

## DESIGN E FEMINISMO: CARTAZES (LAMBES) PELA LEGALIZAÇÃO DO ABORTO NO BRASIL

ANA GONZALEZ<sup>1</sup>; PAULA GARCIA LIMA<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – pereiragonzalezana@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – paulaglima@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo é um recorte inicial do Projeto de Graduação da autora, aluna do curso de Design gráfico da UFPel, que visa teorizar acerca do papel social do designer, especialmente no que diz respeito à luta das mulheres por direitos e propor uma campanha pela legalização do aborto no Brasil.

Para isso, inicia-se por um estudo sobre a responsabilidade social do designer em seu campo de atuação, através da leitura de BRAGA (2011). Em seguida, estuda-se sobre a história do design, para entender quando e como surgiram os primeiros cartazes, identificar suas especificidades, seu caráter comunicativo e suas formas de aplicação, a fim de aproximar-se conceitualmente destas peças gráficas que resultarão no objeto final do trabalho. Para tal, utiliza-se dos conhecimentos de HOLLIS (2000) e DENIS (2000).

Finalmente, parte-se para os estudos feministas, com o objetivo de mostrar a relevância do debate sobre a legalização do aborto, visto que é um tema reivindicado pelas mulheres desde os primórdios do movimento feminista, pois trata-se de dar à mulher o direito de decidir sobre seu próprio corpo. Neste capítulo, utilizarei autoras como SANTOS (2014), que versa sobre a história do feminismo e suas ondas; e DAVIS (2016) que aponta a importância de um feminismo interseccional e fala sobre a questão do aborto na perspectiva das mulheres negras americanas (que acredita-se ser semelhante a das mulheres negras brasileiras).

A partir dos estudos elencados acima, parte-se para a prática do Trabalho de Conclusão de Curso, que é a criação de cartazes no formato de lambe-lambes, com dizeres pela legalização do aborto no Brasil, inspirados em lambes de outras artistas brasileiras e estrangeiras, em especial das mulheres argentinas que recentemente estiveram lutando pela legalização do aborto em seu país.

### 2. METODOLOGIA

Este trabalho está dividido em uma abordagem teórica e sua aplicação prática. A parte teórica se dá a partir de uma pesquisa bibliográfica com o intuito de responder os objetivos específicos e definir os conceitos que serão base para a pesquisa, através da leitura de livros, artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses e ainda, da assistência de documentários, palestras e vídeos pertinentes à discussão do tema. Além disso, se faz necessária uma breve análise de mídias sociais (instagram e facebook) de conteúdo feminista para levantar referências teóricas e visuais sobre o tema. Após esse levantamento de dados, será feita uma revisão para interligar os temas abordados neste trabalho e apontar direções para o trabalho prático.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro capítulo do trabalho trata das discussões sobre ética profissional do designer gráfico que, conforme BRAGA (2011) apontam que os designers devem interessar-se em agregar à sociedade seus conhecimentos a fim de servir ao bem comum. Segundo FRASCARA (*apud* BRAGA, 2011) o design é “uma metodologia cujo ponto central é a intenção de transformar uma realidade existente em uma realidade desejada”. Portanto, considera-se o designer como um agente de transformações capaz de impulsionar reflexões profundas e novos hábitos. Como mulher e designer a autora aponta para um caminho de mudanças na sociedade que devolvam à mulher a autonomia e liberdade em relação a seu corpo e suas decisões.

Ainda neste capítulo, estuda-se a história do design e pode-se perceber que ao longo dos séculos, destacam-se três funções básicas das artes gráficas e do design. Conforme HOLLIS (2000) a principal delas é identificar: dizer o que é determinada coisa, ou de onde ela veio [...] Sua segunda função, conhecida no âmbito profissional como Design de Informação, é informar e instruir, indicando a relação de uma coisa com outra quanto à direção, posição e escala [...] A terceira função, muito diferente das outras duas, é apresentar e promover (pôsteres, anúncios publicitários); aqui, o objetivo do design é prender a atenção e tornar sua mensagem inesquecível. É nos pôsteres/cartazes que enfatiza-se este estudo, portanto entender suas especificidades é essencial. Para HOLLIS (2000), o pôster, como design gráfico, pertence à categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado. Pretende-se considerar estes aspectos na formulação dos cartazes para a campanha pela legalização do aborto que serão formulados mais adiante dentro da proposta de TCC.

Os avanços tecnológicos do século XIX possibilitaram o controle sobre a impressão que é um marco para o design gráfico e, posteriormente, a fotografia e o computador tornaram-se fundamentais na produção e reprodução da imagem e do texto (HOLLIS, 2000). O autor aponta ainda que no século XX, o design gráfico se desenvolveu, transformando-se em um veículo de comunicação de massa e que nos primeiros anos da revolução Russa, os pôsteres tornaram-se oradores públicos, gritando slogans visuais e ilustrando alegorias políticas. Aqui percebe-se que a função de apresentar e promover se desloca para o campo das ideias e ideais políticos, o que assemelha-se ao design social e ativista que faz parte da discussão central deste trabalho.

Em termos de estudos feministas, até o momento pode-se entender como ocorreram as primeiras três ondas do feminismo e em qual contexto histórico surgiram. Segundo SANTOS (2014) “parte-se do pressuposto de que os movimentos feministas, que surgem e se desenvolvem ao longo dos tempos, têm um lugar de destaque no amadurecimento político da humanidade”. Para ela, as abordagens feministas são múltiplas e intensas. SANTOS (2014) destaca o trabalho de Rodríguez Magda, que observa que em apenas trinta anos se passou da segunda para a terceira onda do feminismo, contrastando o feminismo da igualdade com o da diferença e assumindo características da pós-modernidade. Desta forma foi possível relativizar várias questões que chegaram por meio “do pensamento pós colonial, do multiculturalismo, da globalização e do ciberfeminismo” (SANTOS, 2014).

Para a escolha deste tema foram consideradas experiências da autora com o ativismo e com movimentos feministas, que pode constatar que a discussão sobre legalização/descriminalização do aborto é uma pauta que sempre esteve e continua estando nas manifestações que visam a libertação feminina. Abaixo alguns registros da autora em marchas feministas:



Cartaz fotografado durante a Marcha Internacional Mundos de Mulheres por Direitos, durante o 13º Mundo de Mulheres & Fazendo Gênero 11, em Florianópolis/SC, em 2017. Foto da autora.



Marcha das mulheres no “1er Encuentro de Mujeres del Uruguay”, em Montevidéu, 2017. Foto da autora.

#### 4. CONCLUSÕES

Este trabalho encontra-se em andamento, mas já se pode concluir que o design possui uma enorme capacidade para potencializar a comunicação em massa e que vem sendo utilizado dentro dos movimentos feministas para espalhar mensagens que visam a libertação das mulheres de tudo aquilo que limita suas ações individuais e coletivas. Neste sentido, espera-se que este trabalho possa utilizar bem os conhecimentos adquiridos e gerar peças que ajudem a impulsionar o movimento feminista, avançando na pauta da legalização do aborto que é uma questão de saúde pública, tão importante para que as mulheres permaneçam vivas e livres para decidirem sobre seus corpos.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, M. **O papel social do design gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

HOLLIS, R. **Design gráfico - uma história concisa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes. 2000.

DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Edgard Blucher. 2000.

SANTOS, M. G. O feminismo na história: suas ondas e desafios epistemológicos. In: BORGES, M. L.; TIBURI, M. **Filosofia - Machismos e Feminismos**. Florianópolis: Editora UFSC. 2014.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Editora Boitempo. 2016.