sentido, ela argumenta que:

[...] a construção do gênero é tanto produto quanto o processo de sua representação". [...] o "sistema sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representações que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade (LAURETIS, 1994, p. 212).

Desse modo, as representações de gênero são posições sociais construídas que trazem consigo significados, entre o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino, feminino, ou gêneros mais fluídos. A pesquisadora Cássia Carloto (2014), em relação à essa temática, afirma que, "[...] quando se passa a dizer que não apenas o gênero, mas também o sexo é culturalmente construído [...] talvez o sexo tenha sido, desde sempre, gênero, de maneira que a distinção sexo/gênero não é, na verdade distinção alguma" (CARLOTO, 2014, s.p.). O conceito de gênero binário que define os sujeitos macho ou fêmea, cristalizado em nossa sociedade, também determina que os gêneros serão dois e que, a sexualidade deve ser exercida com alguém de sexo/gênero oposto. Para essa pesquisadora, há "um potencial político muito expressivo e intenso no debate em torno da normatividade de gênero e da sexualidade " (CARLOTO, 2014, s.p.).

Tendo abordado a questão do gênero no design, passemos agora à compreensão do contexto que marca a emergência do designer Alessandro Mendini na complexidade histórica que define o século passado.

A polifonia de linguagens: a raiz da originalidade

Sob o ponto de vista histórico, é importante destacar que durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) houve um grande número de pesquisas sobre materiais, principalmente os sintéticos. Enfatizava-se a era espacial, em que tais materiais se destacaram. Esse foi o caminho aberto para um design direcionado ao futuro, destacando-se o design italiano, no cenário mundial. (MORAES, 2006).

Schneider (2010) considera que: "a torrente de produtos de massa, a democratização do luxo, o grande poder dos meios de comunicação através da microeletrônica, o decorrente pluralismo de gostos e estilos de vida – tudo isso foi um solo fértil para o design neofuncionalista, pós-moderno" (SCHENEIDER, 2010, p. 152). E afirma também que: "o design assumiu um papel-chave não apenas no marketing e na propaganda, mas também na conformação do estilo de vida pessoal, nos hábitos de consumo e nas formas sociais de comportamento" (SCHENEIDER, 2010, p. 152).

Já a década de 1960, caracterizou-se pelos movimentos modernistas de vanguarda, quando a inspiração baseada no futuro cedeu também espaço para outras inspirações. Movimentos como *Pop Art* surgiram a partir de símbolos culturais de massa. Dez anos depois, na década de 1970, iniciava-se uma tentativa de contraposição ao imperativo tecnológico multinacional, especialmente no que diz respeito ao design (MORAES, 2006).

Ettore Sottsass (1917-2007), um dos mais importantes designers do mundo, e que viria a se tornar posteriormente, “um dos decanos do anti-design”, apresentou, em 1969, uma linha de móveis na exposição *Eurodomus* de Milão, que intitulou de *Mobili Grigi* (Mobiliário Cinzento)⁵, onde todas as peças ostentavam como ele mesmo sugeriu, “um triste e pouco comercial cinzento-escuro” (BORKA, 2009, p. 358). Assim, o sempre crítico Sottsass alegava que havia criado um “monumento fúnebre para o modernismo, destacando o seu culto do artificial e da ausência de cor, e dessa forma revelando a sua verdadeira face: a morte” (BORKA, 2009, p. 361). É importante destacar esse fato, pois ele ilustra a multiplicidade de ideias e pensamentos presentes nesse período histórico.

A pós-modernidade, presente na década de 1980, produziu, segundo Schneider (2010, p. 165), um grande número de correntes do design, por vezes opostas – “expressivas e puristas, ironizantes e historicizantes, *high-tech* e artesanais”. Os movimentos de ruptura e os coletivos se multiplicaram. Os trabalhos eram desenvolvidos em grupos, inaugurava-se outro jeito de morar, de projetar, de viver. Os grupos, principalmente italianos, se destacaram, novamente e podemos citar, os *Studio Archizoom*, *Studio Alchimia*, *Superstudio*, *Memphis*, *UFO*, *Strum* e outros.

Pelo *Studio Alchimia*, fundado em 1976, em Milão, por Andrea Branzi⁶ e seus parceiros, dentre eles Alessandro Mendini, podemos entender esse novo olhar para o design, quando propunha ambientes que fossem pensados como os “teatros da vida” onde os objetos deviam ter a identidade pessoal dos seus “atores”. Eles pregavam que a forma de um objeto não poderia ser a mesma para todas as pessoas e o design deveria oferecer variedade formal para a diversidade cultural dos grupos humanos. Esses diversos movimentos de ruptura não agiam independentes uns dos outros, pelo contrário, as interfaces entre eles eram múltiplas (BLEY, 2009)

Devemos, ainda, lembrar a importante exposição de 1972 que se realizou no Museu de Arte Moderna de Nova York, *Italy: the new domestic landscape*, que permitiu que o design italiano fosse reconhecido em nível mundial, com sua abordagem não-conformista e favorável à experimentação, em total desencontro ao que se apresentava em outros países da Europa. (BLEY, 2009). Comprovando esse fato, Bley argumenta:

5 O designer desenvolveu esta coleção para a empresa italiana Poltronova, onde começou a trabalhar como diretor artístico, nos finais dos anos 1950, quando também se tornou consultor da Olivetti. Dois fatos importantes que alteraram profundamente o curso da história do design (BORKA, 2009).

6 Andrea Branzi (1938) é arquiteto e designer italiano. Sua obra e interesses se relacionam ao design industrial, arquitetura e promoção cultural. É professor no Politécnico de Milão.

[...] o design italiano proporciona uma análise simultaneamente crítica e jovial dos nossos comportamentos de consumo, dos nossos hábitos visuais e da produção industrial. Se os movimentos precursores do *Memphis*, tais como o *Studio Alchimia*, resultaram da insatisfação em relação aos objetos de produção em massa, a abordagem daquele movimento era sobretudo positiva (BLEY, 2009, p. 294).

Bley (2009) pondera e chama atenção para “os designers italianos nunca tiveram problemas com o chamado funcionalismo, uma vez que as suas concepções faziam apelo a todos os sentidos e jamais se contentaram com a pura utilidade dos objetos” (BLEY, 2009, p. 294). Nessa direção podemos acatar as palavras de Branzi quando traz que “o design tem necessidade de explorar novas formas de expressão, e a arte tem urgência de cruzar os limites tradicionais da obra fechada. Não se trata mais de trocas de linguagem, mas de novos estatutos do projeto e da criação” (BRANZI, 2012, p. 5).

É importante destacar que em oposição a todos estes movimentos radicais havia outras correntes. Nesse mesmo período, no ano de 1978, o designer Gillis Lundgren desenhou uma estante de livros, que integrava o catálogo da empresa sueca *Ikea* atribuindo a essa estante um nome masculino: BILLY. Essa estante, de aglomerado de madeira com cinco prateleiras, simples e barata, desde o início, foi um fenômeno de vendas. Para Mehlhose, “existe um período com Billy e um período sem Billy” (MEHLHOSE, 2009, p. 311).

Mehlhose (2009) relata também que, em 1990, houve uma tentativa de retirar a estante do mercado, o que causou uma reação imediata do público consumidor, incapazes de conceber “livros sem Billy” (MEHLHOSE, 2009, p. 311). A empresa *Ikea* foi inundada de encomendas e cartas de protesto, especialmente na Alemanha, que fizeram com que ela, dois anos mais tarde, retomasse a sua produção. Desse modo, a *Ikea* aproveitou esse momento e criou uma campanha publicitária muito bem humorada, sobre o regresso de Billy. “Insultaram-nos. Bajularam-nos. Corromperam-nos. E conseguiram. A Billy está de volta.” (MEHLHOSE, 2009, p. 311). Tudo isso foi relatado, só para demonstrar como o período era frutífero para o design.

Foi nesse contexto que Mendini exerceu importante papel na história do design italiano atuando como arquiteto, designer, publicitário, crítico e editor-chefe de revistas dedicadas à arquitetura, arte e design. Mendini foi o mentor intelectual do *Studio Alchimia*, fundado em 1976, além de ter realizado vários projetos aproximando arte e o design. Após assumir a direção da revista *Casabella*, na década de 1970, logo após os protestos de maio de 1968, essa publicação se tornou um dos fenômenos no meio editorial e uma importante referência na “documentação, elaboração e difusão do neovanguardismo do design italiano” (CIAGÁ, 2012, p. 23).

Entretanto, a complexidade dos estudos que englobam o contexto da pós-modernidade dificulta a leitura de obras que se encontram na linha tênue entre arte e design. A obra de Alessandro Mendini localiza-se nesse patamar. Burdek (2006) afirma que: “Mendini se movimenta de forma lúdica entre a arquitetura, design, arte, literatura, música como um ser prototípico de violação de fronteiras.

Seu trabalho pode ser designado como uma obra de arte total” (BURDEK, 2006, p. 379). É nesse contexto que podemos entender que Mendini nunca perdeu seu caráter pioneiro no pensamento do design e desempenhou um papel fundamental desde os movimentos radicais dos anos 1970.

Mendini e o grupo *Alchimia* – a reinvenção do design

O grupo *Alchimia* enquadrava-se dentro do radical design, termo criado pelo crítico, curador e historiador da arte Germano Celant⁷, que tinha, em seu cerne, a procura de novos valores para projetos que se aproximavam da sensibilidade e se distanciavam do funcionalismo. Primeiramente, vamos chamar atenção para o nome do grupo, *Alchimia*. Schneider (2010) justifica-o dessa maneira “na idade média, o alquimista se ocupava em produzir ouro a partir de materiais banais. No design pós-moderno italiano, o *Studio Alchimia* transformava objetos baratos do cotidiano [...] em objetos de design” (SCHNEIDER, 2010, p. 152).

O *Studio Alchimia* foi fundado em 1976 e, inicialmente, renunciou a qualquer posicionamento político, intitulando-se como um fórum de “discussão pós-radical” (SCHNEIDER, 2010, p. 154). Andrea Branzi, Alessandro Mendini, Ettore Sottsass (1931- 2007) e seus companheiros uniram-se para pensar o design de outro jeito. Como os diversos grupos radicais desse período, o *Alchimia* colaborou para uma nova visão do design, buscando novos significados, caminhos e experiências para o design. Seu grande diferencial foi apostar nos objetos baratos, com uso de cores extravagantes e de muitos ornamentos, que sustentavam o discurso de seus membros.

Em 1981, Sottsass saiu da equipe e fundou o grupo *Memphis*. Posteriormente, irá negar todas as intenções do grupo italiano *Alchimia*. Aqui não abordaremos o grupo *Memphis*, mas os designers que o compunham rejeitaram a abordagem artesanal e excessivamente intelectual do *Studio Alchimia* (SCHNEIDER, 2010). Entretanto, ambos, *Alchimia* e *Memphis*, caracterizavam-se por um discurso historicamente eclético e, muitas vezes, antagônico, ironizando e desafiando o domínio do modernismo. Mendini e seus pares colocaram o pós-moderno na pauta⁸, estabelecendo o diálogo entre as contradições sociais e o lugar do design nesse contexto.

Dando sequência à sua trajetória, o *Studio Alchimia* foi, no início da década de 1980, o grupo internacional mais importante, participando e executando diversas performances, multiplicando a sua estética pelo mundo. Para entender esse período e o discurso projetual no qual esse grupo se encontrava, destacam-se as palavras de Branzi, seu contemporâneo e um dos participantes de outro grupo radical o *Archizoom*:

7 Germano Celant (1940), italiano, historiador da arte, crítico e curador, cunhou o termo “arte povera” (arte pobre) em 1967 e publicou diversas obras sobre a temática.

8 KEANE-COWELL ([s.d])

[...] o design atual é resultado de uma democracia direta. Tempos atrás era uma atividade de elite, e agora é uma profissão de massa, expressão até política de uma geração que vê a feiura do mundo e decide modificá-lo de repente, a partir das pequenas coisas. A questão da produção industrial não é mais tão relevante, pois existem a autoprodução, as séries limitadas, as peças únicas; como na arte, a qualidade intelectual de uma obra conta mais do que sua qualidade técnica (BRANZI, 2012, p. 6).

Mendini foi um opositor convicto do funcionalismo e a cabeça teórica do *Alchimia*. Além de propor a ideia do redesign e da reelaboração formal dos clássicos do design, ele conquistou uma autonomia e confiança ímpar em toda sua carreira. Para ele, os ornamentos e elementos decorativos desempenhavam um papel muito importante. “Projetar é decorar” (SCHNEIDER, 2010, p. 155) declarou Mendini, em 1976.

Múltiplas pulsações: alguns projetos a se destacar

São vários os projetos em que Mendini esteve envolvido em sua trajetória profissional. Nesse capítulo iremos destacar alguns projetos no intuito de delinear a sua maturidade profissional.

Nos anos de 1974-75, Mendini criou a coleção “*Oggetti ad uso spirituale*” (objetos de uso espiritual)⁹. Com esses objetos, Mendini fez uma crítica radical ao sistema de produção industrial, que predominava na produção de móveis e objetos naquela época e, também, ao excesso da funcionalidade e do alto consumo. Tratam-se de “objetos de pesquisa”, produzidos não para serem colocados no mercado, mas como peças únicas (CIAGÁ, 2012).

Para Ciagá (2012), Mendini:

[...] quer estimular uma reflexão crítica sobre comportamentos ligados a seu uso, como trabalhar, conversar, comer, dormir, etc, veiculando no âmbito do design aquela atitude de performance baseada em paradoxos visuais, elaborados nos primeiros anos do século 20 pelas vanguardas artísticas, como o Dadaísmo e o Surrealismo (CIAGÀ, 2012, p. 38).

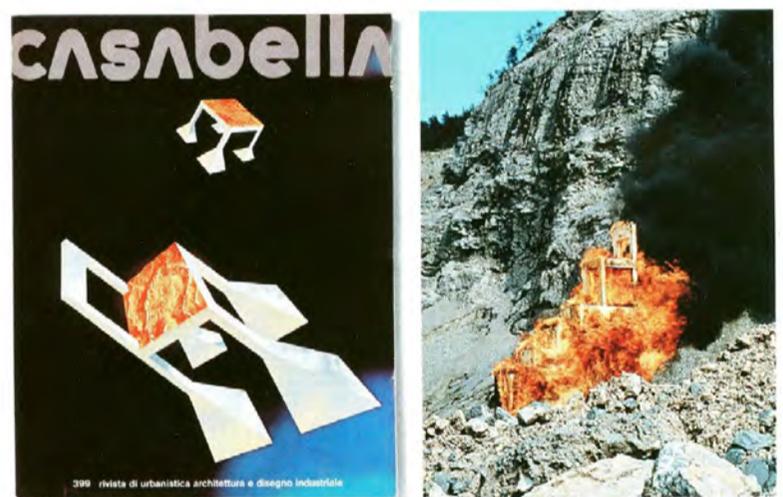


Figura 1 - *Oggetti de uso espiritual*
Fonte: CIAGÁ, 2012, p. 39 (capa da revista Casabella, n. 399 de 1975)

9 A coleção consiste em cadeiras com assentos inclinados (cadeira Scivolavo, 1975), cadeiras que se queimam num pedestal (cadeira Lassú, 1975), cadeiras que flutuam no espaço como planetas (capa da revista Casabella, n. 399 de 1975), ou até mesmo uma valise que não se pode carregar, valigia per ultimo viaggio (valise para a última viagem, 1975).

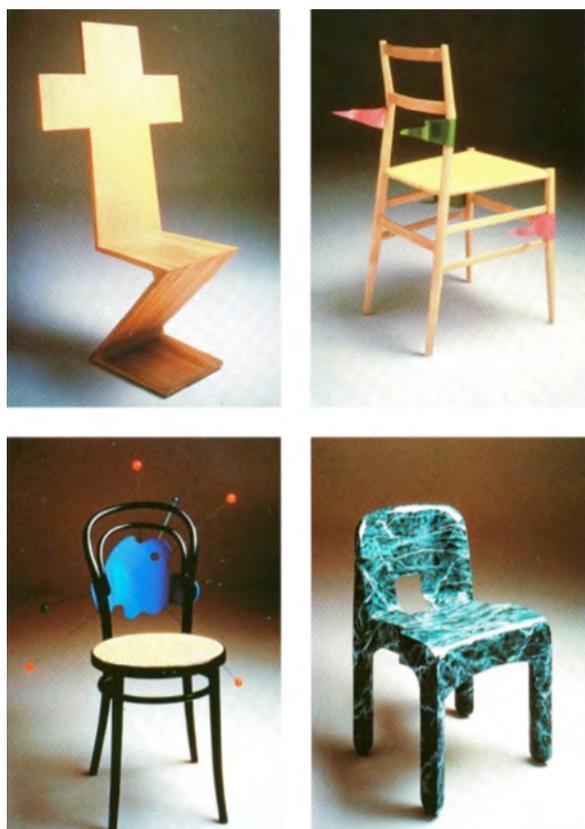


Figura 2
– Coleção
Redesign
de Móveis
Anônimos e
de Autores
Redesenho
das Cadeiras
ZigZag,
Superleggera,
Thonet, *Sedia
Universale*.
Fonte: CIAGÁ,
2012, p. 46

O próprio Mendini ressaltou a década de 1970 como uma época radical, em que era preciso uma atitude mais contestadora. Inseria-se, portanto “um outro jeito de pensar”, trazendo diversas outras disciplinas e questionamentos, temas que até então não eram levados em consideração na questão projetual.

No ano de 1978, Mendini fez outra intervenção, o redesign de móveis anônimos e de autores, amadurecendo, a partir daí, a ideia do redesign, como “uma nova linguagem visual que se propõe a fornecer um novo significado para as coisas já existentes, trabalhando por sobreposição e por contaminação” (CIAGÁ, p. 25). Mendini complementa provocativamente: “eu invento e ao mesmo tempo copio, porque, no panteísmo da enorme Via

Láctea das mercadorias, tudo aquilo em que posso pensar já existe: o importante é que meu modo de falsificar seja original” (CIAGÁ, p. 25).

Desse modo, Mendini foi, sistematicamente, dando origem a peças de mobiliário em que a atividade projetual não nasce da necessidade de alta produção, mas a partir de uma série de experimentações com resultados sempre inesperados. Ciagá (2012) ressalta que Mendini “dá importância ao aspecto visual e comunicativo” e “trabalha a essa altura sobre um duplo registro”. (CIAGÁ, 2012, p. 25) Nessa perspectiva, Mendini redesenhou as célebres “cadeiras de autor”, como *ZigZAg* (Gerrit Rietveld), a *Superleggera* (Gio Ponti), *Thonet n. 14* (Michael Thonet) e a *Sedia Universale* (Joe Colombo). Em todas essas peças, ele acrescentou elementos geométricos, texturas e diversas outras intervenções, não modificando a forma de nenhuma cadeira, mas, com ironia, transformando-as em escultura.

Nessa intervenção, nenhuma peça deixou de ser objeto utilitário. A coleção de redesign de móveis anônimos e de autores atingiu um resultado ambíguo, colocando o “falso” e o “verdadeiro” em cheque. O valor sensorial agregado nesses objetos é marcante (CIAGÁ, 2012, p. 44).

Nessa direção Schneider (2010,p.155), em relação a esses objetos, afirma que: “o design tornou-se o mediador de sentimentos, ideias, conceitos, e até mesmo de utopias. Os projetos eram apresentados em exposições, performances e desenhos.” Nesse contexto, Branzi destaca que a obra de Mendini se situa entre a arte e o design, quebrando “tabus”:

[...]o termo “tabu” indica o limite considerado tradicionalmente intransponível entre essas duas atividades: quando o design se transforma em arte, não é mais design; quando objeto utilitário, perde sua aura e já não é arte. Esse tabu teve origem na velha ideia de que a arte seria uma expressão sublime, isolada do mundo cotidiano e protegida por uma espécie de sacralidade que não pode ser profanada; a essa noção corresponde simetricamente a de que, ao contrário, o design pertence ao universo real, que sempre possui uma função prática, e não pode invadir o território inviolável das ideias estéticas (BRANZI, 2012, p. 4).

Mellini tinha consciência dessa ruptura, avaliando o seu trabalho como um ato instintivo, buscando na memória, na história, nos lugares e nas pessoas as referências para os seus projetos, como destaca Schneider:

Sou um projetista que aplica à arquitetura e ao design métodos típicos do artista; e vice-versa, sou um pintor que para pintar usa determinados métodos típicos do projeto. Minha atividade é uma mescla entre essas e outras disciplinas (gráfica, escultura, moda, performance e crítica) e encontra entre elas não uma exígua linha de fronteira, mas grandes espaços livres para operar (SCHNEIDER, 2010, p. 154).

Dentre suas múltiplas intervenções, a coleção *Mobili per Uomo* é um exemplo de atuação de como o design pode trabalhar a questão de gênero, trazendo as referências do universo masculino como pauta do projeto.

A COLEÇÃO MOBILI PER UOMO – nasce um projeto

A coleção *Mobili per Uomo* (Móveis para o homem) foi feita entre 1997 e 2004, quando Mellini atuava como diretor de arte da empresa Bisazza¹⁰. A partir dessa interação, inúmeros projetos foram desenvolvidos, tanto em espaços públicos quanto em privados.

A coleção *Mobili per Uomo* consiste em oito armários projetados, que representam o universo masculino. São móveis-esculturas, enfeitados com 24K de mosaicos de ouro, cortados e fixados à mão, sendo esse processo totalmente artesanal, permanecendo no limite entre a arte e o design. É um mobiliário que sugere um uso funcional e utilitário, entretanto as peças podem ser vistas como esculturas, onde a base das mesmas são os armários de armazenamento da marca “*Giacca*”, que foi colocado como o pedestal do próprio macro-objeto.

¹⁰ Bisazza é uma empresa-fundação de arte contemporânea, que sempre manifestou um profundo interesse pela obra de Mellini e há uma contínua colaboração entre a empresa Bisazza (criada por um dos maiores fabricantes de mosaico de vidro do mundo) e diversas personalidades do mundo da arte, design e arquitetura. A empresa conta com a colaboração de diversos designers e artistas, tais como: Tord Boontje, Aldo Cibic, Sandro Chia, Enzo Cucchi, Riccardo Dalisi, Michael Graves (1934-2015), Isao Hosoe, Javier Mariscal, Patricia Urquiola e Marcel Wanders, entre outros.



Figura 3 – Vista geral da Coleção *Mobili per Uomo*
Fonte: CIAGÁ, 2012, p. 86.

Todas as peças são fora da escala convencional e, em sua maioria, representam a expressão simbólica dos elementos de um guarda-roupa masculino e os objetos do seu cotidiano. Esses móveis são elementos simbólicos descritivos do homem contemporâneo, e atêm-se ao sapato, paletó, mão, chapéu, luminária, xícara, cabeça, pasta e estrela. Podemos dizer que são fragmentos do corpo masculino, fragmentos de suas roupas, fragmentos de seus artefatos e de seus símbolos.

Com essa coleção, Mendini insere as habituais tipologias de móveis domésticos em uma narrativa visual, inserindo peças decorativas em uma monumentalização dourada. Sua ideia foi a de levantar uma discussão sobre o masculino a partir de elementos que representam e significam este mundo masculino (CIAGÁ, 2012).

Mas, o que se entende por masculino? A diferença de gêneros não é só da ordem da natureza biológica humana. Hoje, discute-se sobre outras identidades de gênero, um gênero mais fluído. Na visão de Bessa (2014), o comportamento não é determinado pela identidade de gênero, mas adquirido por meio de padrões comportamentais, que sustentam as normas de gênero. Devido à emergência do assunto na atualidade como construção social, pretende-se aqui compreender o masculino que se apresenta na coleção *Mobili per Uomo*.

Tomando como referência a análise de imagem de Martine Joly (1996), podemos dizer que a imagem é uma linguagem específica e heterogênea, com ferramentas e fundamentos próprios. Para compreendê-la, é preciso refletir sobre os aspectos da imagem, que podem ser pensados em relação aos produtos. A análise de Joly (1996) considera os signos plásticos, icônicos e linguísticos. Signos plásticos referem-se à composição visual e seus elementos, tais como cor, ritmo, proporção, coerência, inteligibilidade, distorção, conteúdo, enquanto os signos icônicos são os elementos figurativos e os linguísticos as palavras escritas.

As construções de significados dessa coleção são um exemplo de como o design e gênero se articulam. Foi nesse sentido que nos permitimos aventurar em uma análise de símbolos e significados, articulados por Mendini, na coleção *Mobili per Uomo*. O ponto de partida se deu na busca de significados atribuídos aos artefatos produzidos pelo designer. Nesse caminho, a referência básica foi o “Dicionário de Símbolos” de Jean Chavalier e Alain Gheerbrant (CHAVALIER; GHEERBRANT, 1998), além do Dicionário de Etimologia da Língua Portuguesa (CUNHA, 1986).

Possíveis leituras da coleção *Mobili per Uomo*: aventura de um desvendar de peculiaridades

Na busca das representações do mundo masculino propõe-se aqui averiguar a coleção *Mobili per Uomo*, a partir de uma leitura dos elementos que compõem cada móvel. Mendini elencou oito figuras para representar o universo masculino, utilizadas na coleção: mão, pasta, sapato (pé), paletó (casaco), rosto, estrela, xícara e luminária. Apresenta-se a seguir um desenho da coleção e a análise¹¹ de cada objeto sob a ótica da etimologia da palavra e dos significados que a imagem representa.

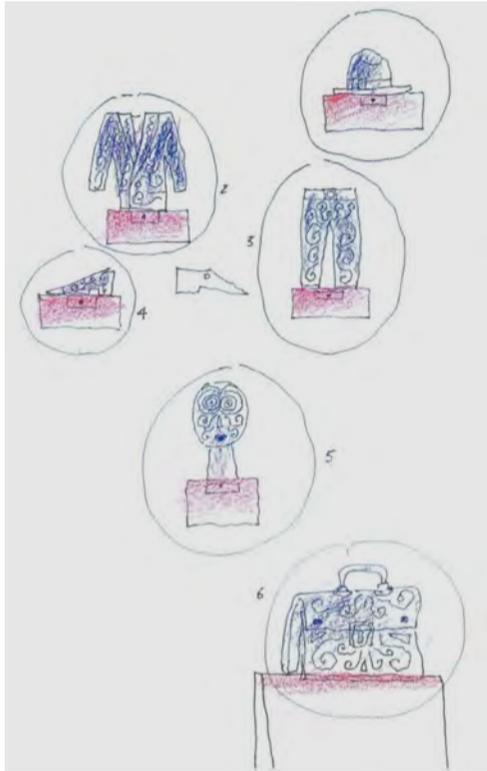


Figura 4 –
Desenho
de Mendini
da Coleção
*Mobili per
Uomo*, 1997
Fonte: CIAGÁ,
2012, p. 84.

Em uma análise dos signos plásticos e dos aspectos formais da coleção, pode-se perceber que o pedestal é algo que predomina, ressaltando ou insinuando um não movimento, uma imagem estática das linhas horizontais do pedestal. O pedestal apresenta-se numa forma geométrica e retilínea que pode ser associada à seriedade, racionalidade, contenção, ao mesmo tempo, o pedestal em que destaca a peça. Semiologicamente, o pedestal se relaciona ao significado de sustentação, coluna e, ao mesmo tempo, aquilo que destaca o que fica em cima do pedestal. Logo, na obra de Mendini, o pedestal cumpre uma dupla função, a primeira a de dar destaque e a de sustentar simbologias ligadas ao mundo masculino; a segunda diz respeito à função de móvel, utilizado para guardar.

Segundo o dicionário etimológico (CUNHA, 1986), a palavra pedestal é referente a pé, vem do latim *ped*, que é a base. Segundo Chevalier e Gheerbrant (1998, p. 141), “o pedestal e o trono têm a função universal de suporte da glória ou de manifestação da grandeza humana e divina.” Desse modo a base na coleção de Mendini se apresenta como um pedestal.

As imagens simbólicas, em cima do pedestal, ganham a leveza do mosaico que fragmenta sua imagem. Mendini consegue, através desses artefatos do cotidiano, reinventar através de texturas cromáticas, escala irreal (gigantismo) e uso inusitado do material (a pureza do ouro), transformá-los em mensagens que reiteram o caráter “dispendioso” e “oneroso” do objeto funcional armário. Outra leitura seria a de pensar que esses artefatos também podem ser compreendidos como signos.

Assim, a sensação de tocar o ouro que se encontra fragmentado pode ser percebida pelo toque. A leveza do mosaico e o revestimento do ouro se apresentam “como um “manto real”, que enobrece a dimensão do cotidiano” (CIAGÀ, 2012, p.84). A partir disso, quando a luz vai batendo em cada novo ângulo, transforma seu volume. Por esses deslocamentos, a coleção *Mobili per Uomo* oferece visibilidade à discussão sobre a representação do masculino de uma maneira subjetiva.

11 Essa análise foi realizada tendo como subsídios as obras de Peirce (1999), Chavalier; Gheerbrant (1998) e Cunha (1986), sob orientação do professor de semiótica da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, André Borges Meyerewicz. Agradeço imensamente ao professor sua importante colaboração nesse trabalho.

Dos oito elementos da coleção, Mendini associou cinco deles (mão, pasta, sapato, paletó e rosto) às partes ou elementos que compõem o corpo masculino, conforme podemos averiguar no desenho feito por Mendini na figura a seguir:

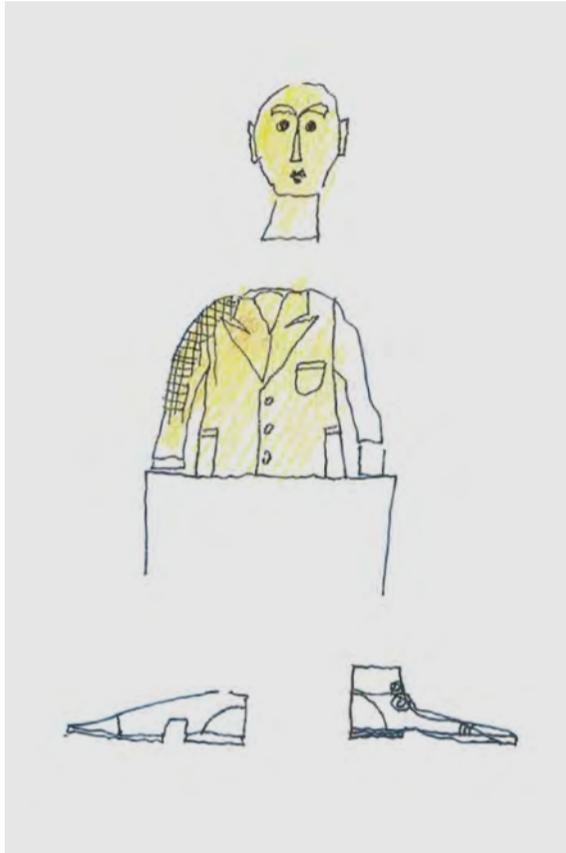


Figura 5 –
Desenho
de Mendini
representando
a figura
masculina
Fonte: CIAGÁ,
2012, p. 85.

Ao escolher cada uma dessas partes, Mendini buscou identificar aspectos que representassem o universo masculino. A mão, do latim *mānus*, exprime a ideia de transformar a matéria e também pode ser um símbolo de poder e dominação. A mão é um emblema real da maestria e do poder. Considerando que Mendini usa a mão para representar o homem, certamente as significações atribuídas à mão vão representar também esse masculino. Logo, essa mão representa uma ideia do masculino que transforma a matéria, ligada ao trabalho e também ao poder. A pasta, como outro elemento da coleção, representa e faz alusão ao material que se leva para o trabalho, um artefato que é uma extensão das mãos, ou seja, carrega o que as mãos não conseguem carregar. Dessa forma, mão e pasta compactuam com o significado de poder e força atribuído ao homem.

Com relação ao elemento pé, do latim *pedis*, revela o significado de transitar, andar, dar passos, mover. Na coleção, o pé foi resignificado pela imagem do sapato. Logo, temos a ideia de algo (pé ou sapato) que deixa a pegada, que deixa a marca. De modo particular, segundo Freud (1856-1939)¹² e Jung (1875-1961)¹³, o pé masculino adquire uma significação fálica que expressa o poder masculino.

Empregamos a mesma análise para o paletó (casaco). Do francês *paletot*, o casaco é a peça que veste o tórax. Para Chevalier (1998, p. 132), o peito é “considerado um símbolo da sensualidade ou do dote físico de um homem”. De modo particular ligado ao masculino, o peito é um símbolo da força física. Na coleção de Mendini, o paletó faz parte tradicionalmente do mundo masculino, logo este casaco evoca o tórax masculino.

Na figura do corpo masculino tem-se ainda o rosto. Do latim *rōstrum*, de um o rosto possui o significado de identidade, daquilo que é único, individual, cada um tem um rosto. Segundo Chevalier (1998, p. 270), “o rosto não é para si mesmo, é para o outro. É a parte mais viva que queiramos ou não, apresentamos aos outros; é o íntimo parcialmente desnudado, infinitamente mais revelador do que todo o resto do corpo.” Também se pode pensar no rosto como o *persona*, ou como alguém que se mostra ao outro. O chapéu, outro elemento da coleção, dialoga com o rosto, sendo aquele que modifica a forma como alguém se mostra. Genericamente o chapéu, na indumentária masculina,

12 Sigmund Freud era médico neurologista e criador da Psicanálise, autor de diversas obras que discutem temas ligados ao universo simbólico, a interpretação dos sonhos, a histeria, à civilização, dentre outros.

13 Carl Jung era psiquiatra e psicoterapeuta, fundou a psicologia analítica.

pode atestar poder. Mendini, com a escolha dessas formas que compõem o corpo, reforça o que há de masculino no entendimento da sociedade e procura retratar uma representação do chamado “Homem”, ou de como ele entende essa identidade masculina.

Os outros três elementos da coleção (estrela, xícara e luminária) não estão presentes na figura do corpo masculino, mas de alguma forma, pertencem ao universo de trabalho do homem, porém é importante destacar que não pertencem somente a esse mundo masculino. Entre os muitos objetos escolhidos por Mendini estão: a xícara, que do castelhano *jícara*, é o artefato que guarda o líquido, é o reservatório de vida, que sugere em sua essência o feminino, mas neste contexto, Mendini a coloca como um artefato do mundo masculino. E a luminária que vem do latim *lumen* é o que dá a luz, o clarão. Simbolicamente, a luz é o conhecimento, a razão e evoca o aspecto racional atribuído ao universo masculino.

Podemos considerar a xícara e a luminária, objetos que evocam pela sua aparência, a ideia de *feminino*. Pode-se pensar na xícara como uma referência ao feminino, como aquela que guarda, que recebe e especificamente a luminária da coleção *Mobili per Uomo*, de Mendini, como evocação ao símbolo fálico. Como luz, é aquela que guia, é o centro e que também, apreende-se o conceito de conhecimento e ciência. Observa-se que a estrela, a xícara e a luminária não se ligam diretamente às partes do corpo humano.

Outro elemento presente na coleção é a estrela que do latim refere-se a *stella* possui a significação universal daquilo que ilumina. Segundo Chevalier (1998, p. 79) nas estrelas “seu caráter celeste faz com que elas sejam também símbolos do espírito e, particularmente, do conflito entre as forças espirituais e as forças materiais.” Popularmente, a estrela é um símbolo da sorte e da boa aventura. Ligado à ideia do masculino, a estrela também pode representar o espírito da bem aventura e também do guia. Ainda pode-se pensar numa analogia ao sistema solar, na estrela como centro do sistema. Logo, se relacionada ao masculino pode-se pensar na ideia do homem como dominador, em reforço à masculinidade.

Qualquer que seja a concepção de Mendini na coleção *Mobili per Uomo*, levantar e compreender a questão do masculino apontada por ele, ultrapassa deliberadamente todas as concepções que temos e ou conhecemos sobre o tema e como afirma Ciagá (2012) Mendini sai da ortodoxia do desenho e oferece uma linha de móveis com nova fórmula, com novas questões e novos símbolos, é um móvel utilitário ou é simplesmente para ser contemplado? As duas coisas são possíveis de se fazer nessa coleção é uma coleção mágica, mítica e metafórica.

Algumas Considerações

Mendini desenvolve uma investigação que vai além do objeto para desenvolver o seu diálogo com o mundo. A coleção apresentada situa-se entre a fronteira da arte, do design, da função e da significação. Dessa forma, essas peças constroem e instigam novos olhares sobre a cultura material e o design, ao abordarem valores e símbolos revelam significados do masculino, ligados ao imaginário do gênero no mundo ocidental.

Como foi mencionado na introdução desse artigo, nesse momento de transformação profunda, com o crescimento das tecnologias, o desmoronamento de conceitos estagnados e estabelecidos, Mendini propõe um questionamento daquilo que parecia ser visceral no design: as barreiras entre função e significações, assim como as fronteiras entre arte e design.

Por outro lado, ao representar através de imagens, o universo masculino, Mendini, contraditoriamente, afirma esse mundo masculino por significações muito próximas daquelas propostas pelo discurso tradicional. Para ele, o masculino se representa no trabalho, na transformação da matéria, na força física, dentre outras.

REFERÊNCIAS

- A LOT OF. **Sobre o Designer**. São Paulo, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.alotofbrasil.com/designers/alessandro-mendini>>. Acesso em: 21 mar. 2015.
- ATELIER MENDINI. **Biografia**. Disponível em: <http://www.ateliermendini.it/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=10&cntnt01lang=en_US&cntnt01returnid=62>. Acesso em: 21 mar. 2015.
- BACETTI, Talita. **O Antidesign**, 2013. Disponível em: <<http://desinteracao.tumblr.com/post/37710180971/o-antidesign>>. Acesso em: 21 mar. 2015.
- BESSA, Karla. A Teoria querr e os desafios às molduras do olhar. Revista cult, n. 193, ano 17, agosto de 2014.
- BISAZZA. *Mobili per Uomo*. Milano. Disponível em: <http://www.bisazza.it/#/limited-editions/alessandro-mendini/mobili-per-uomo_it_0_1_355.html>. Acesso em: 13 fev. 2011.
- BLEY, Thomas *et al.* *Memphis* más allá de lo figurativo. In: **El Mueble Moderno: 150 anos de diseño**. Germany, h.f.ullman, 2009. p. 293-297.
- BORKA, Max *et al.* Ettore Sottsass Júnior y sus Mobili Grigi: La tumba del modernismo. In: **El Mueble Moderno: 150 anos de diseño**. Germany, h.f.ullman, 2009. p. 358-61.
- BRANZI, Andrea. Prefácio: **Ron Arad**. GALLI, Christian. Coleção Folha Grandes Designers. 10 v. Tradução Anna Quirino. São Paulo: Folha S. Paulo, 2012.
- BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1999.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CARLOTO, Cássia. O conceito de gênero e sua importância para a análise das relações sociais. In: **Serviço Social em Revista**. [S.l.] Disponível em <http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v3n2_genero.htm> Acesso em 20 abril 2015.

- CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de Símbolos**. 12.ed. - Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- CIAGÁ, Graziela. **Alessandro Mendini**. Coleção Folha Grandes Designers. 17 v. Tradução Anna Quirino. – São Paulo: Folha de S. Paulo, 2012.
- CIPINIUK, Alberto. Design e artesanato: aproximações, métodos e justificativas. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN**, 7., 2006, Paraná. Disponível em: <[http://www.design.ufpr.br/ped2006/errata/Design %20e%20artesanato_%20aproxima%E7%F5es,%20m%E9todos%20e%20justificativas.pdf](http://www.design.ufpr.br/ped2006/errata/Design%20e%20artesanato_%20aproxima%E7%F5es,%20m%E9todos%20e%20justificativas.pdf)>. Acesso em: 13 fev. 2011.
- CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário Etimológico Nova Fronteira da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- DIAS FILHO, Clovis dos Santos. Design numa perspectiva cultural. In: **Encontro de Estudos Multidisciplinares em cultura**, 3., 2007, Salvador- Bahia. Anais eletronicos. 2007. Disponível em: [www.cult.ufba.br.enecult2007/ClovisdosSantosDiasFilho.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecult2007/ClovisdosSantosDiasFilho.pdf). Acessado em 9 de novembro de 2009.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise de imagem**. Campinas: Papirus, 1996.
- KEANE-COWELL, Simon. **The Milan four**: Alessandro Mendini. Zurich, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.architonic.com/ntsht/the-milan-four-alessandro-mendini/7000604>>. Acesso em: 21 mar 2015
- KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Nobel, 2009.
- LAURETIS, Teresa. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, B.H. **Tendências e impasses**: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- MEHLHOSE, Andrea. Simplemente Billy. In: **El Mueble Moderno**: 150 años de diseño. Germany, h.f.ullman, 2009. p. 311.
- MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- Peirce, C. S. (1999). **Semiótica**, trad. José Teixeira Coelho Neto. 3aed. São Paulo: Perspectiva.
- Peirce, C. S. (1993). **Semiótica e Filosofia**. São Paulo: Cultrix.
- Philomene, Laurence. **Performatividade dos gêneros**. 2013. Disponível em: <www.blckdmnds.com/performatividade-dos-generos-identidade-feminina-por-laurence-philomene/>. Acesso em: 21 mar. 2015.
- SCOTT, Joan. Gênero: Uma categoria útil para análise histórica. **Educação e Realidade**, V.20(2), 1994.
- SCHNEIDER, Beat. **Design – uma introdução**: o design no contexto social, cultural e econômico; tradução Sonali Bertuol, George Bernard Sperber. São Paulo : Editora Blücher, 2010.

capítulo 8



As mulheres e o design no Brasil.

Uma breve reflexão para o estudo da contribuição feminina no design brasileiro.

Auresnede Pires Stephan¹

Um estudo sobre a presença das mulheres no desenvolvimento do design no Brasil, inevitavelmente levará à complexa situação das mulheres que sempre trabalharam, mas nem sempre exerceram “profissões”. Vamos também nos defrontar com a questão dos papéis masculino e feminino, uma história que ainda foi totalmente mapeada no decorrer dos séculos e nas diversas culturas, nem mesmo após a Revolução Industrial, em que a participação das mulheres no mercado de trabalho se amplia muito.

Vamos, no entanto, ainda que superficialmente, abordar a contribuição do trabalho feminino no Brasil, a partir de um recorte que compreende o final do século XIX e o início do século XX e em especial a partir dos anos 50, marco da efetiva contribuição feminina no design em nosso país.

Panorama da atuação feminina no âmbito do cenário da industrialização e do contexto urbano.

No final do século 19 e início do século 20, no Brasil, grande parte do proletariado é constituído por mulheres e crianças. Evidente que dispomos de um restrito número de documentos que registram com precisão as atividades das mulheres trabalhadoras nesse período, por isso o uso da mão de obra feminina nos espaços urbanos nunca foi estudado com a devida profundidade que o assunto merece. Mas supomos que eram exploradas, principalmente se considerarmos o contexto industrial do período.

Sabemos que a grande maioria das operárias das primeiras fábricas implantadas em nosso país eram imigrantes oriundas da Itália, Espanha, Portugal, Alemanha, Polônia, Síria entre outras, pois o governo brasileiro, neste período, atraiu muitas mulheres da Europa para atuar tanto na lavoura quanto nas fábricas que gradativamente surgiam em nossas cidades.

Em nossas indústrias, o grande contingente feminino atuava principalmente no segmento da tecelagem, em empresas que dispunham de escassa mecanização. No ano de 1894, por exemplo, 69% da mão de obra era de mulheres.

¹ Possui graduação em Desenho Industrial pela Fundação Armando Álvares Penteado (1970) e mestrado em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2007). Atualmente é professor da Fundação Armando Álvares Penteado, professor da Faculdade Santa Marcelina, professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing, membro de conselho do Instituto Uniemp, assessor des. educacional do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo e membro da comissão da Associação dos Designers de Produto. Tem experiência na área de Design no segmento acadêmico, atuando ainda como Consultor em Projetos e como Curador e Coordenador de Prêmios e Mostras de Design.

Além das fábricas, muitas eram costureiras que trabalhavam em suas residências e que remetiam sua produção para as fábricas de chapéus ou roupas, com isso complementando o orçamento doméstico. Para as indústrias daquela época, esse trabalho autônomo era uma garantia de maiores lucros, pois evitavam, assim, o pagamento de vários impostos exigidos pelo governo. No universo dos negócios, as barreiras enfrentadas pelas mulheres eram intransponíveis, quase que independentemente de sua classe social.

Com o desenvolvimento industrial gerado pela Primeira Guerra Mundial, o percentual da força de trabalho feminino, que chegara a alcançar 76% em 1872, ao longo dos anos seguintes vai sendo gradativamente reduzido, sendo de apenas 23% em 1950. O crescimento da produção industrial na década de 30 acentuou a queda da percentagem de mulheres nas atividades secundárias.

Não podemos esquecer que as rotinas nas unidades fabris eram extremamente desumanas, pois compreendiam um período de 10 a 14 horas diárias de trabalho, sempre sob a supervisão de contramestres e industriais que descumpriam as frágeis legislações trabalhistas, em ambientes com péssimas condições de higiene e constantes episódios de assédio sexual.

Podemos constatar esse panorama em um artigo publicado no jornal anarquista *A terra livre*, em 1906, que ressalta:

Estas operárias trabalham um número médio de 12 horas por dia, isto é, um dia e meio, comparando-o com o almejado dia de 8 horas, sem levar em conta os três ou quatro dias de semana em que, em muitas oficinas, o trabalho é prolongado até a meia-noite, correspondendo, assim, o dia a 16 horas de trabalho. É isto horrível? É ou não é um regime bárbaro? (DEL PRIORE, 2009, p.584)

Industriais, mesmo que aparentemente esclarecidos, recusavam-se a reduzir as jornadas de trabalho, alegando que seus empregados estavam absolutamente satisfeitos em suas atividades e que uma possível redução teria como consequência a diminuição dos salários.

Ao nos deslocarmos para os anos 50, verificamos que nessa década no Brasil, tem início um período da ascensão da classe média. Assistimos ao crescimento urbano e à industrialização, o que gerou inúmeras oportunidades educacionais e profissionais. No entanto, é um modelo de sociedade que tem o homem como a maior autoridade, com grande poder sobre as mulheres, uma vez que são os responsáveis pelo sustento da casa, da esposa e dos filhos. Às mulheres cabia prioritariamente a vida doméstica. As jovens eram “moças de família” que deviam respeito aos pais e preparavam-se para o casamento.

A diferença entre os sexos aparece, pelo olhar de antropólogos e historiadores, como um princípio organizador das sociedades que não deveria necessariamente levar a uma desigualdade de direitos e deveres, entre homens e mulheres. Mas não é o que se verifica na prática.

Mesmo contrariando a moral da época, na década de 50, há um aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, principalmente no setor de serviços ligados ao consumo e à saúde, em escritórios, no comércio ou no serviço público. Elas vão encontrar oportunidades de atuação como enfermeiras, professoras, médicas, assistentes sociais, vendedoras, entre outras. Muitas dessas atividades já então exigiam um maior nível de escolaridade.

No entanto, ainda é predominante, nesse período, a interrupção do trabalho em razão do casamento ou da chegada dos filhos.

Essa é uma fase de transição, que vai possibilitar que as mulheres venham, nos anos 60, a participar de forma mais ativa em diversos movimentos reivindicatórios que levantam a bandeira de uma revisão de seu papel no contexto social e uma maior reflexão sobre sua contribuição profissional no processo de desenvolvimento do país.

Ainda em nossos dias é quase impossível, para grande parte das mulheres, separar o trabalho e a família, ainda que sua participação em praticamente todas as áreas de atuação, seja hoje uma condição consumada.

Primórdios da atuação feminina no design.

A partir dessas considerações gerais sobre a condição do trabalho feminino em nosso país, vamos agora nos voltar para algumas observações sobre a atuação feminina no âmbito do design.

A partir de 1917, com início da Bauhaus (escola de design que deu origem a uma didática de ensino disseminada posteriormente por todo mundo) foi possível maior liberdade de aprendizagem para as mulheres, embora a escola recomendasse o máximo rigor na seleção de suas futuras alunas. Por meio de inúmeras publicações sobre esse período, é possível verificar que o maior contingente feminino, entre 1917 e 1931, especializou-se no segmento têxtil. Apesar de relutantes, quase sempre as mulheres eram obrigadas a optar pelas oficinas e especializações nesse campo.

Embora possamos registrar o trabalho de figuras como Charlotte Perrian (1903-1999), designer de produtos e de interiores que atuou com Le Corbusier (1887-1965), até a década de 60, as mulheres permaneceram como profissionais coadjuvantes, no âmbito do design. Esse é um recorte que está a exigir um estudo profundo e uma reflexão cuidadosa por parte dos historiadores.

A contribuição feminina no cenário brasileiro.

Já a contribuição feminina no design brasileiro, pode ser verificada hoje em alguns eixos de atuação:

1. No universo dos meios de comunicação (imprensa, escrita e falada), das exposições, das palestras e das pesquisas que definem a história do design; na divulgação por meio de mostras nacionais e internacionais, das inúmeras premiações e na direção de várias instituições de fomento ao design brasileiro. Aqui encontramos personalidades com a formação em filosofia, antropologia, jornalismo, sociologia e semiótica.

2. No âmbito acadêmico, onde encontramos um grande contingente feminino atuando como professoras, coordenadoras, chefes de departamento, diretoras e pesquisadoras nos cursos de graduação e pós-graduação. Também na formação, principalmente na área de arquitetura, design e artes visuais.
3. Entre as inúmeras especialidades em que o design hoje se divide, encontraremos *expertises* tanto em departamentos, divisões, estúdios e escritórios de design gráfico, de produto (móveis, eletro-domésticos, etc.), design de embalagens, de jóias, no *branding*, design de moda, e têxtil, nas indústrias automobilísticas, no design de superfície, de interiores entre muitas outras modalidades e subdivisões das citadas acima. Geralmente com a formação em Arquitetura, Design, Design Gráfico, Design de Produto, Design de Moda, Fotografia, Joalheria e Marketing.

Mesmo que ainda não tenhamos uma pesquisa mais ampla sobre a atividade feminina no design em nosso país, dentre os estudos já realizados podemos considerar duas mulheres como pioneiras, já nas décadas de 40 e 50: Lina Bo Bardi (1914-1992) e Carmem Portinho (1903-2001), que lideraram a implantação conceitual e projetual do design no Brasil.

A arquiteta Lina Bo Bardi, formada em Roma, que ao imigrar para o Brasil estuda profundamente nossa cultura aliada ao racionalismo europeu, o que gera, nos anos 50, projetos de móveis com uma moderna estética industrial. Paralelamente a sua atividade profissional, traz uma valiosa contribuição para a consolidação do Museu de Arte de São Paulo, tanto no que diz respeito à implantação do IAC – Instituto de Arte Contemporânea visando ao ensino do desenho industrial, na época, hoje design, como em sua inovadora concepção para espaços museográficos e a opção por uma arquitetura brutalista. Entre seus mais importantes projetos destacam-se o surpreendente edifício do MASP e o conjunto do SESC Pompéia, este a partir da resignificação de antigos galpões fabris.

Já a engenheira Carmem Portinho, uma das pioneiras em sua área, foi uma das responsáveis pela articulação no sentido de implantar o curso superior de design da ESDI – Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro, primeiro a ter seu currículo aprovado pelo Ministério da Educação. Nesta mesma instituição, foi por vários anos diretora.

Além do pioneirismo das profissionais acima citadas, conhecemos hoje centenas de profissionais que atuam no setor e que vêm marcando, nos últimos anos, uma forte presença no cenário nacional do design. Convém, no entanto, lembrar que estas apreciações têm um caráter preliminar, que poderiam ser, num futuro, objeto de estudo aprofundado e científico.

Entre essas profissionais, destaca-se Emilie Chamie (1927 – 2000), que nos anos 50, egressa do IAC – Instituto de Arte Contemporânea do MASP, desenvolveu uma extensa atividade no âmbito do design gráfico na cidade de São Paulo, atuando nas décadas de 60, 70, 80 e 90, e deixando sua contribuição em inúmeros projetos gráficos e editoriais.

Em seguida, também no design gráfico, vamos citar Bea Feitler (1938 – 1982), nascida no Rio de Janeiro, e que se tornou codiretora de arte da Harper's Bazaar a revista de moda mais prestigiada dos Estados Unidos. Bea Feitler tornou-se uma referência no mercado editorial nos anos 60 e 70.

Podemos observar que, a partir dos anos 70, a participação feminina ganha destaque pelo grande número de mulheres ingressando nos cursos de bacharelado de design, bem como nos cursos de mestrado e doutorado da área implantados a partir dos anos 80.

É a partir dessa década que as denominações “desenho industrial” e “comunicação visual”, a princípio estranhas ao mercado, são definitivamente conhecidas e adotadas graças a pioneiras como Adélia Borges, Ethel Leon e Maria Helena Estrada, que iniciam uma verdadeira aculturação por meio de suas contribuições como jornalistas especializadas responsáveis por divulgar e promover os trabalhos dos jovens profissionais desse período.

A acadêmica Dra. Maria Cecília Loschiavo, filósofa de formação, inicia pesquisas sobre o universo industrial da movelaria e faz uma reflexão sobre a industrialização no país dentro do ambiente da FAU/USP – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo São Paulo.

No Rio de Janeiro, Lucy Niemeyer, edita uma das primeiras publicações tendo como tema a histórica implantação nos anos 60 da ESDI- Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro, e que se torna uma referência para muitas gerações.

Já Anamaria de Moraes (1942 – 2002) trabalhou, arduamente para o desenvolvimento da pesquisa sobre o design e ergonomia no Brasil, sendo uma das pioneiras na criação da ABERGO – Associação Brasileira de Ergonomia. Por meio inúmeras publicações incentiva e orienta dissertações e teses de doutorado, tendo discípulos na PUC Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro que hoje desenvolvem pesquisas no setor. Deixou sem dúvida uma marca profunda na ciência da Ergonomia.

Outro nome de destaque é o de Valéria Munk London, com trabalhos marcantes na área de sinalização e *branding* aliados ao seu forte engajamento político nas décadas de 70 e 80 junto às associações de design do país e pela regulamentação da profissão.

Ângela de Carvalho, no Rio de Janeiro, e Adriana Adam, em São Paulo são destaques incontestes por sua contribuição no âmbito do design de produtos de alta tecnologia e da industrialização em alta escala.

Pioneira no Brasil, Renata Rubim, hoje atuando em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, foi a primeira brasileira a estudar nos Estados Unidos a matéria de “Design de Superfície”, contribuindo nesta área até nossos dias.

Também da universidade chegam grandes contribuições por meio de profissionais como Rita Maria de Souza Couto, da PUC- Rio, no que diz respeito à metodologia e pedagogia do ensino de design; Maria Bernardete dos Santos Teixeira, na Universidade do Estado de Minas Gerais, no segmento de joalheria, fazendo do curso de design dessa instituição uma referência nacional;

Virgínia Kistmann e Dulce Fernandes, na Universidade Federal do Paraná, que pesquisam a área de vidrados e cerâmica industrial; Solange Coutinho na Universidade Federal de Pernambuco que contribui para a formação de um grande contingente de jovens e com sua *expertise* no âmbito da tipografia transformou essa instituição numa referência nacional.

No campo institucional e promocional, encontramos Joice Jopert Leal que desde os pioneiros tempos do NDI- Núcleo de Desenho Industrial da FIESP até os dias de hoje, com seu projeto Objeto Brasil, realizou um trabalho de divulgação do design brasileiro que marcou época, apesar de muitas contradições e questionamentos por parte de industriais e de profissionais do setor. Hoje, por meio da “Objeto Brasil”, Joice realiza anualmente o Prêmio Idea, que proporciona uma premiação nacional e em seguida uma nova premiação do design brasileiro nos Estados Unidos.

O trabalho de Marili Brandão, nos anos 80 e 90, foi com certeza um marco na divulgação do design brasileiro principalmente na Itália por meio de seu projeto *Brasil faz design*. Muitos reputados profissionais atuantes e de sucesso, em nossos dias, tiveram a oportunidade de estar presentes nesses eventos que, durante aproximadamente 10 anos, levaram o nome do Brasil para o exterior.

Assim deixamos aqui registrado apenas e tão somente o embrião de um estudo que precisa ser realizado com a máxima urgência para resgatar a história das mulheres que ajudaram a escrever a história do design brasileiro.

Reflexões finais para futuras pesquisas e estudos sobre as mulheres e sua atuação no âmbito do design brasileiro.

A partir do quadro preliminar apresentado acima, gostaríamos de sugerir algumas abordagens para pesquisas sobre o tema:

1. Saber por que as mulheres escolheram os cursos de design, e quais as suas perspectivas futuras (para as ingressantes nos cursos);
2. Na etapa final dos cursos de design, acompanhar o que ocorre na transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho, aqui em especial tentando compreender a condição feminina junto aos empregadores ou mesmo como empreendedoras;
3. Consulta às profissionais que já atuam no mercado há mais de um ano para apurar quais são seus desafios e suas conquistas;
4. Estudo junto àquelas que hoje lideram ou são CEOs em empreendimentos de pequeno, médio e grande porte, para avaliarmos o seu nível de contribuição dentro da hierarquia das empresas.

Não poderemos esquecer que existem outros fatores que precisarão ser devidamente estudados. Entre eles estão a diferença acentuada de perfil das empresas no setor e a grande gama de especialidades na área do design, tais como: design gráfico e editorial, joalheria, de produto, de móveis, têxtil entre outros

Sabemos que não é trabalho dos mais fáceis, mas é bastante instigante e poderá esclarecer melhor a atuação das mulheres no design brasileiro.

Está, assim, lançado o desafio!

REFERÊNCIAS

DEL PRIORE, Mary (org.). ***História das mulheres no Brasil***. São Paulo, Editora Contexto, 2009.

PEREIRA DE ANDRADE, Ana Beatriz; REBELLO, Ana Maria. A invisibilidade feminina no design. Da Bauhaus ao Brasil. ***Actas de Diseño*** No. 6. Buenos Aires. Argentina, p.164-165, Marzo 2009.

PERROT, Michelle Perrot. ***As mulheres ou os silêncios da história***. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC, 2005.

Para manifestar-se com os organizadores, no que tange a comentários, reclamações, elogios críticas e sugestões, por favor, entre em contato por meio do link: <designeculturauemg.blogspot.com.br/p/caderno-atempo> ou do endereço eletrônico: cadernoatempo@gmail.com.

Sua contribuição será muito bem-vinda e será um grande prazer atendê-lo o mais breve possível.

Atenciosamente.
Os organizadores.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-62578-57-1



9 788562 578571