

AMPLIFICANDO VOZES: A CONSTRUÇÃO DE CARTAZES FEMINISTAS A PARTIR DO DESIGN SOCIAL.

AMPLIFYING VOICES: THE PROCESS OF BUILDING FEMINIST POSTERS EMPLOYING SOCIAL DESIGN.

Marcela Letícia Horst Martinez¹

Mateus Dias Vilela²

Resumo

Em um contexto de violência contra as mulheres, decorrente da dominação masculina nas relações sociais, o feminismo se configura como campo de luta por direitos igualitários. Da mesma forma, o design socialmente engajado aparece como aliado histórico do movimento, vide seu potencial de produtor cultural e de interface entre os sujeitos e a sociedade. Visto a relação de ambos, esta investigação partiu do problema de pesquisa sobre como o design social, através da metodologia projetual, pode representar graficamente as discussões da teoria feminista, tendo como foco o ambiente acadêmico. Ao aproximar-se da realidade empírica, trabalhou em parceria com o coletivo Amplifica, atuante na UniSATC. Através do método Diamante Duplo, foram confeccionados três cartazes que apresentam recortes da teoria feminista, associadas ao cotidiano das estudantes da instituição. Nesses, focou-se na crítica da feminilidade compulsória, do silenciamento de vozes femininas na academia, e de um padrão de beleza idealizado. Esses obtiveram avaliação positiva do coletivo, mostrando-se favoráveis para aproximar as acadêmicas às reivindicações do movimento.

Palavras-chave: design social; movimentos sociais; feminismo; cartazes.

Abstract

In a context of violence against women, due to the masculine domination in the social relationships, the feminism configures itself as a battlefield for equal rights. At the same time, the social engaged design shows up as a historic ally of the movement, considering its potential as a cultural creator and of being an interface between the subjects and society. Taking into account their relation, this research has started from the question of how social design, through design methodology, it can graphically interpret the discussions of the feminist theory, focusing on the academic environment. When getting closer to empirical reality, the researchers have established a collaboration with the Amplifica collective, active at UniSATC. Through the Double Diamond methodology, three posters have been made, each presenting different aspects of the feminist theory and associating it to the daily lives of the students in the institution. They focused on the criticism of compulsory femininity, the erasure of feminine voices in academia, and in an idealized beauty standard. They've had a positive evaluation from the collective, showing a favorable outcome to reach out to the beliefs of the students in the movement.

Keywords: social design; social movements; feminism; posters.

¹ Bacharel em Design, UNISATC, Criciúma, SC, Brasil, hmartinez.maru@gmail.com; ORCID: 0000.0002.8699.8478.

² Doutor em Comunicação Social – PUCRS. Professor UNISATC, Criciúma, SC, Brasil. mateusdvilela@gmail.com; ORCID: 0000.0003.0820.6460.

1. Introdução

Ao longo da história, a luta das mulheres, encontrou no movimento feminista sua maior expressão reivindicatória. A prerrogativa ao voto, pelas sufragistas no século XIX (NARVAZ; KOLLER, 2006; PINTO, 2010), estabeleceu uma de suas primeiras atividades sendo considerada o marco fundador de uma luta que circula e reescreve a contemporaneidade. Contudo, há muito o que se percorrer para alcançar a liberação feminina. Se antes, encontravam-se enclausuradas em seus lares sob a pressão da obrigatoriedade, agora estão presas a questões que circunscrevem o corpo e a consciência (WOLF, 2018).

Tal afirmação pode ser ratificada ao observar que, quando insatisfeitas com a própria aparência, meninas e mulheres podem apresentar comportamentos prejudiciais à sua saúde física e mental (UNILEVER, 2017). O Brasil, neste cenário, ocupa a segunda posição na classificação de países que mais realizam cirurgias plásticas no mundo (EXAME, 2019). Dessa forma, desde a redemocratização na década de 1980, os coletivos feministas brasileiros lutam por questões acerca dos direitos trabalhistas, da liberação da sexualidade feminina, da mesma forma que combatem o racismo, e exigem a garantia de sua segurança (PINTO, 2010). Insiste-se que o último tema esteja em constante discussão na esfera pública do país, visto que ele se apresenta como um dos mais violentos para as mulheres no mundo (BUENO; LIMA, 2019).

Aproximando-se de uma realidade local, enfatiza-se as ações do coletivo *Amplifica* e seus esforços para a formação de um espaço reivindicatório, centrado na conscientização e amparo das estudantes da UniSATC. O grupo utiliza de diferentes abordagens para criar uma conexão entre as estudantes, dentre quais se destaca o desenvolvimento de materiais gráficos. Esses atuam como auxílio para diálogo, propagando ideais e promovendo uma relação identitária com o movimento.

Neste espaço de diálogo e reivindicação, o design – através de sua natureza social – apresenta-se como um importante instrumento de luta e conscientização dos coletivos feministas. Tal aproximação fica evidente com a criação do “*Chicago Women’s Graphic Collective*”, da década de 1970, conseguinte pelas demais apropriações usadas na luta por igualdade (NEVES, 2011). O design precisa ser reconhecido como uma atividade presente na história, como formador de cultura e interface entre sujeitos e necessidades (LIMA, 2005). Ele traduz — através de seus produtos — ideias que refletem os vieses políticos, culturais e econômicos de onde e quando foram originadas (BRAGA, 2011). Desta forma, suscita-se a responsabilidade da área, orientando suas práticas em prol de causas sociais benéficas a comunidade (NEVES, 2011).

Nesse contexto, considerando as dificuldades enfrentadas pelo gênero feminino, e a possibilidade de mudanças sociais advindas da capacidade comunicativa do design, visa-se com esta pesquisa responder à questão: “Como o design social, através da metodologia projetual, pode representar graficamente as discussões apresentadas pela teoria feminista, tendo como foco o ambiente acadêmico?” Para chegar na resposta, tem-se como objetivo principal o uso dos princípios do design social para o desenvolvimento de peças gráficas que comuniquem os conteúdos discutidos pela teoria feminista, relacionando-os com a realidade das estudantes da UniSATC.

Sobre a natureza da pesquisa, considera-se esta como aplicada, visto que se utiliza dos conhecimentos adquiridos para resolver o problema de pesquisa em questão. Tendo em vista o levantamento de informações a partir de fontes já publicadas, caracteriza-se como revisão bibliográfica, quanto aos seus procedimentos técnicos. A abordagem do problema se realiza de

modo qualitativo, dado a subjetividade presente na relação com o objeto de estudos, as quais não são quantificáveis (PRODANOV; FREITAS, 2013).

2. Design Social

Na busca de incentivar um discurso direcionado à transformação social, o design se configura como um possível vetor para mudanças. Essa afirmação pode ser ratificada pelo fato de, ao objetivar a comunicação de uma mensagem, a área objetivar a persuasão e/ou a instrução do público (BRAGA, 2011). Desse modo, na construção de um discurso verbo-visual, há o potencial de trabalhar seus aspectos simbólicos com o intuito de sustentar ou transformar um contexto cultural (VILLAS-BOAS, 2009; BRAGA, 2011).

A cultura, nesse cenário, é entendida como “um sistema de signos produzidos a partir das relações sociais” (VILLAS-BOAS, 2009, p. 9), do qual os projetos de design se originam e, de modo recíproco, também influenciam esse sistema. Sendo assim, em razão dos produtos gráficos provirem de um determinado contexto histórico-social, capazes de incorporar novas significações a esse mesmo sistema, o design se classifica como um produtor cultural (VILLAS-BOAS, 2009; NEVES, 2011).

Braga (2011, p. 21) alega que a compreensão do papel social de uma profissão aproxima suas atividades em virtude daqueles que “estão à margem do sistema econômico, visando à inclusão social nas dimensões de cidadania”. Para os designers, esse debate se materializou na década de 1960³, com a publicação do *First Things First* (1964). Segundo o manifesto, o capitalismo incentivava a utilização do conhecimento da área com intenções publicitárias, o que contribuiu para fomentar uma cultura consumista. Como alternativa a esse modelo industrial, sugeriu-se projetos que atendessem “às reais necessidades da sociedade” (NEVES, 2011, p. 50), com produtos instrucionais voltados a contribuir beneficentemente ao conhecimento do seu público (FIRST THINGS FIRST, 1964).

As convicções acerca do papel social do design expressas por esse manifesto podem ser vistas ainda na definição da profissão, estabelecida pelo *Internacional Council of Design* (ico-D), em 2013. Conforme esse, os designers deveriam entender “os impactos culturais, éticos, sociais, econômicos e ecológicos de seus esforços⁴” (ico-D, 2013, *online*, tradução da autora), fazendo parte de sua ética profissional se responsabilizar pelas consequências sociais oriundas dos seus trabalhos — independentemente se esses possuem, ou não, um intuito comercial.

Contudo, as atividades socialmente responsáveis do design se diferem dos projetos que se enquadram na categoria do design social. Como observado, o primeiro é considerado como um dever profissional, enquanto o design social é um campo de atuação específico que, apoiando-se na definição proposta por Margolin e Margolin (2004, p. 44), objetiva diretamente “a satisfação das necessidades humanas”. Ele abrange situações e problemas frequentemente desconsiderados pelo design comercial, uma vez que estão à margem dos interesses da indústria (PAZMINO, 2007). Empenha-se na construção de um discurso de viés contestador, aproximando o design dos problemas da sociedade (NEVES, 2011). Percebe-se sua atuação por

³ No final do século XX, houve uma renovação desse manifesto, o *First Things First 2000* (FIRST THINGS FIRST 2000, 1999).

⁴ Do original: [...] understand the cultural, ethical, social, economic and ecological impact of their endeavors [...]. Disponível em: <<https://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>>. Acesso em: 18 set. 2019.

meio de organizações e movimentos que o reconheceram como um potencial suporte para a transformação de cenários políticos, sociais e culturais (MIYASHIRO, 2011).

Enfatiza-se o pioneirismo do movimento construtivista russo, ao direcionar sua produção para a “satisfação de necessidades materiais e intelectuais da sociedade” (CURTIS, 2011, p. 25). O construtivismo possui suas origens no modernismo, em especial o movimento futurista, vanguarda artística e literária que contrariou o tradicionalismo dominante na arte nos primeiros anos do século XX. Os construtores ansiavam pelo progresso, o que os aproximou das conquistas tecnológicas de sua época. Igualmente, por sua postura contestatória, rejeitaram o antigo sistema político que perdurava na Rússia, a monarquia feudal czarista, alicerçando seus esforços à revolução socialista. Nesse contexto, encontraram no design um expoente para manifestar seus ideais (CURTIS, 2011).

O modelo de atuação construtivista repercutiu nas produções do *Atelier Populaire*, “referência obrigatória quando se discute política e design gráfico no século XX” (MIYASHIRO, 2011, p. 66). O grupo surgiu como apoio aos protestos que ocorreram em maio de 1968, na França, em que estudantes e trabalhadores contestaram os valores tradicionais, e reivindicaram por melhores condições na educação e no ambiente de trabalho (MIYASHIRO, 2011). Segundo Neves (2011), os manifestantes ocuparam os ateliês da Escola de Belas Artes de Paris, utilizando-os para a criação de materiais gráficos, com quais esperavam compartilhar suas convicções por todo o país.

Assim como no construtivismo, os participantes do *Atelier* abdicaram da produção individual em prol do coletivo, já que abandonaram a autoria e o retorno financeiro sobre os seus trabalhos. Propagaram seu apelo político por meio de cartazes, conforme Figura 1, trazendo imagens e frases provocativas, majoritariamente compostos por uma cor e produzidos a partir de técnicas de baixo custo, o que tornou viável a sua massificação (NEVES, 2011). O minimalismo presente nessas peças gráficas demonstra o caráter estratégico e transformador do design, que, como indica Miyashiro (2011, p. 66) vai além de ser um “mero suporte estético” às manifestações.

Figura 1: Nós somos o Poder. Atelier Populaire, 1968.



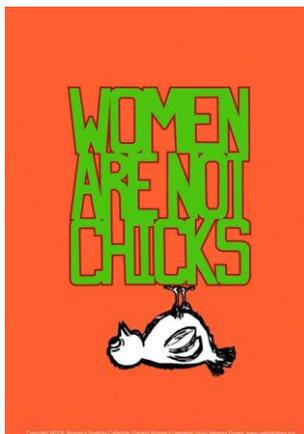
Fonte: Art for a change. Disponível em: <<https://www.art-for-a-change.com/Paris/paris2.html>>. Acesso em: 22 set. 2019.

Devido ao seu potencial contestatório, o design mostrou-se útil ao movimento feminista, possibilitando o desenvolvimento de um discurso a favor da liberação feminina. Com este propósito, destacam-se as produções realizadas pelo grupo *Chicago Women's Graphic Collective*. Composto por um pequeno e alternante grupo de mulheres, suas peças

representavam a realidade enfrentada na década de 1970, denunciando a desigualdade oriunda das relações de gênero. O grupo abordou temáticas relativas à liberdade de escolha da mulher, tanto nas esferas profissional e pessoal, o direito sobre o próprio corpo e o de expressar sua sexualidade (NEVES, 2011; BARROS; LIMA; SEHN, 2017).

O coletivo buscou “o reconhecimento do feminino por intermédio da expressão gráfica de sua visão de mundo” (NEVES, 2011, p. 58), inclusive no campo das artes, contrapondo uma área predominantemente dominada por homens. Sem uma autoria específica, as peças gráficas resultaram da troca de experiências entre as participantes, que as produziram conjuntamente. Para a sua manufatura, optaram pelo uso da serigrafia, por comportar a reprodução em massa e com baixo custo, de grandes e coloridos cartazes (NEVES, 2011). Dentre tais produções, destaca-se a peça “*Women are not chicks*”, vide a Figura 2, uma crítica ao estereótipo da fragilidade feminina, comumente comparadas a imagem de uma galinha assustada (BARROS; LIMA; SEHN, 2017).

Figura 2: Women are not chicks. Chicago Women’s Graphic Collective



Fonte: CLWU Herstory Project. Disponível em: <<https://www.cwluherstory.org/store>>. Acesso em: 23 set. 2019.

Soma-se ao movimento, o See Red Women’s Workshop, com atividades similares ao coletivo de Chicago, entre as décadas de 1970 e 1990, em que as integrantes denunciaram o sexismo vivido no cotidiano das mulheres britânicas através da confecção de cartazes serigráficos (MCQUISTON, 2016). Outro exemplo, já na década de 1990, surge organização “Women’s Design + Research Unit” (WD+RU), que buscou evidenciar a atuação da mulher nas áreas de comunicação, tornando-se “uma plataforma onde as pessoas poderiam se sentir empoderadas e contribuir para um crescente discurso sobre design e feminismo⁵” (GRAPHIK, 2015, *online*, tradução da autora). Observa-se a prevalência dessa união na contemporaneidade, em que coletivos e atuantes independentes fomentam essa mudança cultural acerca do sujeito feminino, sendo as peças gráficas uma plataforma para expressar esse discurso transformador.

⁵ Do original: [...] a platform where people could feel empowered and contribute to an emerging discourse on design and feminism.

3. O Movimento Feminista

A luta feminista que embasou esses movimentos, e por conseguinte as produções do design socialmente engajado, traz em suas convicções a equivalência de experiências entre os gêneros, denunciando o privilégio masculino sobre as mulheres nas relações sociais (NARVAZ; KOLLER, 2006). Com o potencial de autocrítica sobre a sua própria teoria, o feminismo apresenta uma constante evolução, sendo dividido em ondas, que resultam de um contexto histórico, social e cultural específico, e reivindicações características de cada período (NARVAZ; KOLLER, 2006; PINTO, 2010).

A primeira onda do feminismo advém, efetivamente, da atividade das sufragistas no final do XIX, na Europa e nos Estados Unidos. Foram sintomáticas, nessa fase, o reconhecimento da opressão do patriarcado sobre as mulheres e a luta pela aquisição de direitos civis, tais como o direito ao voto e à educação (NARVAZ; KOLLER, 2006; PINTO, 2010). Essa onda inicial, no entanto, se esmaeceu, retomando as suas forças somente na década de 1960 diante das transformações culturais provocadas pela Guerra do Vietnã e pelo movimento *hippie*, na América do Norte, e pelas manifestações de maio de 1968, no continente europeu.

Nesse período de transição, Simone de Beauvoir publicou o primeiro volume de “O Segundo Sexo”, tese responsável por iniciar as discussões de gênero (SAFFIOTI, 2000), sendo estabelecida como base para as futuras teorias feministas (PINTO, 2010). É do segundo volume, entretanto, a popular afirmação de que “ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (BEAUVOIR, 1967, p. 9). Ou seja, o gênero não provém de um determinismo biológico, mas é instituído socialmente em um processo de aprendizagem ao percorrer da vida, tornando-se uma convicção compartilhada entre os estudos deste certame (SAFFIOTI, 2000).

Nesse contexto, com a contribuição teórica de Beauvoir e a publicação do livro “A mística feminina”, de Betty Friedman em 1963, a segunda onda do Feminismo tomou forma. Além da reivindicação pelos mesmos direitos e espaços que os homens, era questionado, nesse período, as relações de gênero, de dominância masculina, e por qual forma poderiam se libertar para obter autonomia sobre suas vidas e corpos (PINTO, 2010).

Após duas décadas, as intensas manifestações se reverteram em conquistas nos continentes europeu e norte-americano (NARVAZ; KOLLER, 2006; PINTO, 2010). Direito legais e reprodutivos, como a legalização do aborto, além de um maior espaço no ensino superior e no mercado de trabalho liberal foram alguns dos êxitos do período. Do mesmo modo, mudanças na percepção do seu papel social, tais como a obrigatoriedade doméstica, função materna, castidade e passividade deram lugar à imagem de uma mulher trabalhadora, supostamente independente e de sexualidade liberada (WOLF, 2018).

A terceira onda feminista, por sua vez, encontrou na desestabilização de conceitos antes estáticos, proposta do pensamento pós-estruturalista⁶ — principalmente nas obras de Jacques Derrida e Michel Foucault —, um propulsor do movimento (SALIH, 2015). Judith Butler, filósofa americana, destaca-se nesse contexto. A teórica discorre sobre a problemática de se ter um sujeito feminino estável, naturalizado e discursivamente produzido pelo mesmo

⁶ Defendem a estruturação cultural do signo, alegando que esse não possui uma real ligação com o seu significante — aquilo que ele se refere —, além da que foi instituída por um sistema de linguagem. Logo, por variar com o contexto sociocultural que está inserido, o signo se torna um conceito instável, não podendo, assim, atingir uma concepção absoluta. Afirmam que o processo de significação advém de uma constante construção, nunca estática (SALIH, 2015).

sistema que o oprime. Butler aprofundou a conceituação de Beauvoir (1967) a respeito da estruturação dos gêneros, declarando as identidades generificadas como performativas, e eliminando sua distinção com o sexo, já que esse também é socialmente imposto. Indica, em seus estudos, que as identidades de gêneros não precedem suas expressões como é usualmente percebido, pelo contrário, são os atos que as constituem, fabricados por meio do discurso (BUTLER, 2018).

Por trás do esforço de delimitar o poder político das mulheres, de acordo com Wolf (2018), há interesses econômicos e culturais de manter uma estrutura de poder. Esta estrutura, de acordo com Butler (2018), empenha-se na manutenção heteronormativa⁷ das categorias de gênero, pensadas para aparentar um aspecto legítimo e natural, suprimindo quaisquer identidades que se manifestem diferente do padrão. Nesse sentido, o sujeito feminino, da maneira que foi constituído, provoca empecilhos para sua própria emancipação.

Sendo assim, as conquistas femininas e as práticas subversivas relativas ao seu gênero, por serem efeitos dessa estrutura, ameaçam a estabilidade do sujeito feminino e, conseqüentemente, às instituições de domínio masculino e heterossexual (BUTLER, 1993; WOLF, 2018). Como resultado, o sistema responde com maneiras de controlar o seu comportamento, criando ficcionalidades: atos que pretensiosamente determinam a imagem da mulher “verdadeira”. Esses são danosos, visto que possuem a origem em um regime opressor, causando exploração física e psicológica, ao ponto de as exaurir o suficiente para que não possam refutá-los (BUTLER, 2018; WOLF, 2018).

Para Butler (1993), a própria instituição sexo — macho ou fêmea — não é biologicamente determinada, mas provém de um efeito discursivo, com a capacidade de marcar os corpos dos indivíduos. A imposição do sexo deriva de um processo de interpelação, uma atribuição identitária que ocorre por meio de um chamado. Classifica-se o indivíduo a partir de uma relação binária entre “ele” ou “ela” quando recém-nascido, com base nas partes sexuadas do seu corpo. As partes sexuadas passam por uma significação quando são associadas às distinções de “macho” e “fêmea”, por quais o gênero é imposto. Segundo esse pensamento, outras designações poderiam ser conferidas aos bebês de acordo com outras características físicas, se fossem socialmente construídas.

Como uma situação imposta, os indivíduos constituem seus corpos e sua expressão de gênero de maneira compulsória, forçando atos performativos que consoem com uma estrutura binária e heterossexual (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018). O efeito produtivo do discurso explica o modo com que as ficcionalidades femininas funcionam, como o próprio mito da beleza (WOLF, 2018), que trabalha a ressignificação do físico das mulheres, adaptando-se conforme o que for mais conveniente às estruturas de poder.

Nesse contexto, Wolf (2018) explica o intuito político dessa ficção, uma vez que o discurso do mito produz um corpo inatingível, em que os padrões se encontram em constante mudança. Segundo a teórica, esse modelo de perfeição irreal objetiva a hierarquização da beleza, estimulando a competitividade e o ódio entre as mulheres.

A juventude e (até recentemente) a virgindade são ‘belas’ nas mulheres por representarem a ignorância sexual e a falta de experiência. O envelhecimento na mulher é ‘feio’ porque as mulheres, com o passar do

⁷ O termo heteronormativo, ou heteronormatividade, advém de quando a heterossexualidade é posta como norma (SALIH, 2015).

tempo, adquirem poder e porque os elos entre as gerações devem sempre ser rompidos (WOLF, 2018, *online*).

A maneira com que o sistema expressa esse domínio, através de “ideais e estereótipos” e “por restrições de ordem material” (WOLF, 2018, *online*) se deu por diferentes meios e nomes, como a “submissão das mulheres à domesticidade forçada” (WOLF, 2018, *online*) e sua estreita ligação com a evolução do capitalismo industrial. Estimulava-se a glorificação da figura da mulher mãe e doméstica com a “Mística Feminina”, aquilo que as relacionava ao ambiente de casa era visto como belo e o que as afastava, como doença. (BUTLER, 2018; WOLF, 2018).

Mesmo que se trate de uma dissimulação discursiva, o mito é eficaz em aprisionar o psicológico das mulheres ao distorcer a imagem de seus próprios corpos, censurando quaisquer figuras que não se encaixem no padrão idealizado (WOLF, 2018). Butler (1993) corrobora para explicar essa situação, quando considera que “linguagem e materialidade não são opostas, visto que a linguagem tanto é quanto refere ao que é material, e o que é material nunca escapa totalmente do processo por qual ele é significado⁸” (BUTLER, 1993, p. 68, tradução da autora). Ou seja, a linguagem, por meio da sua faculdade de construir significados, é capaz de materializar o discurso na superfície dos corpos no ato de referenciá-los.

Por conseguinte, pode-se dizer que o efeito naturalizado das ficcionalidades de gênero provém da repetição de imagens referentes a esses discursos. Seja de forma verbal ou não-verbal, aproveitam de inúmeros eufemismos a fim de disfarçar o seu efeito excludente e destrutivo. No contexto do mito, o ideal de beleza genérico é propagado por meio da indústria publicitária, subsidiada pelas grandes empresas que detém interesse econômico no ódio das mulheres por si mesmas, como a indústria dos cosméticos, a dos alimentos dietéticos e das cirurgias plásticas (BUTLER, 1993; WOLF, 2018).

O sistema capitalista⁹, de modo geral, depende da exploração da mulher e, conseqüentemente, espalha imagens que “tornam belo” uma jornada tripla: a de profissional liberal, ganhando menos que os homens; a obrigatoriedade doméstica, com uma maior carga horária de trabalho que o gênero oposto; mais a preocupação e dedicação com a sua aparência nas horas “vagas”, despendendo seu tempo e salário em salões de beleza, academias e centros estéticos para manutenção do seu corpo. Essa exaustiva rotina as cansa, impedindo-as de se dedicar a qualquer pauta em prol de sua própria liberação (WOLF, 2018).

As ficções, de forma dispersa, demonstram seu efeito em diferentes âmbitos da vida das mulheres. O discurso produtor da Donzela de Ferro¹⁰ pode ter suas manifestações encontradas, por exemplo, na idealização da sexualidade feminina, incitando o afastamento emocional de seus parceiros e, também, a ação violenta deles sobre elas em suas relações. Também é o responsável por transformar a gordura corporal em inimiga, condicionando o direito à boa alimentação somente aos homens (WOLF, 2018). Essas estruturas dominantes

⁸ Do original: “[...] language and materiality are not opposed, for language both is and refers to that which is material, and what is material never fully escapes from the process by which it is signified” (BUTLER, 1993, p. 68).

⁹ Para Marx, Engels e Mitchell, a igualdade sexual só é possível dentro do sistema socialista. Entretanto, as obras desses autores pouco avançaram na temática, se isentando de discutir soluções para a questão.

¹⁰ “Uma espécie de caixão com a forma de um corpo, que trazia pintados os membros e o rosto de uma jovem bela e sorridente. [...] Quando a tampa fechava, a vítima morria de inanição ou, de modo menos cruel, morria perfurada pelos espigões de ferro encravados na parte interna do caixão” (WOLF, 2018, *online*).

ainda são capazes de restringir o poder de fala feminino, resumindo seu valor no quão “bela” uma mulher é.

De acordo com Wolf (2018), é uma tarefa árdua escapar da opressão e, ao mesmo tempo, evitar que um novo sistema se forme para reprimir as mulheres. A autora acredita na necessidade de uma revolução: a vinda de uma nova onda do movimento feminista. Propõe que as mulheres não devem depender de uma resposta vinda das instituições dominantes, mas começarem, por elas mesmas, a propagação de uma subcultura alternativa acerca da feminilidade, a fim de a ressignificar.

Butler (2018), referenciando as teorias de Michel Foucault, acredita na inexistência de um sujeito prévio ou que atue de forma independente ao sistema que o produziu. De tal modo que os atos performativos são restritos ao contexto social em que o indivíduo está inserido. Contudo, a autora (1993) propõe a agência, isto é, agir de maneira não convencional àquilo que lhe foi colocado: a subversão da identidade de gênero dentro das próprias estruturas de poder que as limitam, através da estimulação de um discurso alternativo, buscando por “peças, músicas, filmes que iluminem as mulheres em três dimensões” (WOLF, 2018, *online*).

3. Metodologia e Aplicação Projetual

Com o objetivo de guiar a concepção de um discurso verbo-visual para combater as ficcionalidades que formam o sujeito feminino, por meio do potencial comunicativo do design como forma de resistência, esta investigação apropriou-se do método Diamante Duplo, elaborada pela organização *Design Council*¹¹ (2007). Sua estrutura é conveniente, posto que apresenta momentos de divergência e convergência, ideais para se trabalhar um escopo tão abrangente como a teoria feminista.

Apesar de ter sido moldada a partir de processos comerciais (DESIGN COUNCIL, 2007), este método abre possibilidades para “ajudar designers e não-designers a lidar com problemas sociais, econômicos e ambientais mais complexos¹²” (DESIGN COUNCIL, 2019, *online*, tradução da autora). Nesta pesquisa foram preservadas as etapas “descobrir, definir, desenvolver e entregar¹³” (DESIGN COUNCIL, 2007, p. 6, tradução da autora), contudo, as atividades específicas de cada estágio foram roteirizadas com o intuito de consoar com aplicabilidade social do design, aproximando-as das necessidades da realidade feminina (NEVES, 2011) e seu discurso reivindicatório.

Ao construir este percurso, destaca-se a contribuição de Silva¹⁴, com a finalidade de fornecer “mais autonomia, liberdade e criticidade acerca dos problemas sociais” às mulheres (SILVA, 2015, p. 10). Dentre as atividades destacam-se a construção de um repertório de referências, a partir da reunião de bibliografias; a definição do conteúdo a ser trabalhado; a

¹¹ A instituição sustenta a ideia “fazer a vida melhor via o design” (DESIGN COUNCIL, 2019, *online*), realizando pesquisas com o intuito de melhorar os processos para a criação de produtos e serviços. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/what-we-do>> Acesso em: 21 de out. 2019.

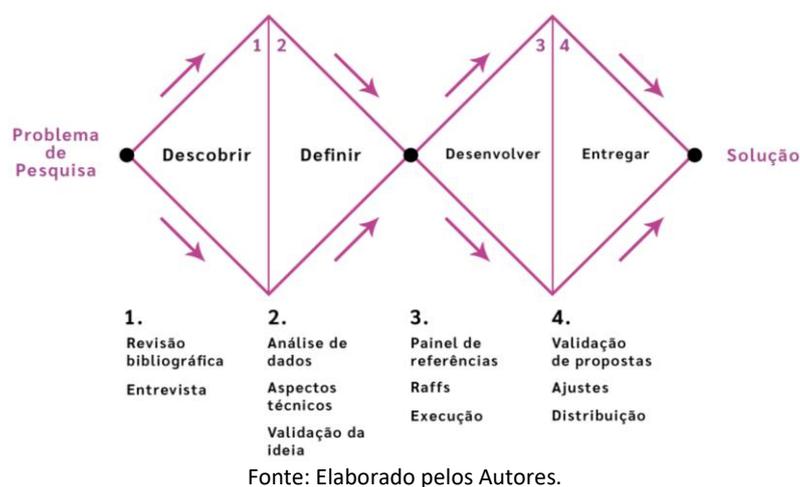
¹² Do original: “[...] helps designers and non-designers across the globe tackle some of the most complex social, economic and environmental problems”.

¹³ Do original: “Discover, Define, Develop and Deliver” (DESIGN COUNCIL, 2007, p.6).

¹⁴ O método é de autoria de Silva (2015), construída com a intenção de trabalhar o design conjuntamente com o feminismo, contemplando resolver problemáticas advindas da desigualdade de gêneros.

demarcação de uma estilística que predomina em todo o material gráfico; e o planejamento técnico para a sua produção e distribuição. Estes procedimentos foram, então, adequados ao método do Diamante Duplo, possibilitando o modelo representado pela Figura 3.

Figura 3: Método Diamante Duplo adaptada a partir de Silva (2015)



A etapa *descobrir* configura o primeiro quarto dos diamantes, representando um momento de pensamento amplo para a compreensão do problema. Com ela, buscou-se reunir informações, imergindo na situação pressuposta (DESIGN COUNCIL, 2019), e estabelecendo duas atividades para a coleta de dados. Primeiro, na revisão bibliográfica, assimilou-se a procedência do design socialmente engajado, (BRAGA, 2011; NEVES, 2011), visto a sua posição como produtor cultural (VILLAS-BOAS, 2009). Analisou-se sua atuação junto aos movimentos sociais, os aspectos simbólicos da mensagem e as questões estético-formais, bem como a prevalência do trabalho coletivo sobre a autoria individual (CURTIS, 2011; MIYASHIRO, 2011; NEVES, 2011). Não obstante, visando entender o movimento feminista, estudou-se as ondas que compreendem o seu percurso histórico (SAFFIOTI, 2000; NARVAZ; KOLLER, 2006; PINTO, 2010), e as discussões teóricas acerca da construção social do sujeito feminino (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018; SALIH, 2015). Após, demonstrou-se os mecanismos reguladores desse sujeito, as ficcionalidades femininas, por qual o sistema mantém a mulher em um estado de subalternidade, restando sua liberação (WOLF, 2018).

Pela relevância de se construir um contato com aquelas que são exploradas por esse sistema (DESIGN COUNCIL, 2019; WOLF, 2018), e a necessidade de ir além de um escopo estético-visual (MIYASHIRO, 2011), firmou-se uma coparticipação com o coletivo *Amplifica*, na intenção de abordar o cenário feminino próximo da realidade da autora. Assim, promoveu-se entrevista em profundidade semiaberta¹⁵ (DUARTE, 2005; SIERRA, 1998) com algumas de suas integrantes como segunda atividade da etapa.

Nesse diálogo, explicaram que o coletivo se estabeleceu por um reflexo ao feminicídio

¹⁵ O tipo semiaberta, a que essa investigação se propõe, tem origem em uma matriz, um roteiro com algumas perguntas-guia que se originam do problema de pesquisa e buscam ampliar o tema (DUARTE, 2005).

político de Marielle Franco¹⁶. Em um ato de indignação, queriam auxiliar no processo de transformação social a favor da libertação feminina. Na ausência de uma movimentação política, de um espaço para dialogar sobre essas questões dentro instituição que frequentam, criaram o grupo. Apesar de uma iniciativa semelhante em uma universidade próxima, os contextos sociais se diferem, visto que a UniSATC¹⁷ é um ambiente menor e com presença majoritária de estudantes homens¹⁸.

Desse modo, objetivaram a formação de um espaço dedicado às estudantes de todos os cursos, aproximando-as do movimento feminista. Para realçar a presença feminina, tanto no meio acadêmico quanto no profissional, promovem os trabalhos das alunas, levando-os a público em exposições e eventos. Dentre as atividades desenvolvidas, ainda consta o amparo emocional fornecido frente a situações de assédio, e discussões em relação a violência e os abusos cometidos em relacionamentos.

Para estabelecerem um contato com essas acadêmicas, indicaram dois métodos. Com as estudantes dos cursos de ciências sociais, a comunicação se realiza pessoalmente, em um diálogo direto. No entanto, o mesmo não acontece com as alunas das ciências exatas, com quais não há essa abertura. O outro meio, com o fim de efetivar uma conexão com tais estudantes, é a confecção de produtos gráficos, com a exposição e distribuição de materiais. Com o propósito de alcançar as mulheres que não se sentem tão próximas do movimento, o coletivo mencionou a relevância do uso de uma abordagem didática para introduzir sobre a teoria feminista e suas reivindicações. Apontou, também, o emprego de um discurso empático, que sinalize dores em comum no cotidiano feminino.

Diante deste contexto, para a segunda etapa, *definir*, constam atividades nas quais dominam o pensamento convergente, a sintetização das informações obtidas na fase de descoberta, delimitando a esfera do problema e as ações para a sua resolução (DESIGN COUNCIL, 2007; DESIGN COUNCIL, 2019). Com a finalidade de auxiliar na conexão entre os conhecimentos adquiridos na primeira fase, construiu-se um mapa mental, vide Figura 4.

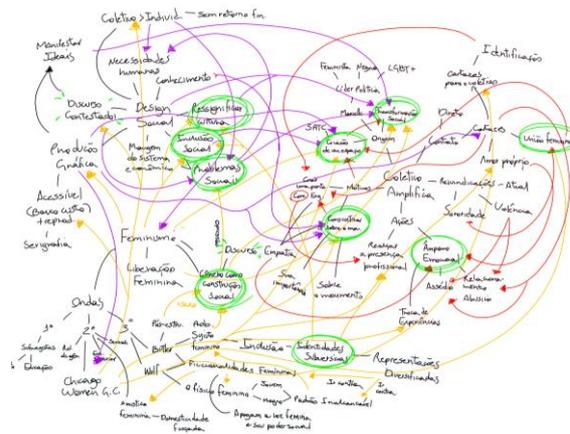
Buscou-se a representação, sob uma ótica crítica, de situações de seus cotidianos, explicando a atuação das ficcionalidades femininas (BUTLER, 2018; WOLF, 2018) e, simultaneamente, representando maneiras subversivas de combater essas imposições sociais pelo processo de ressignificação cultural (BUTLER, 1993; VILLAS-BOAS, 2009). Da teoria feminista, foram destacadas as ideias que valorizam a emancipação do sujeito feminino, que rejeitam expressões compulsórias de feminilidade (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018), como a obrigatoriedade doméstica, maneiras de se vestir, heterossexualidade e matrimônio, advindas da imposição de um sistema que visa a manutenção das categorias sociais de gênero, pela exploração da mulher para o seu fortalecimento (BUTLER, 2018; WOLF, 2018).

¹⁶ Ocupando o cargo de vereadora da cidade do Rio de Janeiro, Marielle trouxe representatividade como mulher, negra e lésbica à política institucional, fomentando reivindicações oriundas desses três movimentos (SOUZA, 2019).

¹⁷ Unisatc é um centro universitário localizado cidade de Criciúma, município do estado de Santa Catarina com aproximadamente 200 mil habitantes. A instituição conta com cursos superiores na área de tecnologia, engenharia e comunicação, além de educação básica e técnica. N.A.

¹⁸ Em contato com a coordenação dos cursos superiores, declarou-se que a instituição conta com 302 mulheres e 1106 homens matriculados no segundo semestre de 2019. N.A.

Figura 4: Mapa mental das relações entre as informações para a etapa *definir*.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

Os aspectos técnicos¹⁹ na motivação pela confecção dos cartazes envolveram a possibilidade de divulgação do coletivo *Amplifica*, transformando-os em ponto de contato para o conhecimento de suas atividades, além de oportunizar a venda desse material. Dessa forma, priorizou-se os meios que tornassem a reprodutibilidade acessível, de modo a se adequar às necessidades do grupo, tendo o centro universitário como a principal área de atuação.

Com o pressuposto de serem cartazes impressos, averiguou-se o uso da impressão digital, por viabilizar a baixa tiragem, que compreende de duas a três centenas de cópias (VILLAS-BOAS, 2010), inicialmente suficientes para preencherem o ambiente interno da instituição de ensino. Esse processo permite a policromia no padrão *CMYK* (cores ciano, magenta, amarelo e preto, respectivamente), ainda que a intenção final seja o uso de poucas cores, referenciando o processo serigráfico, oriundo de movimentos sociais anteriormente abordados (BARROS; LIMA; SEHN, 2017; NEVES, 2011). Sobre as dimensões do papel, optou-se por um tamanho A3, de uso corriqueiro no ambiente acadêmico, apresentando um baixo custo de impressão. Por fim, a validação ideia²⁰ ocorreu *online*, em diálogo com as integrantes entrevistadas do coletivo. As temáticas dos cartazes foram explanadas verbalmente. Sem alterações necessárias no projeto, prosseguiu-se para o seu desenvolvimento.

A etapa *desenvolver*, terceiro momento do percurso metodológico, sugere um raciocínio divergente, buscando alternativas com o intuito de satisfazer as ações propostas na definição (DESIGN COUNCIL, 2019). Para representar o discurso indicado em peças gráficas, refinaram-se as ideias por meio de rascunhos, as quais contaram com painéis de referência²¹ para então guiar sua execução.

A procura por um referencial primário retomou as produções feministas oriundas dos movimentos sociais, com o *Chicago Women's Graphic Collective* (NEVES, 2011; BARROS; LIMA; SEHN, 2017) e o *See Red Women's Workshop* (MCQUISTON, 2016), agregando-as com o trabalho autônomo de artistas brasileiras que tratam a libertação feminina como centro de

¹⁹ Segunda atividade da segunda etapa, *definir*.

²⁰ Terceira atividade da segunda etapa, *definir*.

²¹ Primeira atividade da Terceira etapa, *desenvolver*.

O discurso verbal, representado por grandes títulos e textos de apoio, é um recurso relevante para explicitar os aspectos da peça. O uso desse artifício propicia uma plataforma didática de se trabalhar o conteúdo, permitindo a explanação da teoria por trás das imagens ilustradas na atividade de execução²⁴. Planejou-se, portanto, uma sentença principal, sintetizando a postura contestatória feminista, e uma caixa de diálogo informacional, disposta na parte inferior dos cartazes. Sendo assim, oportunizou-se um espaço para esclarecer os fundamentos teóricos e, conjuntamente, a divulgação do coletivo.

Sobre as personagens ilustradas, visou-se explorar a diversidade entre os corpos e as expressões de gênero consideradas não-normativas, que fugissem dos padrões (WOLF, 2018) e das imposições de feminilidade (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018). Para tal, construiu-se um terceiro painel de referências, dessa vez fotográfico²⁵, que consoasse com os princípios subversivos acerca da aparência feminina, consoante mostra a Figura 7.

Figura 7: Painel de referências fotográficas.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

Para a escolha do esquema cromático, aplicou-se a ferramenta *Adobe Color* a partir dos painéis de referência. Nota-se a predominância de tons vibrantes, vide Figura 8, com destaque para os tons de amarelo e laranja, que harmonizam com a identidade visual do coletivo *Amplifica*. Para referenciar o processo serigráfico, poucas variações de cor foram utilizadas: planejou-se o uso de três, mais a base do papel, sendo o preto para delinear os contornos, enquanto as outras duas tonalidades proporcionaram sua coloração.

Figura 8: Escolha do esquema cromático.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

²⁴ Terceira atividade da terceira etapa, *desenvolver*.

²⁵ Por intermédio dos trabalhos das fotógrafas Isabela Catão, Camila Falcão e do estúdio Cheyenne Gil, e suas contas @ph.isabelacatao, @camifalcao e @cheyennegilstudios.

Durante a execução dos cartazes, elementos visuais foram adicionados, a partir dos *Raffs*, para ilustrar situações opressivas do cotidiano feminino, com o objetivo de realçar o teor crítico da mensagem. A peça representada pela Figura 9 retrata a negação às expressões de feminilidade impostas, descritas no cartaz — em tom irônico — como “coisas de mulher” (BUTLER, 1993;2018). A domesticidade, o matrimônio, a maternidade e a heterossexualidade são representadas por vassoura, alianças, bebê e homem com coração, respectivamente.

Figura 9: Cartaz “Feminilidade Compulsória”, finalizado para a etapa de entrega.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

No segundo cartaz, intitulado de “Você Não Entende”, vide Figura 10, há um homem impedindo a estudante de se pronunciar, ilustrado na página de um livro, caracterizando o silenciamento existente na academia. Sobrepondo essa situação, três mulheres reforçam sua presença nesse ambiente, demonstrando incontentamento com a situação.

Figura 10: Cartaz “Você Não Entende” finalizado para a etapa de entrega.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

Por último, demonstra-se alguns cenários consequentes do mito da beleza (WOLF, 2018), conforme Figura 11. O quadro inicial exemplifica o seu efeito negativo no psicológico feminino. Em seguida se mostra produtos que são incentivados pelas indústrias e, então, divulgados como falsas soluções a essas inseguranças. Abaixo, mulheres de físico e expressões de gênero diversas representam a desmitificação de um padrão de beleza ideal, imagem reforçada pela própria palavra “liberte-se” escrita repetidamente ao fundo.

Figura 11: Cartaz “O Mito da Beleza”, finalizado para a etapa de entrega.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

Modificações na disposição dos elementos foram feitas com o intuito de comportar um maior uso do texto na composição. Aproveitou-se, majoritariamente, do uso de ilustrações para a transmissão da mensagem, contudo, por si só, mostrava-se insuficiente para cumprir a premissa didática estabelecida.

Ainda sobre os quesitos textuais, percebeu-se a relevância do emprego de uma grafia que fugisse do caráter de formalidade, tanto pelos coletivos (BARROS, LIMA, SEHN, 2017), quanto pelas ilustradoras. Logo, utilizou-se desse aspecto para determinar de qual maneira seriam expressos os títulos, subtítulos e o texto de apoio dos cartazes. Conforme Figura 12, objetivando uma leitura adequada, foram representados com a fonte *Suiren*, que faz alusão a escrita manuscrita, e a própria caligrafia da autora para os títulos.

Figura 12: Estilo de escrita utilizado para os cartazes.



Fonte: Elaborado pelos Autores.

Na etapa *entregar*, último momento do procedimento metodológico escolhido, compreende-se o processo de validação das peças concebidas, seus potenciais ajustes e, por fim, sua distribuição (DESIGN COUNCIL, 2007). Os três cartazes foram avaliados em discussão com as diretoras do coletivo, as quais consideraram que ajustes não eram necessários. Todavia, foram impressos testes, no tamanho original, para avaliar a eficácia de sua leitura. Destes, realizou-se menores adequações nos textos para que o tamanho fosse aumentado, então finalizados. Consoante os princípios do design socialmente engajado, abdicou-se de quaisquer ganhos pessoais com o desenvolvimento desse material (NEVES, 2011), sendo esses distribuídos, sem custos, para a utilização livre das atividades do coletivo.

5. Considerações Finais

As categorias de gênero, conjuntamente com a de raça e de etnia, são fatores de desigualdade estrutural nas relações sociais. Ratifica-se essa informação ao observar que, no Brasil, as “mulheres e a população negra apresentam os piores indicadores socioeconômicos” (UNITED NATIONS, 2016, online), pois os homens brancos e heterossexuais detêm privilégios através da exploração feminina, as restringindo do controle sobre os bens materiais e sobre as decisões acerca da própria vida (WOLF, 2018).

A contestação desse cenário de desigualdades encontra no feminismo a busca da emancipação do sujeito feminino, com o objetivo de alcançar a equivalência de experiências nas relações sociais (NARVAZ; KOLLER, 2006). No decorrer da história do movimento, sua união com o design resultou em diversas ações de denúncia e conscientização, tratando de temáticas relativas à liberdade de escolha, direito sobre o corpo e de expressão sexual (NEVES, 2011; BARROS; LIMA; SEHN, 2017).

Esta união, portanto, serviu de inspiração para o desenvolvimento desse artigo que parte da pergunta-problema “como o design social, através da metodologia projetual, pode representar graficamente as discussões apresentadas pela teoria feminista, tendo o foco o ambiente acadêmico?”. Dessa forma, buscou-se a representação gráfica de suas teorias para comunicar às estudantes da UniSATC, em parceria com o coletivo estudantil *Amplifica*, utilizando-se do design socialmente engajado.

O design, aqui percebido como produtor cultural, foi analisado por intermédio de sua influência na construção de mensagens verbais e visuais, conforme as convicções pretendidas (VILLAS-BOAS, 2009; BRAGA, 2011). Nesse contexto, esta investigação explorou o papel social de suas atividades, averiguando como ele pode contribuir com as ações do movimento feminista ao se afastar de seu caráter comercial (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004; NEVES, 2011; PAZMINO, 2007).

Para a construção das peças, esta pesquisa discorreu sobre a origem social das relações de gênero, nas quais é presente a dominação heterossexual masculina (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018; SAFFIOTI, 2000). Ademais, tratou do papel da linguagem na construção dessas categorias, visto que o feminino advém de um discurso produzido pelo mesmo sistema o discrimina (BUTLER, 1993; BUTLER, 2018; WOLF, 2018).

Para guiar o desenvolvimento, apropriou-se do método Diamante Duplo (DESIGN COUNCIL, 2007; DESIGN COUNCIL, 2019), posto sua eficiência em direcionar soluções para temas amplos, como a teoria feminista. Esta, inicialmente voltada para o mercado, teve suas atividades alinhadas — com o auxílio de Silva (2015) — aos princípios do design social. O

processo resultou na confecção de três cartazes, que respondem ao problema de pesquisa, os quais atuam artifícios de contestação (NEVES, 2011), representando as imposições da vida cotidiana das acadêmicas, conscientizando-as sobre a possibilidade de agência no sistema que as reprimem (BUTLER, 1993).

O primeiro traz consigo a questão da feminilidade compulsória, representando a figura da mulher em rejeição aos elementos socialmente atribuídos como femininos (BUTLER, 2018; WOLF, 2018), explicando como construções sociais exploram essas ficções. Como exemplo, fez-se referência a obrigatoriedade das atividades domésticas e sua relação com o aproveitamento de uma mão de obra não remunerada (WOLF, 2018).

No segundo cartaz, é retratado o impedimento posto às mulheres para que alcancem posições de poder. O discurso gráfico e verbal, aqui utilizado, faz referência ao silenciamento de vozes femininas, desmerecendo seu intelecto, um cenário recorrente na academia (WOLF, 2018). Tal discussão mostra-se relevante, visto a maioria masculina na UniSATC onde apenas 21,4% do corpo discente é composto por mulheres.

A terceira, e última peça, buscou a quebra das ficcionalidades acerca da aparência e do corpo feminino, confrontando o discurso da indústria publicitária e, conseqüentemente, o design comercial (WOLF, 2018; PAZMINO, 2007). A imposição desses padrões provoca restrições de ordem material e psicológica, criando uma constante condição de insegurança (WOLF, 2018). Sendo assim, ilustrou-se a diversidade existente entre mulheres, desmitificando a imagem produzida pelas grandes indústrias (BUTLER, 1993; WOLF, 2018).

Com a conclusão das peças gráficas, demonstra-se por qual maneira é possível, com a aplicação do design social, representar as discussões oriundas do movimento feminista, solucionando o problema de pesquisa proposto. Contudo, as mensagens expressas por esses cartazes caracterizam apenas um passo diante do grande escopo a ser trabalhado em direção da emancipação feminina. Desta maneira, incentiva-se a elaboração de mais pesquisas nesse âmbito, especialmente com a utilização do design socialmente engajado, visto que pouco é desenvolvido em sua teoria, ao se comparar com os projetos do design comercial (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004).

Referências

BARROS, Roberta Coelho; LIMA, Paula Garcia; SEHN, Thaís Cristina Martino. **Design and the feminist journey**: Chicago Women's Graphic Collective. Revista Educação Gráfica, v. 21, n. 1, p. 159-169, 2017.

BRAGA, Marcos da Costa. **O papel social do design gráfico**: história, conceitos & atuação profissional. 1. ed. São Paulo. SENAC, São Paulo, 2011.

BUENO, Samira; LIMA, Renato Sérgio de. **Dados de violência contra a mulher são a evidência da desigualdade de gênero no Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2019/03/08/dados-de-violencia-contra-a-mulher-sao-a-evidencia-da-desigualdade-de-genero-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 10 de set. 2019.

BUTLER, Judith. **Bodies that Matter**: On the discursive limits of "sex". 1 ed. Nova Iorque: Editora Routledge, 1993.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero** [recurso eletrônico]: feminismo e subversão da identidade / Judith P. Butler; tradução Renato Aguiar. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2018.

CURTIS, Maria do Carmo. **A dimensão social do design gráfico no construtivismo**. In: BRAGA, Marcos da Costa. O papel social do Design Gráfico: História, conceitos e atuação profissional. São Paulo: SENAC, 2011. p. 25-44.

DESIGN COUNCIL. **Eleven lessons: managing design in eleven global brands: A study of the design process, 2007**. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/resources/report/11-lessons-managing-design-global-brands>>. Acesso em: 21 de out. 2019.

DESIGN COUNCIL. **What is the framework for innovation?** Design Council's evolved Double Diamond. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>>. Acesso em: 21 de out. 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EXAME. **Brasil se torna uma superpotência da cirurgia plástica, 2019**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/brasil-se-torna-uma-superpotencia-da-cirurgia-plastica/>>. Acesso em: 10 de set. 2019.

FIRST Things First 1964: a manifesto. Disponível em: <<https://maxb.home.xs4all.nl/ftf1964.htm>>. Acesso em: 21 de out. 2019

FIRST Things First 2000. Disponível em: <<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/FirstThingsFirstManifesto2000/>>. Acesso em: 16 de set. 2019.

LIMA, Guilherme Cunha. **Digressões sobre o design**. In: LIMA, G. C. (Org). Design: Objetivos e perspectivas. Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2005.

MARGOLIN, Victor.; MARGOLIN, Sylvia. **Um "modelo social" de Design: questões de prática e pesquisa**. Revista Design em Foco, v. 1, n. 1, p. 43-48, 2004.

MIYASHIRO, Rafael Tadashi. **Com design, além do design: os dois lados de um design gráfico com preocupações sociais**. In: BRAGA, Marcos da Costa. O papel social do Design Gráfico: História, conceitos e atuação profissional. São Paulo: SENAC, 2011. p. 65-86.

MCQUISTON, Liz. **The legacy of the See Red Women's Workshop, 2016**. Disponível em: <https://www.creativereview.co.uk/see-red-womens-movement/?mm_5dab7326e2eee=5dab7326e2ef0>. Acesso em: 21 de out. 2019.

NARVAZ, Martha Giudice; KOLLER, Sílvia Helena. **Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando pesquisa, clínica e política**. Psicologia em estudo, v. 11, n. 3, p. 647-654, 2006.

NEVES, Flávia de Barros. **Contestação Gráfica: engajamento político-social por meio do design gráfico**. In: BRAGA, Marcos da Costa. O papel social do Design Gráfico: História, conceitos e atuação profissional. São Paulo: SENAC, 2011. p. 45-63.

PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. In: Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 1., Curitiba, 2007.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder**. In: Rev. Sociol. Polit. , Curitiba, v.18, n.36, p.15-23, jun. 2010.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 23 de out. 2019.

SAFFIOTI, Heleieth. **O segundo sexo à luz das teorias feministas contemporâneas**. Um diálogo com Simone de Beauvoir e outras falas. Salvador: NEIM/UFBA, p. 15-39, 2000.

SALIH, Sara. **Judith Butler e a teoria queer** [recurso eletrônico]. 1. ed.; 3. reimp. Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2015.

SIERRA, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. GALINDO CÁCERES, Jesús Luis. (Org.). **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México: CNCA/Addison Wesley Longman, 1998. pp. 277-345.

SILVA, Laura Wahlbrink Padilha. **A mulher e o design**: o design gráfico como ferramenta alternativa para novas relações sociais. UFPel, Pelotas, 2015.

SOUZA, Renata. **O feminicídio político de Marielle Franco**, 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/14/politica/1552562116_307529.html>. Acesso em: 21 de out. 2019.

GRAPHIK. **WD + RU**, 2015. Disponível em: <<https://www.grafik.net/category/feature/wd-ru2015>>. Acesso em 4 de nov. 2019.

UNILEVER. **The Dove global beauty and confidence report**, 2017. Disponível em: <https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report-infographic_tcm244-511240_en.pdf>. Acesso em: 10 de set. 2019.

UNITED NATIONS. **Declaration on the elimination of violence against women**, 1994. Disponível em: <<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N94/095/05/PDF/N9409505.pdf?OpenElement>>. Acesso em: 04 de nov. 2019.

UNITED NATIONS. **Glossário de termos do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5**: alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas, 2016. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2017/06/Glossario-ODS-5.pdf>>. Acesso em 4 de nov. 2019.

UNITED NATIONS. **Conheça os novos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU**, 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/conheca-os-novos-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-da-onu/>>. Acesso em 4 de nov. 2019.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e cultura**. 2. ed. Teresópolis: 2AB, 2009.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2010.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza** [recurso eletrônico]: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 1. ed. Rio de Janeiro. Editora Rosa dos Tempos, 2018.