

o meu
gênero
dói eu!

// O DESIGN POR UMA CAUSA
PROJETO #3 // PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PROJETO

Índice

Fase Analítica	2
» Planeamento	3
» Recolha de Dados	4
» Causa	4
» Entidade	5
» Referências	6
» Mindmap	7
Fase Criativa	8
» Análise	9
» Síntese	10
» Desenvolvimento	11
Execução	14
Conclusão	20
Anexos	22

Fase Analítica

O presente projeto, O Design por uma Causa, consiste na interpretação global do conceito de projeto em design gráfico, tendo como ponto de partida a organização e criação de uma campanha de sensibilização (mensagem e suportes/canais a utilizar) para uma causa social, tornando o design como seu mensageiro.

A metodologia de trabalho apoia-se no “3 stage design process”(Fig.1) de Bruce Archer (“Systematic method for designers”, 1965).

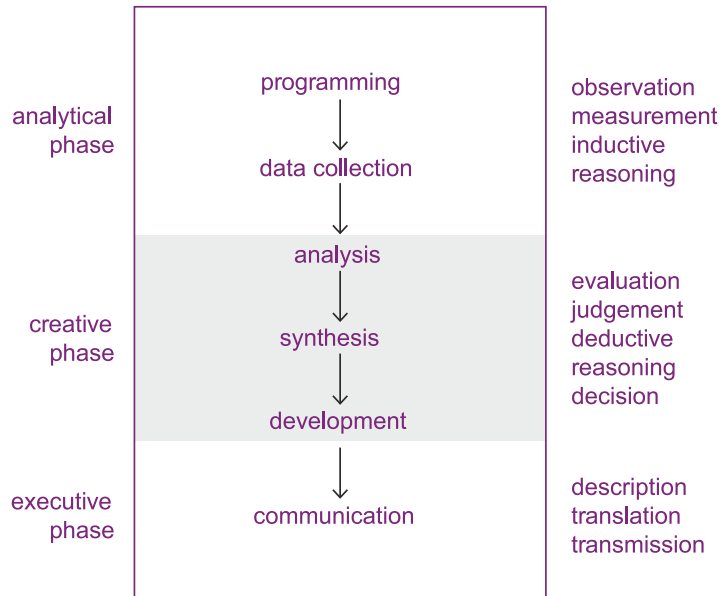


Fig.1 - Representação gráfica simplificada do “3 stage design process” de Bruce Archer (“Systematic method for designers”, 1965).



No Porto, a 22 de fevereiro de 2006, Gisberta Salce Junior, uma mulher trans, foi assassinada. Gisberta foi torturada por um grupo de jovens e posteriormente atirada para um poço. A sentença refere que esta tortura não “passou de uma brincadeira de mau gosto que terminou mal”, negligenciando os reais motivos das agressões: a transfobia. A transfobia tem sido definida como uma forma de discriminação, violência, ódio e rejeição contra pessoas trans ou contra aquelas que rompem com as normas de género socialmente impostas.

Em Portugal, o assassinato da Gisberta impulsionou a organização, quer no ativismo assim como na sociedade civil, de ações de luta e resistência às normas sociais de género, reforçando que a identidade de género é construída e que por isso, não é interna às pessoas, mas que se constrói na e pela cultura. Dez anos depois, é assim tempo e memória, de continuar a lembrar Gisberta e dar visibilidade às lutas e aos direitos das pessoas Trans. O direito a existir e a se definir como quiser.

“Assim a causa social escolhida para este projeto foi as Identidades de Género”

A identidade de género possibilita-nos (re) conhecer a diversidade de pessoas que permeia as construções sócio-culturais dos géneros. As pessoas que não se identificam com o sexo que lhes foi designado no nascimento têm sido nomeadas como “transexuais”, “transgénero” e “trans”. Em paralelo, as pessoas que se identificam com o sexo que lhes foi designado no registo de nascimento têm sido designadas (principalmente a partir do ativismo trans) como pessoas cissexuais, “cisgénero” e “cis” (Rodrigues, 2016). O termo “trans” surge a partir de um olhar crítico que reconhece a heterogeneidade das diversas identidades de género não normativas.



O Braga Fora Do Armário é um coletivo de pessoas de várias proveniências, faixas etárias, com formações em diferentes áreas, diversas profissões e/ou experiências e organizações de diferentes âmbitos. É uma rede pensada na inclusão de todas as pessoas da região minhota, independentemente do sexo, orientação sexual, identidade de género, país de origem, nacionalidade, “raça”/etnia, afiliação religiosa, partidária ou associativa.

"Braga Fora do Armário é um coletivo apartidário, sem fins lucrativos, cujo funcionamento baseia-se numa estrutura horizontal, ou seja, não-hierárquica"

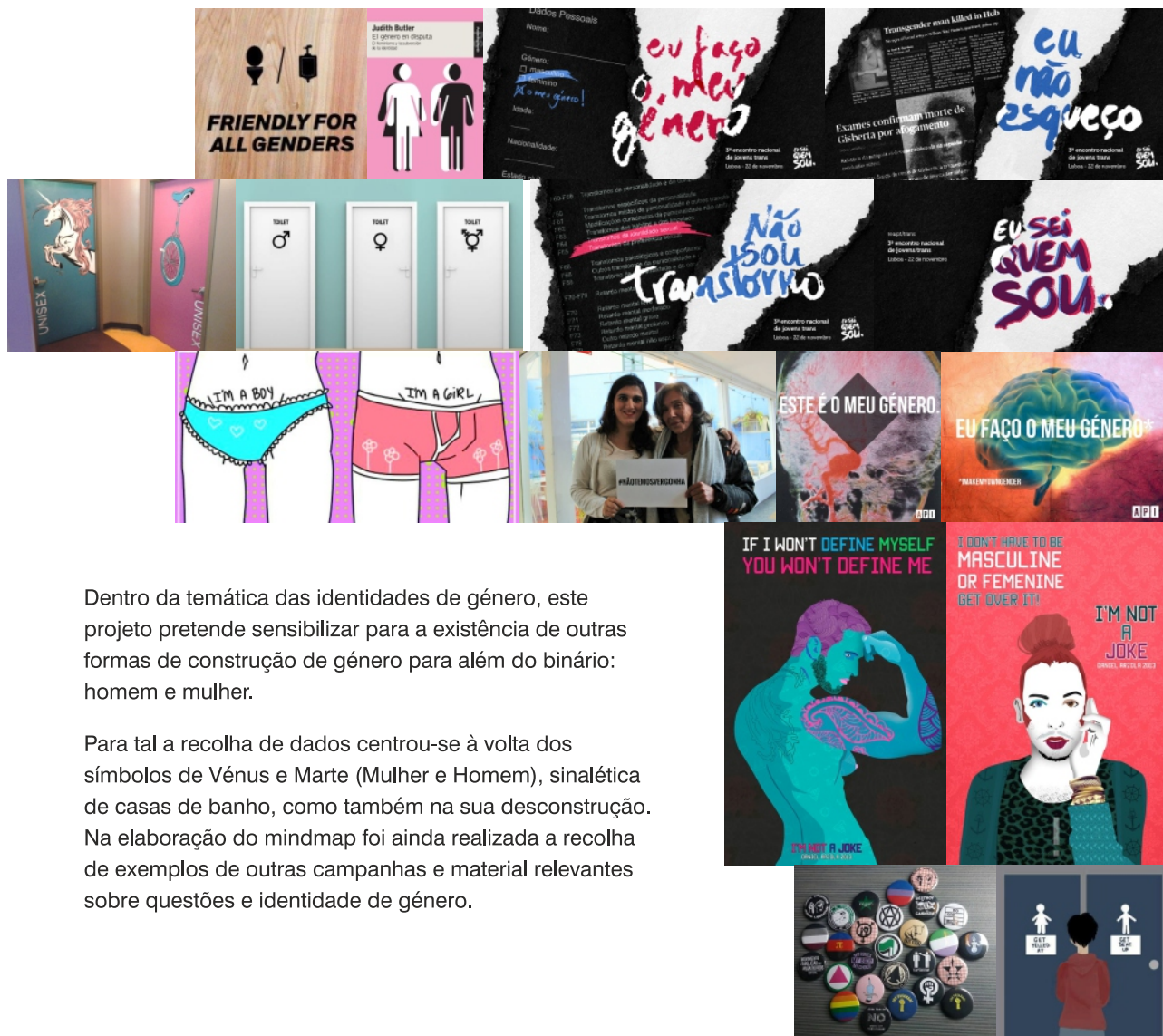
Todas as decisões têm lugar em assembleia aberta, onde cada pessoa tem direito a palavra e voto.

Tem como principais objetivos:

- Dar visibilidade e voz a todas as identidades afetivo-sexuais não normativas (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, intersexuais, assexuais, queer e pansexuais), bem como a simpatizantes, seus/suas familiares, amigos/as e companheiros/as;
- Criar condições, para que esta comunidade “minoritária” tenha um maior apoio no seu relacionamento combatendo a sua solidão e/ou o secretismo de vidas duplas.
- Dotar as pessoas de informação acerca de conceitos, noções teóricas e grelhas de leitura a respeito destas identidades. Assim como, estimular o pensamento crítico e promover uma participação cívica democrática, ativa e social e culturalmente inclusiva.
- Organizar uma Marcha anual que celebre os direitos LGBT já conquistados e prosseguir a reivindicação pelos direitos a conquistar, bem como desenvolver outras ações e atividades de forma a defender e promover os direitos LGBT.



BRAGA
FORA DO
ARMÁRIO



Dentro da temática das identidades de género, este projeto pretende sensibilizar para a existência de outras formas de construção de género para além do binário: homem e mulher.

Para tal a recolha de dados centrou-se à volta dos símbolos de Vénus e Marte (Mulher e Homem), sinalética de casas de banho, como também na sua desconstrução. Na elaboração do mindmap foi ainda realizada a recolha de exemplos de outras campanhas e material relevantes sobre questões e identidade de género.

Fase Criativa

Nesta fase, tomou-se como conceito a sinalética das casas de banho, tendo em conta, a sua idealização de binarismo de género e, como simbolismo de fator de opressão para com as pessoas que fujam a essa normatividade e usem casas de banho públicas.

Foram testadas algumas ideias de grafismo e *headline* (Fig. 2 e 3). No entanto, mediante conversas com o docente e com o convidado, Carlos Nascimento, entendeu-se que esta abordagem seria de difícil interpretação e pouco comunicativa, considerando-se ser necessária uma nova análise.

A abordagem comunicativa que mais se destacou nestas discussões foi a utilização/uso da imagem real de pessoas não binárias. Contudo, o uso de imagem de pessoas é um caminho que se tinha preterido desde o início do projeto por se considerar que a exposição de uma imagem real pudesse condicionar o público a outros estereótipos de género.



Fig. 2 - Maqueta do conceito em digital

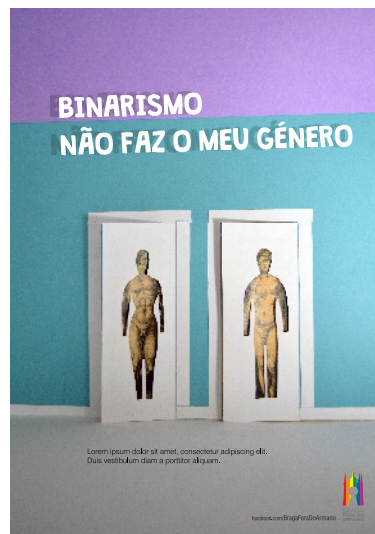


Fig. 3 - Maqueta do conceito em cartolina

Perante este novo desafio aliado à limitação de tempo em estabelecer uma ligação de confiança com as pessoas para serem retratadas para a campanha, de forma pragmática e tomando como *insight*: o interesse pelas questões de género por uma nova geração e a discussão pública do Projeto de Lei n.º 242 /XIII/1.ª - Reconhece o direito à autodeterminação de género - foi definido um novo conceito: a Selfie.

"A selfie é uma forma de auto-representação e que de forma simbólica será para cada pessoa a definição do seu próprio género."

A intenção de representação individual da construção de género será reforçada com a *headline*:
O meu género sou eu.

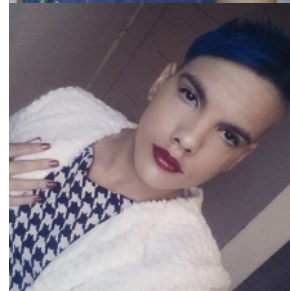
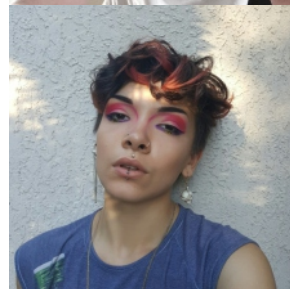
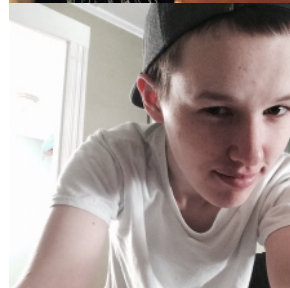
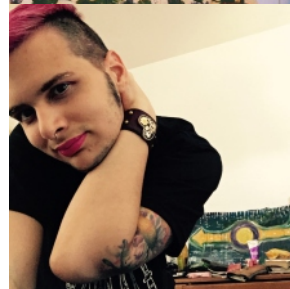




Fig. 4 - Bandeira do Movimento Não-Binario

O composição gráfica do cartaz recorre a uma linguagem jovem pelo uso de fotografia selfie, filtros “instagram” e uso de uma harmonia cromática.

Para a paleta de cores tomou-se como referencia a bandeira do Movimento Não-Binário (Fig. 4)

Para tipografia da *headline*, um tipo caligráfico como o objetivo de enfatizar a individualidade e criar dinamismo na composição. Para efeito foi escolhida a tipografia Pale Blue Eyes por imagex (Fig.5)

o meu género sou eu
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.:;'"(!?)+-/=*

Fig. 5 - Pale Blue Eyes por imagex

Com base numa primeira maqueta (Fig. 6), foram contactadas algumas pessoas que após se familiarizarem como o objetivo e conceito do projeto, mostraram-se receptivas em colaborar e enviar a sua selfie (Fig. 7).



Fig. 6 - Maquetas

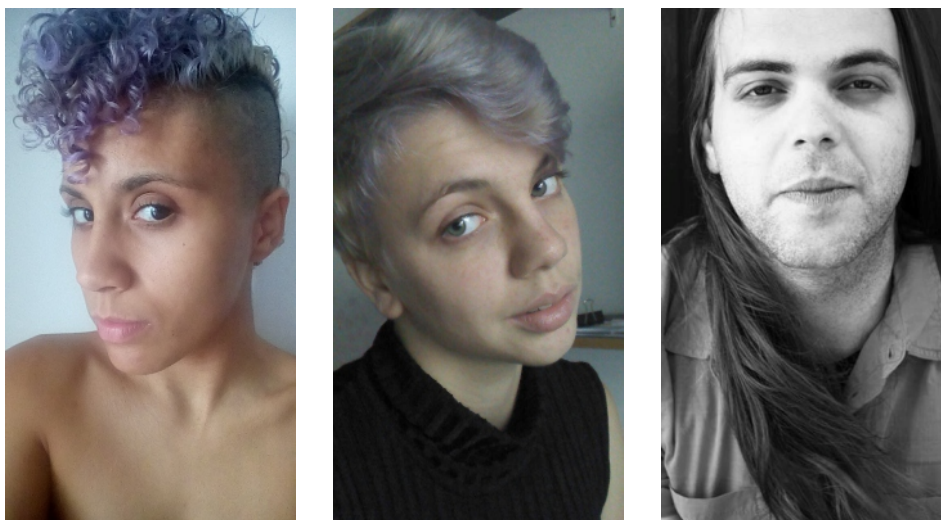


Fig. 7 - Selfies enviadas pelas pessoas

No entanto, para o cartaz e por imperativos de qualidade, recorreu-se a um banco de imagens. Para os outros suportes serão usadas as fotos das pessoas que participaram no apelo.

Relativamente aos restantes suportes da campanha serão desenvolvidas imagens para as redes sociais e criado merchandising (uma t-shirt e um pin) em consonância com o perfil de auto-financiamento e ativista do Braga Fora do Armário.

Por fim, a visita da Susana Campos Costa, foi decisiva na inclusão da exclamação na *headline* (Fig. 8), conferindo mais força reivindicativa à campanha, em consonância com o próprio trabalho do coletivo Braga Fora do Armário..



Fig. 8 - Evolução do Cartaz

Fase Execução



O GÉNERO É UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL
SÓ TU TE PODES DEFINIR

PELA AUTODETERMINAÇÃO DAS IDENTIDADES DE GÉNERO
SABE MAIS EM FACEBOOKBRAGAUFORADARMÁRIO







o meu género sou eu!

O GÉNERO É UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL
SÓ TU TE PODES DEFINIR
PELA AUTODETERMINAÇÃO DAS IDENTIDADES DE GÉNERO



o meu género sou eu!

O GÉNERO É UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL
SÓ TU TE PODES DEFINIR
PELA AUTODETERMINAÇÃO DAS IDENTIDADES DE GÉNERO



o meu género sou eu!

O GÉNERO É UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL
SÓ TU TE PODES DEFINIR
PELA AUTODETERMINAÇÃO DAS IDENTIDADES DE GÉNERO



o meu género sou eu!





Conclusão

De todos os projectos este foi o que mais abordou o lado do design comunicação e sem dúvida o projeto mais desafiante até ao momento. Pensar o design ao serviço de uma causa é deveras aliciante e uma temática que abordei com orgulho. Um projeto que valeu não só pelo meu trabalho desenvolvido mas também pela interação com os dos e das minhas colegas como também dos convidados, criando um ambiente extremamente criativo e estimulante.

Os meus receios do uso de imagem fotográfica das pessoas dissiparam-se e foi com agrado que recebi a aprovação do meu conceito pelas pessoas implicadas na campanha. Após este momento senti o trabalho fluir o que permitiu disfrutar e pensar com alguma serenidade a materialização do cartaz e diversos suportes.

Anetos



JUNHO 2016