

ners materializar as necessidades dos consumidores e as tendências do mercado global de forma a promover o objeto como elemento de signifição social.

Referências bibliográficas

- Caldas, Dário. Observatorio de Sinais. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.
- Fleury, Afonso. Gerenciamento do Desenvolvimento de Produtos na Economia Globalizada. In: 1º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto, 1999, Minas Gerais, 1999. p. 1-10
- Lakatos, E.M.; Marconi, M.A Fundamentos da metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.
- Lipovetsky, Gilles: Charles, Sébastien Os Tempos Hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- Lipovetsky, Guilles. O Imperio do Efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1989
- Klein, Naomi. Disciplina Comunicação e Conjuntura Internacional: Rio de Janeiro, 2003
- Kotler, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000
- Melo, Ana Cristina do Espírito Santo; Santana, Cora Maria Bender de; Brito, Maria Elisabeth Gomes. Imaginário feminino no consumo de cosméticos: um estudo sobre a signifição das marcas de cremes sobre faciais e o uso desses produtos para o público feminino. Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado, Opinião e Mídia, da Escola de Administração, da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Especialista, 2005
- **Priscilla Leal de Oliveira.** Estudante de Desenho Industrial com Habilitação em Projeto de Produto (UEMG - ED - CPqD), bolsista de iniciação científica pelo CNPQ.
- **Maria Flávia Vanucci Moraes.** Professora Orientadora (UEMG - ED - CPqD), Graduada em Desenho Industrial com Habilitação em Projeto de Produto pela UEMG; Mestra em Ciência de Materiais pela REDEMART.

El diseño como proyección en diferido de las ideas

Virginia Olivera

El sentido del diseño gráfico en pocas palabras es la secuencia de situaciones por las que un sujeto sensible y temporal (el diseñador) conforma y forma su pensamiento e ideas respecto a la necesidad de un comitente externo, y manifiesta su modo de comprender un mensaje determinado, que contiene una finalidad, una dirección y un tiempo.

Entonces podemos referirnos al sentido del diseño en relación a la comprensión de la capacidad de visualizar y configurar con creatividad la interpretación de un mensaje específico.

Ya tenemos dentro de esta síntesis a un diseñador, un comitente y los intérpretes, además una necesidad, una realidad, una idea y/o pensamiento, una nueva interpretación de la realidad y la pieza de diseño.

Entonces el sentido en el diseño gráfico, se construye en un proceso de semiosis¹, en el que se teje una urdimbre de significación que resulta de la acción de los signos, generada por necesidades y capacidades culturales adquiridas e innatas.

Si intentamos hacer una especie de ecuación entre el sentido del diseño y el tiempo, encontraremos que los tiempos se dividen y convergen para luego dividirse nuevamente, una especie de confluencia creativa de tiempos.

El significado de tiempo resulta confuso, pero tenemos algunas observaciones interesantes a detallar.

El tiempo pasa por la mente de manera fugaz, imposible de atrapar. Ese tiempo interno es de espera, memoria y atención. El futuro es lo que se espera, el pasado lo que se recuerda y el presente aquello que se está atento.

Este tiempo personal, es la percepción del tiempo vulgar en nuestro cerebro.

El tiempo vulgar es el fechable, medible, registrable. Décadas, años, meses, semanas, días, horas, minutos, segundos. Estaciones, solsticios, equinoccios. Noche y día.

El tiempo interno y el vulgar son asincrónicos. El interno es el de las ideas con sus leyes y el vulgar es un tiempo "real" con sus medidas y leyes particulares.

Hoy nadie discute que la experiencia de tiempo se adquiere desde el nacimiento, en el interior del grupo y de la colectividad, en contacto con las personas y los objetos que nos rodean. De esta experiencia emana una cierta conciencia de temporalidad –de percepción mental del tiempo, el tiempo psicológico– que cambia y se modifica con la edad y con las nuevas experiencias. Lo habitual es que esta conciencia se vaya adquiriendo de forma espontánea e intuitiva aunque esté inmersa dentro de un tiempo social que la enmarca, la contextualiza y la explica.

Las evidencias indican que el universo existe hace más de 15.000 millones de años. Escala de tiempo muy grande para medirla con la de un ser humano. Es obvio que la evolución del universo es dinámica, expansiva, variable como la evolución humana, la evolución cultural, tecnológica, entre otras más.

Pero cada una tiene su principio, su propia historia que contar, como nuestra propia historia desde que nacemos, crecemos y algún día moriremos.

Aquí tenemos un tiempo histórico, que para cada caso a explicar tiene un inicio y evolución dinámica, expansiva y variable.

Ya tenemos divididos en tiempo personal, vulgar e histórico.

Convengamos que de esto aquí detallado en un análisis más profundo surgen nuevas y mayores posibilidades de divisiones, por ejemplo la cantidad de calendarios a los cuales nos regimos los seres humanos; solares, lunares, lunisolares, fenológicos, geológico. Así como el tiempo histórico tiene cambio y permanencia, cronología y periodización, pasado - presente - futuro, explicación y comprensión.

El tiempo vivido se construye a través de nuestras vivencias, mientras que el tiempo histórico se construye desde referencias distantes, a las que no hemos asistido personalmente; el vivido es siempre una construcción subjetiva, cargada de significado emocional; mientras que el tiempo histórico es de carácter colectivo y se ocupa de duraciones, sucesiones y cambios de los hechos sociales.

Entonces podemos decir que el diseñador en su tiempo personal se une al tiempo personal del comitente, de allí genera una idea pensamiento en un tiempo histórico, volcando esto al sentido del diseño gráfico se genera en un acto creativo la pieza gráfica que a su vez se desata de todos esos tiempos convergente para fluir sola en un tiempo histórico y unirse así al tiempo personal de los receptores.

La pieza según sea su función, puede tener una vida (inicio, evolución y muerte), hay obras que superan su estadio de evolución y perduran.

Ahora, si tenemos una pieza u obra que perdura, aquí podemos hablar de temporalidad, es el tiempo como advenir o suceder, es una especie de presente que incluye al pasado y al futuro.

Bergson dijo dio frase que dejó paso al análisis "Yo soy una cosa que dura". La duración y el movimiento, hacen al significado de temporalidad, mientras que el significado de tiempo puede tomarse como una realidad vivible y medible, pero los dos en un fluir común.

El acto creativo donde convergen los diferentes tiempos, sincronía² y asincronía³, es el punto fundador de la idea o pensamiento que dará forma a ese objeto diseñado.

El tiempo y la temporalidad en el diseño interactúan entre contextos, personas y objetos, todos permeables al dinamismo, a la expansión, variabilidad y duración.

Notas

1. Es un proceso que se desarrolla en la mente del intérprete; se inicia con la percepción del signo y finaliza con la presencia en su mente del objeto del signo
2. Coincidencia en el tiempo de dos o más hechos, fenómenos o circunstancias, especialmente cuando el ritmo de uno es adecuado al de otro: sólo allí donde existe una sincronía entre la vida y la conciencia personal puede hablarse de la posibilidad de una consciente actuación del hombre en su vida.
Ling. Estudio o análisis lingüístico que trata una lengua o un fenómeno lingüístico en el estado en que está en un momento determinado, sin tener en cuenta su historia o su evolución en el tiempo: la sincronía se opone a la diacronía, que considera la lengua desde el punto de vista histórico, evolutivo.
3. En tiempo diferido

Virginia Olivera. Diseñadora independiente localizada en Argentina donde realizó sus estudios y capacitaciones. En todas las áreas de la comunicación ha realizado mas de 600 trabajos en asesoramiento, diseño de imagen, impresión y proyectos de multimedia y web.

A invisibilidade feminina no design: Da Bauhaus ao Brasil

Ana Beatriz Pereira de Andrade y Ana Maria Rebello

"Quantas vezes me apagaram, tantas vezes apareci...." (María Elena Walsh)

Há poucos registros da produção das mulheres em Design. Em revisão histórica, percebe-se, desde a Bauhaus, escola que define o conceito de design e inova quanto a acolher mulheres no corpo discente, até o Brasil, onde surge a primeira escola de design da América Latina, são raros registros bibliográficos e mesmo os de produção referentes a presenças femininas marcantes. O que dizer então de tempos anteriores? Que notícias temos?

O presente artigo objetiva refletir e ressaltar a relevância de serem empreendidas pesquisas sobre as contribuições femininas especialmente no âmbito do design no Brasil e da América Latina, sem ter, no entanto, pretensão de dar conta de universo tão extenso.

A participação da mulher, por longo período identificada com a esfera privada, foi ignorada em atividades consideradas relevantes para registro e conhecimento de gerações futuras. A invisibilidade feminina no design indica silêncios que devem ser transpostos. Há urgência na busca de pistas que permitam preencher esses vazios.

Segundo a Constituição de Weimar, a Bauhaus respeitou a liberdade ilimitada de aprendizagem às mulheres,

mas era recomendado o máximo rigor na seleção de alunas. Às candidatas finalmente aprovadas indicavam-se, segundo diretrizes acadêmicas, os *ateliers* que não representassem perigo às profissões que se constituíam na época: arquitetura e design. Contrariando tais determinações, algumas mulheres alcançaram posições de destaque no desenvolvimento de atividades consideradas de responsabilidade masculina, podendo ser citado o caso de Marianne Brandt, que posteriormente assumiu a frente do *atelier* de metalurgia.

Outras alunas, impedidas de seguir os caminhos escolhidos aceitaram, relutantes, a opção da oficina de tecelagem. Entre elas, embora sejam escassas as referências à sua importante participação, destaca-se Anni Albers, empenhada no desenvolvimento de produtos têxteis funcionais a partir de experiências científicas com materiais alternativos. Obteve excelentes resultados: tecidos que combinavam propriedades de refletir a luz e absorver o som, além de possuir maior durabilidade e resistência. Por ocasião do fechamento da Bauhaus em 1933, Anni foi merecidamente convidada para atuar como docente na Black Mountain College da Carolina do Norte. Ao longo de sua longa permanência nos Estados Unidos, além da contribuição na área do ensino de design, teve seus projetos expostos no MOMA em diversas ocasiões, publicou dois livros e vários artigos sobre design até sua morte em 1994.

Lembramos, ainda no contexto da Bauhaus, igualmente pouco mencionada a presença de Lucia Moholy, historiadora da arte e fotógrafa, atuou ao lado de Lazlo Mo-