

O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL PELA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO FEMININO

GRAPHIC DESIGN AS A SOCIAL MOBILIZATION TOOL FOR GENDER EQUALITY AND FEMALE EMPOWERMENT

PAES, Georgia Sandrini; Graduanda; Univille

georgiapaes@live.com

Gonçalves, Carolaine Ribeiro; Graduanda; Univille

carolinesilva2604@gmail.com

SANTOS, Adriane Shibata; Doutora; Univille

adriane.shibata@univille.br

PFEIFFER, Karla; Mestra; Univille

karla.pfeiffer@univille.br

Resumo

Este artigo investiga a atuação do design gráfico socialmente engajado como ferramenta de mobilização social. Analisando a interseção entre design, feminismo, ativismo social e arte urbana, o estudo examina como técnicas visuais e expressões artísticas desafiam normas e promovem reflexões sociais. A pesquisa aborda coletivos gráficos, designers e movimentos de design ativista, atuantes nesse contexto. Exemplos históricos e contemporâneos ilustram o impacto do design gráfico na sociedade, desde a luta pelos direitos civis até os movimentos feministas atuais. A discussão destaca o design ativista como uma extensão do papel do designer, utilizando diversos meios de expressão para transmitir mensagens político-sociais. Ao final, o estudo busca evidenciar aprendizados para orientar futuros projetos de design gráfico.

Palavras Chave: design social; design ativista; design gráfico e igualdade de gênero.

Abstract

This article investigates the role of socially engaged graphic design as a tool for social mobilization. Analyzing the intersection between design, feminism, social activism and urban art, the study examines how visual techniques and artistic expressions challenge norms and promote social reflections. The research addresses graphic collectives, designers and activist design movements, active in this context. Historical and contemporary examples illustrate the impact of graphic design on society, from the fight for civil rights to today's feminist movements. The discussion highlights activist design as an extension of the designer's role, using various means of expression to convey political-social messages. In the end, the study seeks to highlight lessons learned to guide future graphic design projects.

Keywords: social design; activist design; graphic design and gender equality.

1 Introdução

Ao longo da história, o design nunca se limitou à criação. Desde suas origens, esteve ligado às aspirações sociais de diferentes épocas, moldado por intenções políticas, culturais e econômicas. Através dessa lente, pode-se compreender o design como um fenômeno essencialmente social, que reflete os anseios, valores e crenças de uma sociedade em constante transformação (Braga, 2011).

O estudo aqui apresentado tem o objetivo de compreender o papel social do design gráfico e sua atuação como instrumento ativista, para que, a partir desse entendimento, se tenha clareza do seu uso enquanto ferramenta atuante nas questões que permeiam a igualdade de gênero e o empoderamento feminino. Trata-se do recorte de um projeto de conclusão de curso, cuja questão de pesquisa é: de que maneira o design gráfico pode ser empregado para sensibilizar sobre as desigualdades de gênero, promover o empoderamento feminino e contribuir ativamente para mudanças?

A investigação deste tema se torna crucial diante da persistente presença da desigualdade de gênero em diferentes esferas sociais, impactando negativamente as oportunidades, direitos, segurança e o bem-estar de mulheres e meninas (ONU Mulheres, 2020). Conforme apontado por Scott (1995) e hooks (2018), as questões de gênero transcendem determinantes biológicos, envolvendo construções sociais que exigem abordagens interdisciplinares para sua compreensão e enfrentamento. Além disso, a inclusão da igualdade de gênero na Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU, especificamente o ODS 5 (ONU BR, 2015), reforça a relevância global de ações voltadas ao tema.

Para este artigo, estruturou-se a pesquisa em três etapas: (i) estrutura e planejamento, (ii) pesquisa (composta pelo referencial teórico e análise) e (iii) síntese. Utilizou-se de ferramentas analíticas para identificar os temas de estudo, bem como para coletar e analisar os dados da pesquisa. O estudo se aprofunda na análise de coletivos gráficos, designers e movimentos de design ativista, buscando compreender os contextos e práticas utilizados. Ao final deste estudo, evidencia-se que o design gráfico não se limita a uma função estética, mas se configura como um agente transformador para a desconstrução de estereótipos, combate à discriminação de gênero e construção de uma sociedade mais justa para as mulheres.

2 Referencial teórico

A igualdade de gênero é um tema complexo, que evoluiu ao longo dos séculos e impactou as estruturas sociais. Os movimentos feministas da segunda metade do século XX foram os principais catalisadores das mudanças no papel feminino na sociedade. Essas transformações permitiram às mulheres expandir suas atividades além dos papéis de esposa e mãe (Coutinho; Menandro, 2015).

Segundo Scott (1995), a propagação do termo "gênero" e sua ênfase na diferenciação social entre homens e mulheres foram impulsionadas pelos movimentos feministas. Isso permitiu uma mudança de paradigma, em que as questões de gênero passaram a ser compreendidas além dos determinantes biológicos, com a socialização considerada um princípio explicativo central (Nuernberg, 2008). No Brasil, apenas na década de 1970 o movimento feminista efetivamente ganhou destaque, ocorrendo durante a transição para a reabertura política, desencadeando mudanças e conquistas relevantes na busca por uma nova condição para as mulheres no país (Santos; Oliveira, 2010).

Na década de 1980, o movimento feminista, já estabelecido, passou a colaborar com outros movimentos sociais, ampliando suas pautas para incluir questões como homossexualidade e igualdade racial. Diversos grupos começaram a se alinhar com as demandas feministas, que abrangiam temas como direitos reprodutivos, combate à violência contra a mulher e sexualidade (Costa, 2013). As mulheres conquistaram espaços antes exclusivos dos homens, contribuindo para uma mudança na identidade feminina. Essa transformação foi impulsionada por diversos fatores, incluindo a redefinição do papel da mulher no lar, o acesso ao controle da reprodução, o direito ao voto, a liberdade sexual, novos arranjos familiares, leis de proteção no trabalho, entre outros (Kanan, 2010).

Diante deste contexto, observa-se que, embora o tema possua raízes históricas, ele permanece extremamente relevante e contemporâneo. Em todo o mundo, há diversas iniciativas voltadas para enfrentar e conscientizar a sociedade sobre a desigualdade de gênero. Uma das mais reconhecidas é promovida pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que atua globalmente em prol do desenvolvimento sustentável. Reconhecendo a importância do tema, o PNUD incluiu a igualdade de gênero na Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015, consagrando-a como um dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Especificamente, o ODS 5, que tem como objetivo "Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas" (ONU BR, 2015).

Além de centralizar a igualdade de gênero em suas ações, o PNUD também desempenha um papel informacional sobre a questão, denunciando e destacando regiões onde ainda persistem grandes desigualdades.

De acordo com o relatório anual da ONU Mulheres (2020), existem diversas regiões onde os direitos trabalhistas das mulheres são sistematicamente negados, a violência e a exploração sexual são prevalentes, a divisão desigual de cuidados não remunerados e de trabalho doméstico é uma constante, e a discriminação de gênero ainda é uma barreira significativa. Além disso, a mudança climática global e os desastres naturais continuam a ter um impacto desproporcional sobre mulheres e crianças, acentuando ainda mais as desigualdades de gênero, o que torna o tema ainda mais preocupante. Segundo o PNUD:

Acabar com a discriminação contra mulheres e meninas não é apenas garantir um direito humano básico, é crucial para um futuro sustentável; está provado que o empoderamento de mulheres e meninas ajuda no crescimento e no desenvolvimento econômico (PNUD BR, [s.d.], web).

Para apresentar de forma qualificada as definições internacionais acordadas, a ONU Brasil elaborou glossários como ferramenta de apoio para a compreensão dos temas da Agenda 2030. Isso visa fomentar o debate e permitir ações construtivas por indivíduos e instituições. Assim, a igualdade de gênero ganha uma definição reconhecida internacionalmente. Segundo a ONU Brasil (2016, p. 17), a igualdade de gênero:

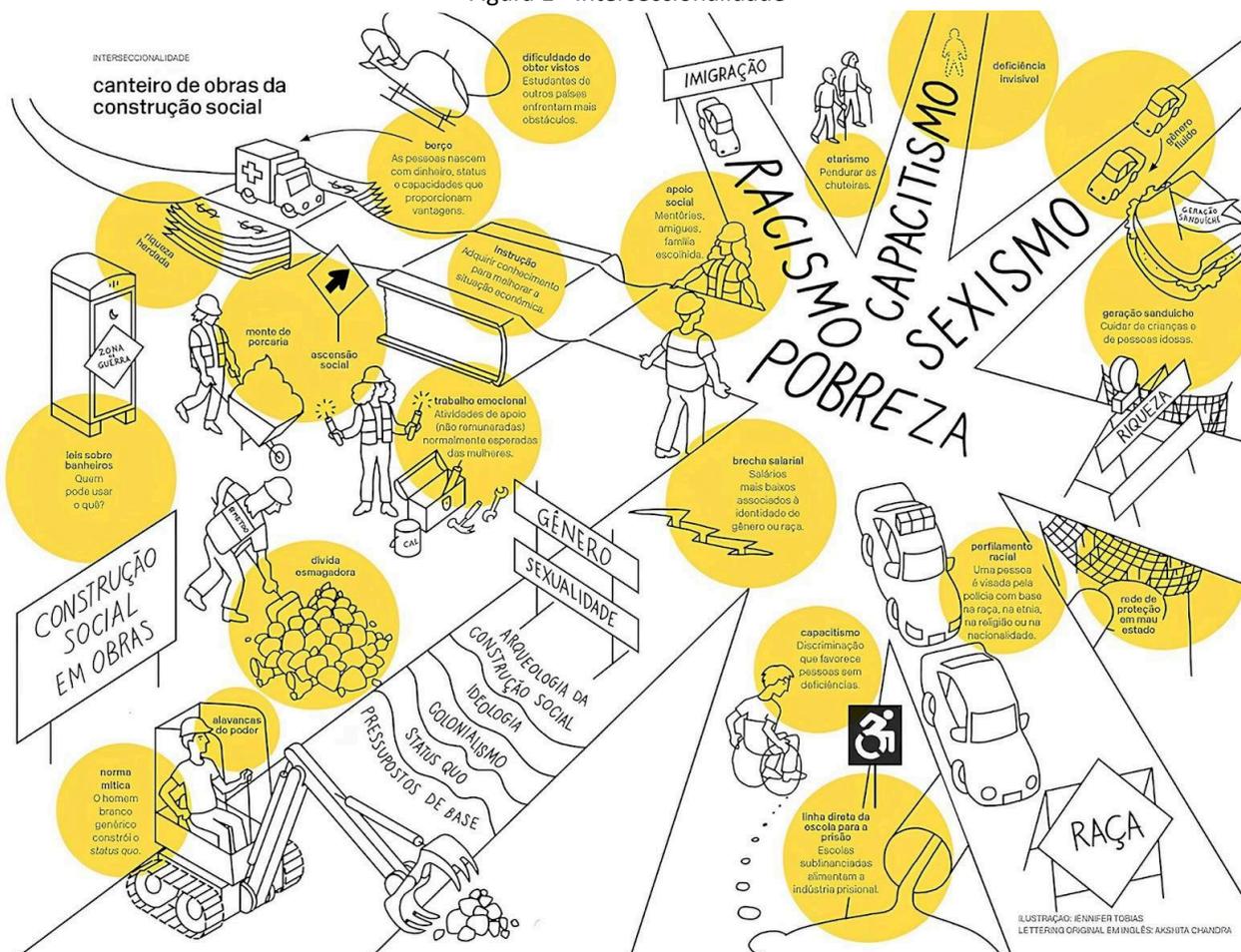
Refere-se à igualdade em direitos, responsabilidades e oportunidades das mulheres e dos homens, bem como das meninas e dos meninos. Não significa que são iguais, mas que seus direitos, suas responsabilidades e oportunidades não devem depender do seu sexo masculino ou feminino.

Ligado à busca pela igualdade de gênero, o empoderamento feminino também faz parte do tema. Segundo a ONU Brasil (2016), o empoderamento inclui liberdade de consciência e crença, participação igualitária, controle sobre a saúde, acesso a recursos econômicos e eliminação da discriminação e da violência. Promover o empoderamento requer políticas e programas com perspectiva de gênero em todos os níveis de desenvolvimento. Como uma das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a ONU enfatiza que:

O empoderamento feminino consiste em realçar a importância de que as mulheres adquiram o controle sobre o seu desenvolvimento, devendo o governo e a sociedade criar as condições necessárias para apoiá-las nesse processo, garantindo-lhes a possibilidade de realizarem todo o seu potencial na sociedade, e a construírem suas vidas de acordo com suas próprias aspirações (ONU Brasil, 2016, p. 15).

Embora existam definições internacionalmente reconhecidas, compreender a desigualdade de gênero em sua complexa rede de relações requer um olhar crítico e interseccional. Lupton (2023) utiliza a construção imagética para representar essas relações na construção social e tangibilizar as intersecções de gênero, raça e classe, conforme ilustrado na figura 1.

Figura 1 - Interseccionalidade



Fonte: Lupton (2023, p. 18).

Segundo hooks (2018), o movimento feminista foi polarizado desde o início entre reformistas, que buscavam a igualdade de gênero, e revolucionárias, que almejavam erradicar o patriarcado. A mídia patriarcal priorizou a visão reformista, mais fácil de implementar e aceita pelo público, especialmente em um contexto de mudanças econômicas, como depressão e desemprego, que favoreceram a aceitação da igualdade de gênero no mercado de trabalho.

Hooks (2018) observa que, em uma perspectiva não interseccional, onde a variável de classe não é incorporada, é compreensível que homens possam apoiar os direitos das mulheres, desde que isso mantenha seus privilégios. Nesse contexto, o feminismo reformista surge como uma via para a mobilidade social, permitindo que as mulheres busquem emancipação da dominação masculina no mercado de trabalho e maior autonomia na definição de seus estilos de vida. Apesar da persistência do sexismo, elas podem buscar maximizar sua liberdade dentro do sistema existente, contando com mulheres de status sociais mais baixos para realizar os trabalhos que rejeitam. No entanto, conforme destacado por hooks (2018, p. 15), é fundamental ressaltar que, "dentro do sistema social de raça, sexo e classe institucionalizados, mulheres negras estavam claramente na base da pirâmide econômica" .

Diante das definições internacionais sobre igualdade de gênero e das teorias feministas polarizadas, hooks (2018) identifica que a falta de clareza nas definições é um dos motivos para o declínio do movimento feminista. A autora enfatiza que recuperar e compartilhar definições claras e concisas do feminismo é essencial para revitalizar o movimento. Ela sugere a criação de diversos materiais de comunicação para divulgar a mensagem central do feminismo: a luta contra a opressão sexista.

Gonçalves (2019) define o sexismo como a imposição de estereótipos e expectativas que limitam o comportamento com base em características sexuais, resultando na diferenciação e categorização por sexo, e determinando o que é considerado comportamento adequado para cada gênero dentro de padrões socialmente estabelecidos. Nesse contexto, o design gráfico emerge como um aliado, atuando como um meio para transmitir mensagens feministas, alinhando-se à proposta de Neves (2011) de criar uma vertente alternativa do design gráfico, que se afaste de seu propósito meramente comercial e seja direcionada para a transformação social. Assim, o design assume o papel de ferramenta de questionamento e mobilização, buscando melhorias na sociedade:

Existe um design gráfico contestador e engajado, dedicado à propaganda político-social e que faz repensar o papel do designer, ampliando o contato dessa área com a sociedade. É também, uma forma de repensar o papel do design e de seus atores, promovendo a expansão do debate sobre a atuação profissional do designer com o intuito de legitimar o design gráfico socialmente engajado e torná-lo útil (Neves, 2011 p. 52).

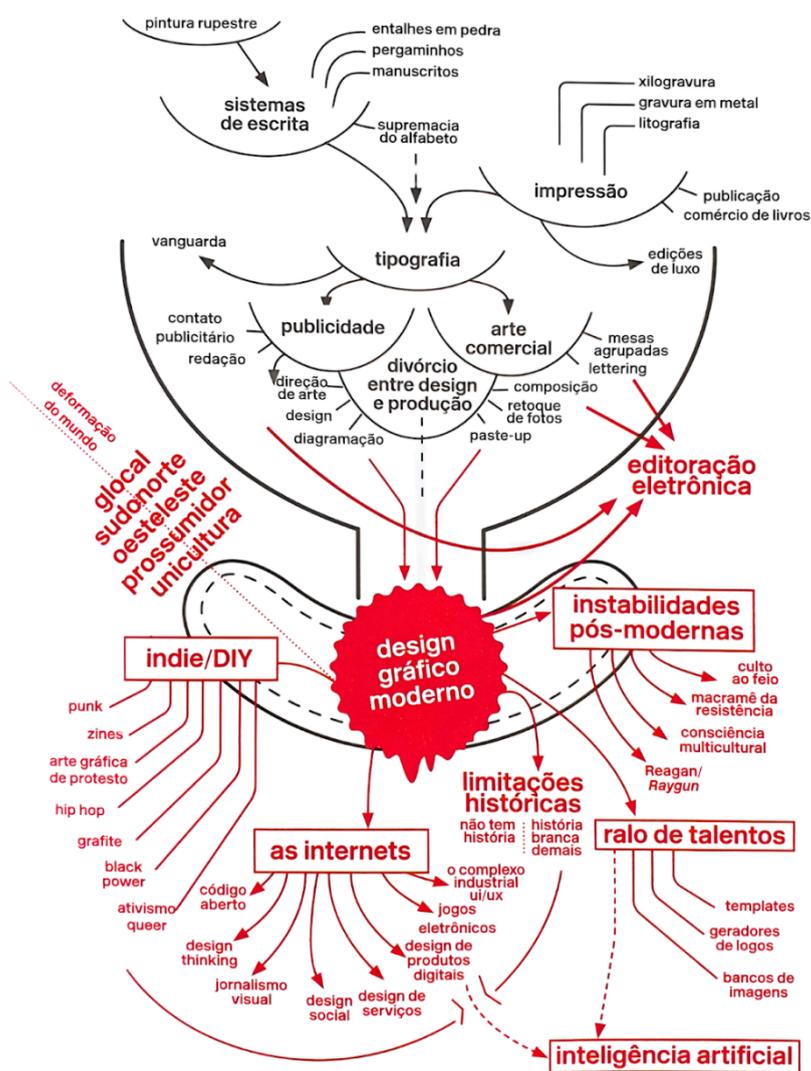
Papanek (1971), antes dos desafios contemporâneos, explorava questões e incitava a reflexão sobre o papel do design, transcendendo a preocupação estética e incorporando a responsabilidade social. Naquela época, convocava os designers a expandirem suas visões, incentivando-os a conceber soluções aplicáveis ao "mundo real". A partir dessa abordagem, o design gráfico, voltado para as necessidades fundamentais da humanidade, pode se tornar um veículo de empoderamento e transformação social, por meio da colaboração e da participação ativa da comunidade.

Por outro lado, como ativista e profissional da área de design, Lupton (2023) destaca a relevância do design gráfico nas pautas sociais, ao mesmo tempo em que chama a atenção para as

desigualdades presentes na própria produção e no acesso ao design. A autora questiona quem tem voz e visibilidade nas representações sociais criadas pelos designers e analisa como essas representações frequentemente perpetuam exclusões e marginalizações baseadas em construções eurocêntricas do design. No diagrama ilustrado (Figura 2), Lupton explora a evolução do design gráfico, demonstrando que ele se alimenta de uma ampla ramificação de referências e não de uma única teoria ou linguagem.

Figura 2 - Diagrama: o canal do nascimento do design gráfico

o canal de parto do design gráfico



Fonte: Lupton (2023, p. 83).

A partir das complexidades na produção do design e do desejo de democratizar o acesso à informação, a união entre design gráfico e arte urbana ganha relevância crescente. As ruas se

tornam espaços públicos dinâmicos e expressivos, transformando a cidade em um palco para amplificar vozes e mobilizações sociais. Essa sinergia não apenas manifesta ideias e identidades, mas também desafia normas estabelecidas, questionando e redefinindo estruturas políticas e sociais do espaço urbano. Assim, é necessário repensar o ambiente urbano como uma entidade política e cultural. Como afirmam Campos e Câmara (2019, p. 32), "Pensar a cidade enquanto artefato cultural é considerá-la também do ponto de vista político. A cidade é, sempre, uma entidade política".

O uso do design em cenários urbanos e o papel do design gráfico como instrumento de engajamento social são exemplificados a seguir, por casos com valor histórico e simbólico, enraizados em motivações sociais. Esses exemplos demonstram referências estéticas e soluções gráficas que corroboram e enriquecem o propósito deste referencial teórico.

a) Atelier Populaire

No movimento popular de maio de 1968, em Paris, o Atelier Populaire se destacou como uma iniciativa formada na Escola de Belas Artes, onde estudantes ocuparam os ateliês de impressão para produzir materiais gráficos de protesto. Os cartazes anônimos do Atelier transmitiam mensagens diretas e provocativas (exemplificadas na figura 3).

Figura 3 – Cartazes Atelier Populaire



Fonte: adaptada do Arquivo de Jean Paul Achard ([s.d], web).

Utilizando técnicas de baixo custo e tipografia artesanal, o Atelier emergiu como uma voz significativa na revolta de 1968, unindo elementos de revolução estudantil, artística e de design em favor da mudança social.

Posteriormente, alguns membros fundaram o Grapus, em 1970, uma organização de designers gráficos engajados em causas políticas e sociais, produzindo cartazes para sindicatos e para o Partido Comunista Francês, mantendo sua independência de grupos ou partidos políticos específicos (Neves, 2011).

b) Chicago Women's graphic Collective

O Chicago Women's Graphic Collective surgiu em 1970 nos Estados Unidos, apoiando o movimento de liberação das mulheres por meio da produção de cartazes. O coletivo combinava habilidades artísticas e objetivos feministas, proporcionando um espaço de expressão coletiva. Os cartazes, anônimos e característicos da linguagem gráfica dos anos 1970 (ilustrados na figura 4), eram produzidos em massa por meio da técnica de *silkscreen*. Cada peça era criada por até quatro mulheres, sob a supervisão de uma artista ou designer, promovendo troca de conhecimento.

Figura 4 – Cartazes Chicago Women's Graphic Collective



Fonte: Neves (2011 p. 67).

Além do feminismo, o coletivo abordava temas como a oposição à guerra do Vietnã e direitos sexuais e reprodutivos, em um contexto de intensa atividade social e política. Enfrentando a predominância masculina nos espaços artísticos, as integrantes buscavam reconhecimento feminino através da expressão gráfica, participando de mostras coletivas para desafiar os padrões culturais dominantes (Neves, 2011).

Para concluir, a análise teórica apresentada destacou parte da evolução histórica das questões de gênero e a relação entre design, feminismo, ativismo e arte urbana, evidenciando a capacidade do design gráfico de criar espaços de diálogo, promover a conscientização e mobilização.

3 Procedimentos Metodológicos

O estudo foi conduzido em três etapas: (i) estrutura e plano, (ii) pesquisa e (iii) síntese. Primeiramente, o percurso metodológico foi estruturado e planejado com base na pesquisa *desk* e

da pesquisa bibliográfica para o referencial teórico. Posteriormente, adotou-se a matriz CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições) para estruturar a compreensão inicial sobre o tema. Conforme descrito pela plataforma de ensino Projectool (2020), a matriz CSD visa consolidar todas as certezas, suposições e incertezas entre os membros da equipe, garantindo que todos estejam informados sobre os dados disponíveis. Em outras palavras, a matriz CSD ajudou a identificar o que já era conhecido, as incertezas e as hipóteses a serem testadas, direcionando assim os temas para a etapa de pesquisa.

Em seguida, a pesquisa foi conduzida para a etapa de identificação de coletivos gráficos, designers e movimentos que empregam o design gráfico como ferramenta de ativismo. Foram analisadas diversas fontes secundárias, incluindo artigos acadêmicos, livros, relatórios e materiais on-line disponíveis. Selecionaram-se exemplares representativos de diferentes épocas e linguagens para ilustrar a diversidade dentro do design ativista.

Reconhecendo a vasta amplitude deste campo, a pesquisa se limitou a certos escopos e temas, priorizando a seleção de exemplos que possuíam participação feminina e/ou ativismo pelos direitos das mulheres, desde a contracultura até os movimentos contemporâneos, a fim de proporcionar uma análise focada e coerente.

Por fim, a etapa de síntese consolidou os dados e informações coletadas nas etapas anteriores. Para isso, aplicou-se um quadro comparativo, que permitiu o agrupamento de exemplos de uso do design gráfico ativista, identificando contexto, práticas e padrões. A partir do quadro comparativo, desenvolveu-se um mapa conceitual, que de acordo com a plataforma Projectool (2020) pode ser usado em diferentes fases de um projeto, conforme os objetivos e necessidades específicas. Nesta etapa, ele foi empregado para sintetizar as informações do quadro comparativo, integrando os principais conceitos, práticas e padrões identificados, facilitando a visualização das interconexões entre eles e preparando as informações para a fase final do projeto.

Finalmente, identificou-se os *insights*-chave, utilizando a ferramenta cartões de *insights*, que, segundo Projectool (2020), faz parte da fase de síntese de dados em um projeto, permitindo uma visualização e análise mais clara e eficiente das informações. Assim, foram organizados e agrupados os principais achados e informações julgadas relevantes.

4 Resultados

A aplicação dos métodos e ferramentas delineados nas etapas de estrutura e plano, pesquisa e síntese resultou em evidências sobre o uso do design gráfico como ferramenta de mobilização social. Dessa forma, os resultados a seguir foram organizados por etapas para facilitar a visualização das informações.

4.1 Estrutura e Plano

Inicialmente, realizou-se a organização teórica por meio da matriz CSD (demonstrada na figura 5), que estruturou as informações levantadas na pesquisa teórica, delimitando as dúvidas e hipóteses acerca do tema.

Figura 5 – Matriz CSD

Reúna todas as **certezas, suposições e dúvidas**, antes de iniciar projetos.

www.projectool.com.br

PROJECTOOL
Matriz CSD

com ins ide exp imp

Certezas	Suposições	Dúvidas
<p>A igualdade de gênero e o empoderamento feminino são essenciais para um futuro sustentável.</p> <p>O design gráfico pode ajudar promover a igualdade de gênero e o empoderamento feminino.</p> <p>A arte urbana em espaços públicos tem um potencial significativo para amplificar vozes e promover mobilizações sociais.</p> <p>A desigualdade de gênero continua a ser uma barreira significativa em diversas regiões do mundo, inclusive no Brasil.</p> <p>O design gráfico pode ir além da função comercial e se tornar um design gráfico socialmente engajado, ampliando o contato da área com a sociedade.</p>	<p>A ampliação do uso do design gráfico para promover a igualdade de gênero pode ter um impacto significativo e positivo nas percepções públicas sobre o tema.</p> <p>As intervenções artísticas em espaços urbanos são eficazes para desafiar e redefinir normas sociais e políticas.</p> <p>A sociedade não está pronta para adotar amplamente as mensagens de igualdade de gênero; é preciso melhorar a forma de comunicar para atingir diversos públicos.</p> <p>Programas afirmativos para designers de grupos sub-representados irão necessariamente resultar em maior diversidade no campo do design.</p>	<p>Qual é a eficácia real das campanhas públicas sobre igualdade de gênero na sociedade?</p> <p>Quais são as principais barreiras que impedem a plena eficácia do design gráfico como ferramenta de empoderamento feminino?</p> <p>Qual a representatividade feminina no campo de design abordando o tema de igualdade de gênero em suas criações?</p> <p>Qual é a representatividade feminina nas intervenções urbanas, ocupando os espaços públicos?</p> <p>Como garantir que as intervenções de design gráfico atinjam todas as camadas da sociedade, especialmente as mais marginalizadas?</p>

Fonte: as autoras, adaptado de Projectool (2020).

A partir do consenso das suposições e dúvidas elencadas na Matriz CSD, obteve-se maior clareza nos critérios de pesquisa para a próxima etapa.

4.2 Pesquisa

Com a delimitação da etapa anterior, a pesquisa explorou coletivos gráficos e movimentos de design ativista, analisando a riqueza histórica e contemporânea dos exemplos selecionados. A pesquisa visual identificou diversas técnicas e formas de expressão, incluindo serigrafia, tipografia, *lettering*, cartazes lambe-lambe e outras intervenções urbanas, cada uma com sua estética e forma de transmitir mensagens.

a) See Red Women's Workshop

O See Red Women's Workshop, coletivo de design feminista em Londres, foi fundado em 1974. O coletivo buscava combater imagens negativas das mulheres na publicidade e na mídia, produzindo cartazes para o movimento de libertação das mulheres e grupos comunitários. Segundo o site de arquivo do coletivo, a troca de habilidades e o trabalho coletivo eram objetivos centrais, proporcionando a troca de experiência. Os cartazes iniciais refletiam experiências pessoais de opressão doméstica (conforme exemplificado na figura 6). A produção envolvia discussões e revisões colaborativas, sem atribuição individual de crédito.

Figura 6 – Cartazes See Red Women’s Workshop



Fonte: adaptado de See Red Womens Workshop ([s.d]).

A sobrevivência do coletivo foi dificultada pela dependência de subsídios e pelo custo da serigrafia, levando ao fechamento do grupo em 1990. O legado do See Red inclui exposições e um livro que documenta sua história e impacto (See Red Women’s Workshop, [s.d]).

b) Guerrilla Girls

As Guerrilla Girls são um coletivo ativista de design e artistas anônimas, fundado em Nova York em 1985. Conhecido por sua abordagem crítica e inovadora, o grupo luta contra preconceitos de gênero e étnicos nas artes, utilizando manchetes provocativas, visuais impactantes e dados estatísticos para desmascarar a corrupção e práticas discriminatórias.

Defensoras do feminismo interseccional, as Guerrilla Girls desafiam narrativas dominantes em suas obras (exemplificadas na figura 7) ao destacar histórias ocultas, subtextos e injustiças negligenciadas.

Figura 7 – Obras Guerrilla Girls



Fonte: adaptado de See Red Womens Workshop ([s.d]).

O coletivo realiza uma vasta gama de projetos, incluindo cartazes de rua, banners, ações performativas, livros e vídeos, disseminados globalmente (Guerrilla Girls, [s.d.]).

c) Coletivo Poro

Formado pela dupla de artistas brasileiros Brígida Campbell e Marcelo Terça-Nada, o Poro atua desde 2002 com intervenções urbanas (ilustradas na figura 8). O coletivo busca destacar sutilezas, criar imagens poéticas e trazer à tona aspectos da cidade que se tornam invisíveis pela vida acelerada nos grandes centros urbanos (Poro, [s.d], web).

Além de estabelecer discussões sobre os problemas urbanos, reflete sobre as relações entre intervenções em espaços públicos e institucionais, utilizando meios de comunicação popular para suas criações.

Figura 8 – Intervenções Coletivo Poro



Fonte: adaptado de Poro ([s.d]).

Sua atuação reivindica a cidade como espaço para a arte, levantando questões sobre os desafios urbanos a partir de uma ocupação poética dos espaços.

d) Design Ativista - Afluente Mídia Ninja

Fundado em 2018, o Design Ativista é uma rede nacional de designers que utilizam o design gráfico para promover mudanças sociais e políticas. Desafiando a visão convencional do design como ferramenta comercial, propõe uma abordagem socialmente engajada, transformando o design em instrumento de mudanças culturais, políticas e sociais. Segundo os idealizadores, a estratégia do Design Ativista se baseia em três pilares: formação técnica, política e fomento à produção de design de luta, inspirando-se em exemplos práticos de um design comprometido com questões sociais.

Por meio de cartazes, ilustrações e intervenções urbanas (exemplificadas na figura 9), o movimento visa sensibilizar o público, mobilizar ações e inspirar transformações sociais.

Figura 9 – Obras Design Ativista



Fonte: adaptado de Design Ativista ([s.d]).

Além disso, o Design Ativista organiza ações, workshops e eventos e disponibiliza recursos on-line para designers que desejam se engajar no ativismo visual (Mídia Ninja, [s.d.]).

e) Priscila Barbosa

Artista visual, designer, muralista e ilustradora brasileira. Seu trabalho (ilustrado na figura 10) investiga a iconografia da mulher contemporânea na América Latina, propondo percepções críticas dos padrões estéticos e comportamentais impostos às mulheres na sociedade. Utiliza retratos de mulheres com corpos diversos e mescla elementos domésticos com símbolos de insubordinação.

Suas obras estão entre murais e edifícios pelas cidades, além de trabalhos com ilustração e pintura, sempre mantendo a consistência em sua expressão artística (Priscila Barbosa, [s.d]).

Figura 10 – Obras Priscila Barbosa



Fonte: adaptado de Priscila Barbosa ([s.d]).

Barbosa problematiza as construções sociais e culturais da identidade feminina, utilizando design e arte como uma ferramenta de desestabilização das narrativas hegemônicas.

f) Cristina Pagnoncelli

Cristina Pagnoncelli é artista visual, designer e muralista brasileira, atualmente radicada em Curitiba. Feminista e ativista pelos direitos das mulheres, Pagnoncelli possui projetos conhecidos nacionalmente, como o calendário feminista denominado "Lute Todos os Dias" (exemplificado na figura 11). Este projeto social, criado em 2016, visa arrecadar fundos para oferecer oficinas gratuitas e outras atividades destinadas a empoderar as mulheres, além de doar lucros a grupos e instituições locais focadas nos direitos das mulheres. O projeto tem caráter colaborativo, onde as ilustrações dos meses do ano são feitas por designers e artistas convidadas, fomentando, incentivando e proporcionando visibilidade para as mulheres no campo do design.

Figura 11 – Cristina Pagnoncelli: projeto Lute todos os Dias



Fonte: adaptado de Cristina Pagnoncelli ([s.d]).

Além de seu trabalho gráfico, destaca-se como artista urbana, utilizando o espaço público para suas intervenções ativistas. Através de murais e outras formas de arte pública (representadas na figura 12), explora questões sociais e promove mensagens de empoderamento, transformando o ambiente urbano em um espaço de diálogo e reflexão (Cristina Pagnoncelli, [s.d]).

Figura 12 – Obras Cristina Pagnoncelli



Fonte: adaptado de Cristina Pagnoncelli ([s.d]).

Por fim, além dos exemplos relacionados ao design ativista, o resultado da etapa de pesquisa explorou paralelamente o potencial da arte urbana como meio de engajamento social, dado que muitos dos exemplos identificados também utilizam essa linguagem expressiva.

4.3 Síntese

Na etapa de síntese, os dados foram transformados em *insights*. O quadro de análise comparativa (exemplificado na figura 13) decompôs a informação em padrões e práticas.

Figura 13 – Análise de Comparativa

Coletivo/Artista	Contexto	Práticas	Padrões Identificados
Atelier Populaire	Protestos de maio de 1968 em Paris	Técnicas de impressão de baixo custo, produção anônima, mensagens diretas e provocativas	Simplicidade gráfica e clareza das mensagens, produção em massa e distribuição imediata dos cartazes
Chicago Women's Graphic Collective	Movimento de liberação das mulheres em 1970 nos EUA	Design colaborativo, enfoque em temas feministas e de direitos civis, uso de cores vivas e tipografia marcante	Colaboração entre as artistas, produção de cartazes anônimos, repetição de elementos visuais e mensagens
See Red Women's Workshop	Coletivo de design feminista em Londres, 1974	Produção de cartazes serigrafados, trabalho colaborativo sem atribuição individual de crédito, enfoque em experiências pessoais de opressão doméstica	Prática colaborativa, enfoque em narrativas pessoais, utilização de serigrafia para produção
Guerrilla Girls	Coletivo anônimo de artistas em Nova York, 1985	Uso de estatísticas e fatos impactantes, design provocativo, anonimato das integrantes	Combinação de dados estatísticos com gráficos provocativos, anonimato reforçando a mensagem coletiva

Coletivo Poro	Intervenções urbanas no Brasil desde 2002	Intervenções poéticas no espaço urbano, uso de elementos visuais sutis e frases	Abordagem poética e sutil, utilização do espaço público como plataforma
Design Ativista - Afluente Mídia Ninja	Rede nacional de designers no Brasil, 2018	Formação técnica e política, produção de cartazes e intervenções urbanas, uso de ilustrações e mensagens	Formação contínua e produção colaborativa, intervenções urbanas e uso de ilustrações
Priscila Barbosa	Artista visual e muralista brasileira, investigando a iconografia da mulher contemporânea na América Latina	Retratos de mulheres com corpos diversos, mesclando elementos domésticos com símbolos de insubordinação	Exploração crítica dos padrões estéticos e comportamentais impostos às mulheres
Cristina Pagnoncelli	Artista visual e muralista brasileira, conhecida por seu trabalho com lettering e tipografia feminista	Projeto social, apoio a designers femininas, murais urbanos e intervenções ativistas	Empoderamento feminino através da arte pública, promovendo o diálogo social

Fonte: as autoras.

Após analisar os dados levantados no quadro anterior, elaborou-se um mapa conceitual (ilustrado na figura 14) que integrou os principais conceitos identificados.

Figura 14 – Mapa Conceitual de Síntese



Fonte: as autoras, adaptado de Projectool (2020).

Facilitando a compreensão visual, o mapa elaborado levou à produção dos cartões de *insights* (representados pela figura 15). O resultado foi o agrupamento dos principais achados, preparando uma base de estudo para futuros projetos de design gráfico, criando um material de fácil acesso para projetos de ideação.

Figura 15 – Cartões de Insight

<p>Empoderamento Feminino através do Design Gráfico</p>	<p>Colaboração e Anonimato para Fortalecer a Mensagem Coletiva</p>	<p>Uso do Espaço Urbano como Plataforma de Expressão</p>
<p>Achado Principal: O design gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para promover o empoderamento feminino e desafiar normas sociais estabelecidas.</p>	<p>Achado Principal: A colaboração e o anonimato são estratégias eficazes em movimentos de design ativista para fortalecer a mensagem coletiva.</p>	<p>Achado Principal: Intervenções urbanas e arte de rua são ferramentas significativas para amplificar vozes e mobilizar comunidades em prol da igualdade de gênero.</p>
<p>Fonte: Priscila Barbosa, Cristina Pagnoncelli</p>	<p>Fonte: Atelier Populaire, Chicago Women's Graphic Collective, Guerrilla Girls</p>	<p>Fonte: Campos e Camara (2019), Coletivo Poro</p>
<p>Explicação: Artistas como Priscila Barbosa e Cristina Pagnoncelli utilizam o design para criar narrativas visuais que exploram a iconografia feminina, propondo percepções críticas dos padrões estéticos e comportamentais impostos às mulheres.</p>	<p>Explicação: Movimentos como o Atelier Populaire e as Guerrilla Girls utilizam o design gráfico de forma colaborativa e anônima, permitindo que a mensagem se sobreponha à autoria individual, fortalecendo o impacto do conteúdo produzido.</p>	<p>Explicação: O espaço urbano, quando utilizado como plataforma para intervenções poéticas e politicamente engajadas, permite uma maior visibilidade e impacto das mensagens.</p>
<p>Design Gráfico como Ferramenta de Educação e Conscientização</p>	<p>Interseccionalidade nas Práticas de Design Gráfico</p>	<p>Sustentabilidade e Responsabilidade Social no Design Gráfico</p>
<p>Achado Principal: O design gráfico pode atuar como uma ferramenta educativa relevante,</p>	<p>Achado Principal: A abordagem interseccional é crucial para compreender a complexidade das questões de gênero e suas interconexões com raça e classe.</p>	<p>Achado Principal: O design gráfico pode contribuir para a sustentabilidade e a responsabilidade social através da escolha de materiais e métodos de produção.</p>
<p>Fonte: Neves (2011), Papanek (1971), Lupton (2023)</p>	<p>Fonte: Hooks (2018), Lupton (2023)</p>	<p>Fonte: Papanek (1971), Lupton (2023)</p>
<p>Explicação: O design gráfico, ao ser utilizado de maneira engajada e politicamente consciente, pode questionar e transformar normas sociais. O trabalho de designers como Lupton e Papanek demonstra como o design pode ir além de preocupações estéticas para incorporar responsabilidade social.</p>	<p>Explicação: A interseccionalidade permite uma análise mais abrangente e crítica das desigualdades, considerando múltiplas dimensões de identidade e opressão. Hooks destaca a necessidade de incluir a variável de classe nas análises feministas para evitar simplificações.</p>	<p>Explicação: A escolha consciente de materiais e métodos de produção pode reduzir o impacto ambiental e promover práticas mais sustentáveis no design gráfico.</p>

Fonte: as autoras, adaptado de Projectool (2020).

Por fim, os resultados das etapas metodológicas ofereceram uma perspectiva abrangente, proporcionando a compreensão inicial do papel do design gráfico e seu potencial como ferramenta de mobilização social. Essa análise fundamenta uma discussão dedicada ao design gráfico ativista, especificamente voltado para um design que possa contribuir na luta pela igualdade de gênero e o empoderamento feminino, que constitui o objetivo central desta pesquisa.

5 Discussão

Sob a ótica do papel social do design, esta discussão propõe um olhar para o design ativista como uma extensão do papel do designer enquanto profissional. Segundo Neves (2011), o design ativista se distingue do design comercial ao se engajar diretamente em questões sociais e políticas, desafiando frequentemente o *status quo* e propondo novas narrativas.

Braga (2011, p. 16) afirma que "o design nunca é neutro no cenário social". O autor destaca que, ao longo do período moderno, sempre existiram movimentos e grupos dentro do campo do design que questionaram e discutiram o papel social desta profissão. Em diferentes épocas, esse papel foi associado a variadas interpretações e objetivos, desde a qualificação visual e cultural das mensagens comerciais até a facilitação de informações de utilidade pública e a materialização visual de mensagens de movimentos sociais e politicamente engajados, como nos anos 1960.

A evolução das tecnologias digitais nas últimas décadas criou novas oportunidades para o design ativista. A internet, as redes sociais e outras plataformas digitais permitiram que os designers ativistas conectassem pessoas de diferentes partes do mundo, criando uma rede global de apoio e engajamento, mas que não se limita ao espaço virtual. Babo (2019) evidencia que, a partir do cruzamento e entrelaçamento de comunicação e informações, emerge um ambiente onde espaços virtuais e físicos coexistem. Essa interação resulta em uma hibridização entre territórios reais e virtuais, criando novas dinâmicas de circulação comunicativa. A autora ressalta que o termo 'net-ativismo' representa uma nova modalidade de sociabilidade, que se desenvolve nas mídias participativas e nas redes sociais conectadas. Nesse ambiente, as oportunidades de expressão e disseminação são praticamente ilimitadas e as mensagens são empregadas para mobilização pública. Jenkins (2009) explora os aspectos da cultura da convergência e destaca a cultura participativa, na qual os indivíduos não são mais meramente receptores de conteúdo, mas participantes ativos na criação e disseminação de ideias. Essa convergência de meios e a participação ativa das pessoas criam um ambiente propício para o design ativista, permitindo que as mensagens se espalhem rapidamente e mobilizem ações concretas.

Quando o conceito de cultura participativa é desassociado da área mercadológica, pode ser empregado da mesma maneira na participação de ideais e, relacionando isso ao tema central da discussão, é possível compreender o potencial de transformação que o design ativista possui atualmente por meio do fenômeno participativo da internet, que viabiliza condições para o engajamento e mobilizações sociais e culturais.

O designer ativista, em um mundo convergente, não é apenas um criador de objetos, mas um construtor de discursos e um articulador de futuros possíveis, enquanto práticas sociais. Utilizando sua própria linguagem, ele defende a importância do design além da materialidade, compreendendo que o design emerge de questões de interesse social (Neves, 2011)

Entretanto, Lupton (2023) alerta que a capacidade de contar histórias e transmiti-las é uma forma de poder. Para que o design ativista possa contribuir efetivamente e alcançar as partes mais marginalizadas da sociedade, é necessário redefini-lo sob a perspectiva de diferentes origens, identidades e capacidades. Além disso, é fundamental repensar os meios de transmissão dessas mensagens, questionando: "quem tem acesso ao seu design?".

As formas de expressão visual, desde os primórdios da história humana, se estabeleceram como um instrumento poderoso para a expressão, questionamento de estruturas de poder e a promoção de mudanças sociais (Braga, 2011). Nesse contexto, cartazes, murais e outras formas de

arte gráfica assumem um papel fundamental, servindo como ferramentas de crítica social, desafiando guerras, governos e injustiças (Neves, 2009). Exemplos notáveis dessa força transformadora podem ser observados na atuação dos grupos Chicago Women's Graphic Collective e o See Red Women's Workshop, que utilizaram a arte gráfica como ferramenta essencial na luta pelos direitos das mulheres na década de 70.

Entre as diversas formas de arte gráfica, o cartaz se destaca por sua relevância histórica e cultural. Apesar da imprecisão de suas origens, conforme aponta Neves (2009), o cartaz se consolidou como uma forma de expressão artística intimamente ligada ao desenvolvimento do design gráfico. Através de imagens fortes e mensagens contundentes, os cartazes se tornaram um veículo para a contestação social, mobilizando protestos, criticando guerras e inspirando a mobilização popular.

Exemplos históricos como o Atelier Populaire, que produziu cartazes durante os movimentos sociais de maio de 1968 em Paris, demonstram o poder do cartaz como meio de expressão. O Atelier Populaire amplificou suas mensagens e as espalhou pela cidade, marcando uma geração e promovendo o pensamento crítico. E mesmo quando integrados ao cotidiano urbano, fora do contexto de protesto, os cartazes continuavam a exercer sua função comunicativa e reflexiva.

A despeito dos avanços tecnológicos no meio gráfico, o cartaz ainda se configura como ferramenta relevante para a produção gráfica ativista. Exemplos contemporâneos como o coletivo Guerrilla Girls demonstram a persistência dessa forma de expressão, evidenciando o papel que o cartaz continua a desempenhar na comunicação de mensagens de cunho social e político, como bem apontam Russell e Noble (2002, p. 9): "O cartaz é, talvez, um dos poucos lugares remanescentes para o designer gráfico onde a essência de simplicidade e funcionalidade – a redução da forma ou o uso de metáfora visual – elevam a comunicação visual à forma mais pura".

Além disso, o cartaz possui um caráter democrático de acesso; a partir dos questionamentos de Lupton (2023), torna-se necessário repensar quem tem acesso à produção do design ativista. A ocupação do espaço público com arte gráfica pode criar um diálogo contínuo com a sociedade e alcançar uma maior diversidade de públicos. Para Campos e Câmara (2019), a cidade é um organismo vivo em constante mutação. A sua natureza física se altera com o tempo, mas as transformações mais profundas residem nas dinâmicas sociais e culturais que pulsam em seu interior. É justamente essa natureza mutável que torna as cidades um terreno fértil para estas criações.

Portanto, a produção gráfica ativista em todas as suas ramificações, ganha no espaço público uma superfície para existir em toda sua pluralidade, democratizando o acesso a suas criações e possibilitando o alcance de diferentes vozes, especialmente daquelas silenciadas. Autores discorrem sobre a importância do espaço público para a comunicação informal e eventualmente transgressiva:

E por que é tão importante o espaço público para a comunicação informal e eventualmente transgressiva? Desde logo, porque, sendo este um espaço aberto e democrático, permite intervenções que, de outro modo, dificilmente seriam possíveis. [...] Quem escreve, desenha ou cola cartazes no espaço público não procura os media tradicionais ou os espaços de exposição convencionais para comunicar, recorrendo antes à paisagem urbana (Campos e Câmara, 2019, p. 31).

Em suma, a discussão aqui apresentada, organizada na perspectiva da produção gráfica ativista, não se propõe a fornecer respostas definitivas, mas sim a ampliar a perspectiva sobre o papel social do design, suas manifestações expressivas e os espaços onde estão inseridas.

6 Considerações finais

A partir da análise de diversos projetos, vislumbrou-se o potencial do design ativista como uma atividade capaz de gerar reflexões, influenciar atitudes, comportamentos e conhecimentos. O design gráfico se apresenta como um campo de atuação complexo, com o potencial de ir além da estética para se tornar um agente efetivo de transformação social. No entanto, esse processo não está isento de desafios, incluindo a persistência de desigualdades estruturais na produção do design e a necessidade contínua de uma abordagem interseccional que reconheça identidades plurais. Assim, o design gráfico não irá apenas refletir as dinâmicas sociais, mas também desempenhar um papel ativo em sua transformação.

Diante dos resultados da pesquisa, defende-se com entusiasmo a utilização do design gráfico na busca por ideais maiores, tanto na profissão quanto na sociedade. Este trabalho, portanto, serve como um convite à reflexão e à ação. É de suma importância que designers, pesquisadores e demais agentes sociais se unam em um esforço coletivo para impulsionar um design engajado socialmente, promovendo sua aplicação em diferentes contextos e áreas de atuação. Mais do que projetos pontuais, a atuação do design como uma ferramenta social pode representar um compromisso contínuo com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, amparada na criatividade, na inovação e no senso de responsabilidade social.

Ao explorar vastas possibilidades para a atuação do design como aliado na luta pela igualdade de gênero e empoderamento feminino, identificou-se a necessidade de tornar o tema acessível a diferentes públicos, democratizando o conhecimento e utilizando linguagens e ferramentas inclusivas. O design, dessa forma, torna-se um instrumento de transformação social, capaz de desconstruir estereótipos, combater a discriminação de gênero e promover a equidade.

Como bem resume hooks (2018, p. 21) em sua incansável luta feminista, todos nós almejamos o mesmo objetivo: o fim da opressão sexista. Para alcançarmos essa meta, ela nos convida a recomeçar, espalhando a mesma mensagem com força e convicção:

Vamos fazer camisetas e adesivos para o carro e cartões-postais e música hip-hop, comerciais de TV e rádio, anúncios em todos os lugares e outdoors e todas as formas de material impresso que fale para o mundo sobre feminismo. Podemos compartilhar a simples, porém poderosa, mensagem de que o feminismo é um movimento para acabar com a opressão sexista. Vamos começar por aí. Que o movimento comece novamente.

É a partir desse pensamento que conclui-se este estudo, reconhecendo-se que ele é apenas o ponto de partida para algo maior. Um farol para guiar a criação de campanhas de conscientização, produtos inovadores, ocupação de espaços públicos e soluções comunicativas de impacto social, sendo esses apenas alguns exemplos do que o design pode oferecer em prol da igualdade de gênero e do empoderamento feminino, na busca por um futuro de desenvolvimento sustentável.

7 Referências

- BABO, Isabel. Redes e Ativismo. In: DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (Org.). **NET-ATIVISMO: Redes Digitais e Novas Práticas de Participação**. Editora Papirus, 2019.
- BESTLEY, Russell & NOBLE, Ian. **Up against the wall**. Rotovision SA, 2002.
- BRAGA, Marcos. **O papel Social do Design Gráfico**. 1ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- CAMPOS, Ricardo; C MARA, Sílvia. **Arte(s) Urbana(s)**. 1ª ed. Ribeirão: Húmus, 2019. Disponível em: https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/45446967/ARTE_S_URBANA_S_DIGITAL.pdf. Acesso em: 5 jun. 2024.
- COSTA, A. A. A. **O movimento feminista no Brasil: dinâmicas de uma intervenção política**. Revista Gênero, v. 5, n. 2. 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistagenero/article/view/31137/18227>. Acesso em: 5 jun. 2024.
- COUTINHO, S. M. S. dos; MENANDRO, P. R. M. **Representações sociais do ser mulher no contexto familiar: um estudo intergeracional**. Psicologia e Saber Social, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 52-71, 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/psi-sabersocial/article/view/13538/12962>. Acesso em: 10 mai. 2024.
- CRISTINA PAGNONCELLI. **Portfolio**. Disponível em: <http://crispagnoncelli.com>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- GONÇALVES, Maria Dayanny. **O sexismo nas relações de gênero no ambiente escolar**. Universidade Federal De Campina Grande, Cajazeiras, 2019.
- GUERRILLA GIRLS. **Activist Work**. Disponível em: <https://www.guerrillagirls.com>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- HOOKS, bell. **O feminismo é para todo mundo: Políticas arrebatadoras**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.
- JEAN PAUL ACHARD. **Affiches mai-juin 1968**. Disponível em: <http://jeanpaulachard.com/mai/slider.html>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KANAN, L. A. **Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho**. Organizações & Sociedade, Salvador, v. 17, n. 53, p. 243-257, 2010. <https://www.scielo.br/j/osoc/a/Nm5NNr77WbKLT7JQhS8jZWS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 5 jun. 2024.
- LUPTON, Ellen. **Extra Bold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers**. 1ª ed. São Paulo: Olhares, 2023.
- MÍDIA NINJA. **Design Ativista**. Disponível em: <https://midianinja.org/afluyente/design-ativista/>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- NEVES, Flávia de Barros. **Contestação gráfica: engajamento político-social por meio do design gráfico**. In: BRAGA, Marcos (Org.). **O papel Social do Design Gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

NEVES, Flávia de Barros. **Design gráfico e a mobilização social:** cartazes contra a guerra do Iraque. Dissertação (Mestrado em Design). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://www.bdt.d.uerj.br:8443/handle/1/9133>. Acesso em: 3 jul. 2024.

NUERNBERG, A. H. **Reflexões sobre gênero e psicologia no Brasil.** In M. C. S. Lago & M. J. F. Toneli (Orgs.). Gênero e pesquisa em psicologia social. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.

ONU BRASIL. **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://www.undp.org/pt/brazil/publications/glossario-do-ods-5>. Acesso em: 5 jun. 2024.

ONU BRASIL. **Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5:** Igualdade de gênero. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5>. Acesso em: 5 jun. 2024.

ONU MULHERES. **O Mundo para Mulheres e Meninas:** Relatório Anual. 2020. Disponível em: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/UN-Women-annual-report-2019-2020-en.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2024.

PAPANЕК, Victor. **Design for the Real World:** human ecology and social change. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1971.

PNUD. **Objetivos 5:** Igualdade de gênero. In: PNUD. **Objetivos de desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <https://www.undp.org/pt/brazil/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/Igualdade-G%C3%AAnero>. Acesso em: 5 jun. 2024.

PORO. **Intervenções Urbanas.** Disponível em: <https://poro.redezero.org/apresentacao>. Acesso em: 15 jun. 2024.

PRISCILA BARBOSA. **Artes Visuais, Ilustração, Muralismo.** Disponível em: <https://priscilabarbosa.com/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

PROJECTOOL. **Cartões de Insight.** 2020. Disponível em: <https://www.projectool.com.br/about-3-26>. Acesso em: 15 jun. 2024.

PROJECTOOL. **Mapa Conceitual.** 2020. Disponível em: <https://www.projectool.com.br/about-3-29>. Acesso em: 15 jun. 2024.

PROJECTOOL. **Matriz CSD.** 2020. Disponível em: <https://www.projectool.com.br/about-3-28>. Acesso em: 15 jun. 2024.

SANTOS, S. M. M.; OLIVEIRA, L. **Igualdade nas relações de gênero na sociedade do capital:** limites, contradições e avanços. Revista Katálysis, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 11-19, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/HqLvNHVzXPJkDYSCHsb94hP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 mai. 2024.

SCOTT, J. **Gênero:** uma categoria útil de análise histórica. Educação & Realidade, v. 20, n. 2, p.72, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>. Acesso em: 10 mai. 2024.

See Red Women's Workshop. **Feminist Posters.** 1974-1990. Disponível em: <https://seeredwomensworkshop.wordpress.com/>. Acesso em: 15 jun. 2024.