



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

INSTITUTO DE ARTES E DESIGN

**Design Ativista: Um mecanismo para democratizar o
acesso à informação**

Júlia Almeida Rocha

Prof^a Orientadora: Silvia Resende Xavier

Janeiro de 2023

Júlia Almeida Rocha

Design Ativista: Um mecanismo para democratizar o acesso à informação

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para obtenção
de título de Bacharel em Design pelo
Instituto de Artes e Design da Universidade
Federal de Juiz de Fora.

Profª Orientadora: Silvia Resende
Xavier

Janeiro de 2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Almeida Rocha, Júlia.

Design Ativista : Um mecanismo para democratizar o acesso à informação / Júlia Almeida Rocha. -- 2023.

60 f. : il.

Orientadora: Sílvia Resende Xavier

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2023.

1. Design Ativista. 2. Comunicação Visual. 3. Design Político. 4. Aborto Legal. I. Resende Xavier, Sílvia, orient. II. Título.

Júlia Almeida Rocha

**Design Ativista: Um mecanismo para democratizar o acesso à
Informação.**

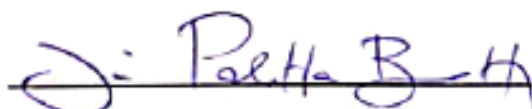
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito para obtenção de título de Bacharel em
Design pelo Instituto de Artes e Design da
Universidade Federal de Juiz de Fora.

Juiz de Fora - MG, 19 de Janeiro de 2023

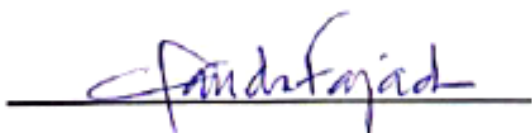
BANCA EXAMINADORA



Prof.^a Ma. Silvia Resende Xavier
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof.^a Dra Lia Paletta Benatti
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Luis Cláudio Costa Fajardo
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Esta monografia tem como objetivo clarear as relações entre design, ativismo e política, apontando conceitos e ideias já consolidadas na literatura e buscando conhecer o papel do design ativista nas práticas de comunicação visual em produções gráficas de movimentos e organizações ativistas. Para tanto, a base teórica foi construída a partir de uma revisão bibliográfica que visou a compreensão do termo design ativista e sua contextualização no cenário sociocultural brasileiro. Para examinar a participação e influência do design ativista na discussão pública nacional, foi escolhido o tema do direito ao aborto no Brasil como estudo de caso. A partir da análise de materiais gráficos disponibilizados digitalmente por diferentes instituições, com dados e informações sobre as possibilidades de abortamento no Brasil, foi possível identificar situações de atuação do design ativista. Concluiu-se que o design e o ativismo possuem muitas interseções no campo criativo e imagético e que, por isso, podem se beneficiar da correlação de suas práticas. Foi possível também, avaliar a potencialidade de produções gráficas encontradas nas plataformas online de ONGs, coletivos ativistas e movimentos feministas, que se destacaram e se posicionaram de modo mais efetivo com o suporte de ferramentas do design gráfico.

Palavras-chave: Design Ativista; Comunicação Visual; Design político; Aborto Legal.

ABSTRACT

This paper aims to clarify the relationships between design, activism and politics, pointing to concepts and ideas already consolidated in the literature and attempting to know the role of activist design in the practices of visual communication in graphic productions of movements and activist organizations. Therefore, the theoretical basis was built from a literature review that focused on understanding the term design activism and its contextualization in the Brazilian socio-cultural scenario. To examine the participation and influence of design activism in the national public discussion, the issue of abortion rights in Brazil was chosen as a case study. From the analysis of graphic materials made available digitally by different institutions, with data and information about the abortion possibilities in the country, it was possible to identify situations of activist design. It was concluded that design and activism have many intersections in the creative and imagetic fields and that, therefore, they can benefit from the correlation of their practices. It was also possible to evaluate the potentiality of graphic productions found in the online platforms of ONGs, activists and feminist movements, which highlighted and positioned themselves more successfully when supported by graphic design tools.

Key-words: Design Activism; Visual Communication; Political design, Legal Abortion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Figura 1 – Exemplos de páginas com fluxogramas (A) e com blocos de conteúdo.....	27
Figura 2 – Exemplos de páginas com fluxogramas (A) e com blocos de conteúdo (B).....	37
Figura 3 – Exemplos de páginas com tabelas (A), fluxogramas e blocos de conteúdo (B) e ilustração (C)	39
Figura 4 – Histórias em Quadrinhos Ilustrativas, Reunião da APS (A) e Eu tenho um segredo e agora? (B)	40
Figura 5 – Histórias em Quadrinhos Ilustrativas: Vou abortar, e agora?	41
Figura 6 – Exemplos de páginas com texto corrido sem o suporte de fluxogramas e ilustrações (A) e (B)	42
Figura 7 – Ilustração preenchida da capa repetida no miolo (A), variação da ilustração de capa em traço (B)	42
Figura 8 – Página com o texto da instituição "Católicas pelo Direito de Decidir" (A) e versão ampliada do cartum que acompanha a publicação (B)	46
Figura 9 – Capa do jornal (A) e versão ampliada da ilustração de mulheres reunidas (B).....	46
Figura 10 –Página inicial do site (A), Dados da criminalização (B), Espaço de depoimentos e informações (C)	48
Figura 11 – Publicação de divulgação no Facebook (A), Capa do Facebook (B)	49

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Cartilhas digitais para a análise de aspectos técnicos e visuais relacionados às práticas de design ativista

..... 36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. JUSTIFICATIVA	9
3. OBJETIVOS	9
3.1 Objetivo Geral	9
3.2 Objetivo Específico	9
4. METODOLOGIA	10
5. DESENVOLVIMENTO	10
5.1 Design Ativista, conceitos e história	11
5.2 O que é uma prática de Design Ativista	14
5.3 Intenções ativistas na construção de sua comunicação visual a partir da análise de imagens pelo direito ao aborto na Argentina	19
5.4 Contexto da discussão sobre o aborto no Brasil	23
5.5 Estudo de caso	25
5.5.1. Análise publicações governamentais e relação com design ativista e político	26
5.5.2. Outras iniciativas brasileiras de design ativista e político	44
6. DISCUSSÃO DE RESULTADOS	39
7. CONCLUSÃO	42
8. REFERÊNCIAS	43
GLOSSÁRIO	47

1. INTRODUÇÃO

O foco desta pesquisa é refletir sobre as correlações da comunicação gráfica com os movimentos sociais, entendendo que estas ficaram mais visíveis para discussão com a adesão do ativismo à internet (ALBUQUERQUE, 2018). Sabe-se que um dos produtos dos espaços digitais é a criação de imagens em diferentes contextos que se desdobram em múltiplos sentidos e interpretações, sendo elas as responsáveis por representar e transmitir a mensagem a usuários variados (VERSUTI; SANTINELLO, 2019).

Todavia, a entrada do ativismo nas redes sociais foi uma movimentação necessária para espelhar parte da militância feita na rua também no meio digital. Isso foi uma medida estratégica que permitiu dar continuidade aos debates sociais, entre adversários políticos, em um plano virtual em que as ações podem ser vistas, compartilhadas e acessadas rapidamente por mais pessoas.

Situar o design no ativismo é entendê-lo como agente participativo nas disputas políticas. Em texto de inauguração do movimento 'design ativista' no Brasil, publicado no blog do Mídia Ninja, o design é colocado como uma ferramenta importante demais para estar somente à disposição do mercado e dos poderosos (MÍDIA NINJA, 2020). Esta colocação traz o elemento central discutido na primeira parte do desenvolvimento desta pesquisa, que introduz as definições do que pode ser a atuação do design no ativismo em um contexto capitalista.

Fortalecer o impacto do design dentro do espectro ativista é considerado uma necessidade por alguns atores. A priori, o principal contexto prático do design é o da indústria e do comércio e, por isso, a maior expectativa do design ativista se concentra em transformar projetos criativos também em casos de design social e sustentável (THORPE, 2012). Já projetos ativistas e não-governamentais são direcionados majoritariamente para a resolução de problemas sociais complexos que contribuem para atender às necessidades de grupos minoritários, com problemáticas marginalizadas ou superficialmente avaliadas sob a lente de governanças.

Assim, esta monografia tem como objetivo refletir sobre o que vem se estabelecendo como prática de design ativista, design político ou design ativismo. Para tal, foi realizado um levantamento bibliográfico com o propósito de compreender o conceito e usos do termo design ativista no Brasil. A partir deste entendimento, buscou-se compreender as intenções do ativismo, avaliadas a partir do panorama fornecido pela construção de comunicação visual. Neste contexto, utilizou-se como estudo de caso a discussão e os materiais informativos sobre direitos e procedimentos relacionados ao aborto.

Este trabalho contemplou a elaboração de um glossário com termos mais relevantes para a compreensão da pesquisa, pois a utilização dos mesmos não foi considerada óbvia e há diferentes termos para tratar de conceitos que são semelhantes.

2. JUSTIFICATIVA

Refletir sobre o design ativista, termo recente, porém latente nos meios digitais, é uma forma de conhecer uma nova ramificação da área do conhecimento do design, que permite aos seus profissionais o desenvolvimento de produtos e ideias, fora do contexto comercial comum, que confrontam estruturas de poder e amplificam a participação do design nos debates políticos que podem conduzir a sociedade para caminhos cada vez mais sustentáveis e democráticos. Esta pesquisa não pretende resolver uma problemática ou delimitar todos os usos e práticas do design pelo ativismo, mas sim explorar como o uso das estruturas, produtos e processos de design podem ser fundamentais na trajetória de garantir o melhor acesso à informação pela população e de aprimorar a atuação, o alcance e efeitos de movimentos sociais militantes.

Para delimitar o campo temático da pesquisa nos estudos do design como prática ativista e evidenciar a relevância do tema, analisamos as potencialidades da comunicação visual e projetos definidos como design ativista com autores como DiSalvo (2015), Thorpe (2011, 2012), Pater (2021), Fuad-Luke (2009), Julier (2013), Albuquerque (2018), Bichler e Beier (2016), Borges (2019), Sutton e Vacarezza (2020) e Barbier (2020). Os resultados desta pesquisa buscam beneficiar e, principalmente, contribuir para a discussão do design ativista, design ativismo, como

uma ferramenta a favor de práticas democráticas impulsionadoras do acesso à informação a partir da comunicação visual digital ou impressa. Pretende-se assim, ampliar o entendimento das formas que o design gráfico se insere no ativismo, nos projetos sociais e nos debates públicos, como parte de uma ação coletiva interessada em agir politicamente e solucionar as necessidades de movimentos sociais. Espera-se que, por fim, seja possível iniciar uma identificação mais clara da presença do design ativista em materiais gráficos visuais.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

A monografia busca investigar e analisar as dimensões da contribuição do design como forma de ativismo. Para tal, é analisada a atuação do design gráfico ativista no cenário brasileiro e sua contribuição para a promoção de questões práticas, sociais e culturais para um ambiente político efetivamente participativo.

3.2 Objetivo Específico

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- (I) clarear as relações entre design, ativismo e política, apontando conceitos e ideias já consolidadas na literatura;
- (II) conhecer o papel do design ativista na comunicação visual ativista;
- (III) avaliar a contribuição de publicações nas redes sociais de perfis ativistas em democratizar o acesso à informação;
- (IV) esclarecer, com o estudo de caso, as formas que materiais gráficos que tratam do tema aborto, fornecem acesso à informação, fomentam o conhecimento de direitos pela população e cumprem com a não estigmatização de mulheres que decidem interromper a gravidez.

4. METODOLOGIA

Pesquisa de natureza exploratória que discorre sobre conceitos, práticas e acontecimentos com o suporte do levantamento bibliográfico e análise de exemplos que estimulem a compreensão do conceito e termo, design ativista, para introduzir e contextualizá-lo no cenário sociocultural brasileiro. Seguida pelo estudo de caso, focado em ilustrar a existência do design ativista, sua participação e influência na discussão pública sobre o direito ao aborto no Brasil, a partir de peças gráficas publicadas e disponibilizadas gratuita e digitalmente, no formato de apostilas com dados e informações sobre o procedimento. De modo que a pesquisa possibilite a análise das repercussões das mesmas em determinadas situações de viés político e sua capacidade de transmitir informações claras e acessíveis.

5. DESENVOLVIMENTO

A fim de definir e contextualizar a prática de design ativista, nos próximos capítulos, serão compreendidos os conceitos relacionados a cada atividade - design e ativismo - de modo que se entenda como se dá a relação entre estes campos.

Para pensar a prática de um designer como ativista é preciso evidenciar dois pontos a partir dos termos design e ativismo: o designer que atua como comunicador da informação e o ativismo que se posiciona criticamente sobre questões de caráter social, político e econômico (BORGES, 2019). Estabelecido este ponto, buscamos pesquisar sobre o termo recente, Design Ativista, que está sendo utilizado para definir e unir as dimensões de criação de imagens, produtos e serviços que comunicam e solucionam problemas da sociedade, com as ações políticas que buscam atender, combater e reivindicar os direitos e necessidades de grupos populares, questões ambientais e estruturas de governança.

5.1 Design Ativista, conceitos e história

Para Pater (2021) a atuação do design no ativismo deve resultar de um interesse anticapitalista em produzir a favor das causas sociais, servindo à comunidade e provocando estruturas de poder. Nessa mesma direção, Fuad-Luke (2009) descreve

o designer ativista como uma pessoa que usa o poder do design para o bem maior da humanidade e da natureza, agindo como um facilitador e criador. É perceptível que a aproximação do design com o ativismo gera uma tensão que é ainda maior quando compreendida sob o domínio político. De acordo com Julier (2013), o design ativista é politizado e por isso é um movimento autoconsciente e mais conscientemente responsivo às circunstâncias. Para este autor, um exemplo dessa aproximação ocorreu na Europa nas décadas revolucionárias de 60 e 70, marcadas pelo surgimento de um pensamento radical no design que foi um legado que fortaleceu as práticas do design ativista na contemporaneidade (JULIER, 2013).

Pater (2021) discute que a profissão do designer está estreitamente apropriada pelo capitalismo e que, historicamente, este sistema econômico foi capaz de encerrar diferentes formas de resistência geracionais por parte dos designers, como escrever manifestos, desenvolver campanhas anti-capitalistas e criar organizações políticas. O autor prossegue então para análise do padrão de formas de resposta dos designers a esta situação:

Os designers realizam isso doando uma pequena quantidade de tempo e recursos para as organizações sem fins lucrativos, causas sociais ou propósitos ativistas, na tentativa de fazer sua parte para mudar o mundo. A lógica é que a doação de tempo e recursos é vista como uma 'solução' para causas sociais, enquanto as estruturas de poder permanecem inalteradas (PATER, 2021, p.450, tradução nossa).¹

Deste modo, a conclusão é que o profissional do design não está desvinculado do capitalismo, pois mesmo que dedique parte de seu tempo produzindo para causas sociais ele, normalmente, ainda cumpre o papel na estrutura mercantilista atuando em uma corporação para ter sua fonte de renda (PATER, 2021). Mesmo nessa dicotomia, o designer ativista ainda tem potencial para impulsionar novas áreas de atuação que são relacionadas às crises geopolíticas, econômicas e ambientais (JULIER, 2013). Portanto, a expectativa não é a de vencer o capitalismo, mas sim a de entender que os deslocamentos provocados pelo design ativista contribuem para um viver mais ético e comunitário (PATER, 2021).

¹ Designers do this by donating a small amount of their time resources to non-profits, social causes, or activist purposes, in trying to do their part in changing the world. The logic is that a donation of time and resources is seen as a 'solution' for social causes, while the power structures stay in place (PATER, 2021, p.450).

Para compreender melhor essas questões, é preciso elucidar que atuar efetivamente a favor de mudanças sociais a partir do fazer design, é um acontecimento que pode ser observado repetindo-se através das gerações de designers, que articulados conscientemente, agem com o propósito em comum de contestar e modificar uma realidade (PATER, 2021; JULIER, 2013). Este tipo de articulação entre os profissionais da área não é recente. Em tempos de ruptura social e política, já ocorriam movimentações a partir das preocupações levantadas pelos próprios designers com o foco exclusivamente comercial que o design havia tomado (FUAD-LUKE, 2009). Há registros de grupos insatisfeitos com o papel mercadológico assumido pelo design em outras épocas. É o caso do manifesto “*First Thing First*” proclamado pelo designer Ken Garland (2008, online, tradução Agitprop - Revista Brasileira de Design), em dezembro de 1963 no Instituto de Artes Contemporâneas, em Londres, e publicado inicialmente em 1964 a favor de uma atuação mais relevante dos designers no contexto social. A relevância deste documento é atestada em conjunto com outros 22 designers, com a impressão de 400 cópias assinadas e por sua publicação e repercussão no jornal The Guardian. A parte inicial desse manifesto, indicado a seguir, demonstra o teor do discurso:

Nós, abaixo assinados, somos designers gráficos, fotógrafos e estudantes criados num mundo no qual as técnicas e o aparato da publicidade nos foram persistentemente apresentados como os meios mais desejáveis, efetivos e lucrativos para o uso dos nossos talentos. Fomos bombardeados por publicações dedicadas a esta crença, louvando o trabalho daqueles que gastaram a sua habilidade e imaginação para vender coisas como ração para gato, pós estomacais, detergente, restaurador capilar; pasta de dente listrada, loção pós-barba, loção pré-barba, dietas para emagrecer, dietas para engordar, desodorantes, água com gás, cigarros, *roll-ons*, *pull-ons* e *slip-ons*. De longe, os maiores esforços daqueles que trabalham na indústria da publicidade são desperdiçados nesses propósitos triviais, que pouco ou nada contribuem para a nossa prosperidade nacional. (GARLAND, 1964 apud PAIM, 2008, online)²

Fuad-Luke (2009) explica que o design gráfico atua no discurso e na discussão política como reflexo de uma ambição por um design responsável e, por isso, este mesmo manifesto foi atualizado e republicado em 2000 (2008, online, tradução Agitprop - Revista Brasileira de Design), comprovando a pertinência do tema e a necessidade de voltar a introduzir, na prática, uma discussão consciente sobre a responsabilidade social e ética na prática do design (ALBUQUERQUE, 2018). Um

² Fragmento do Manifesto “*First thing First*” escrito por Ken Garland, 1964. Traduzido por Gilberto Paim e publicado online pela revista Agitprop - Revista Brasileira de Design em 2008.

fragmento desta republicação mais recente comprova a expectativa de um redirecionamento do uso do design na comunicação:

Propomos uma inversão das prioridades em favor de formas mais democráticas, duradouras e úteis de comunicação – uma mudança de mentalidade que nos distanciará do marketing de produtos em direção à exploração e produção de um novo tipo de sentido. A abrangência do debate está encolhendo e precisa ser ampliada. O consumismo está vigorando sem contestação, precisando ser desafiado por outros pontos de vista expressos parcialmente por intermédio das linguagens visuais e recursos do design. (TALMAN, 1964 apud PAIM, 2008, online)³

Albuquerque (2018), em o “Design Gráfico em tempos de ativismo”, destaca que é neste período dos anos 60 que se dá início à aliança da comunicação gráfica com os movimentos sociais. Estas criações gráficas assumiram um caráter cada vez mais ativista, contracultural e coletivo, portanto, anônimas, o que acentuou o tom social e o discurso politizado dos grupos envolvidos (ALBUQUERQUE, 2018).

Para Thorpe (2011) o mecanismo mais preciso para definir o design como expressão ativista é o de utilizar os conceitos e noções já definidas pelo ativismo, de modo que a discussão posicione melhor os designers nos contextos políticos e sociais. Os fragmentos apresentados das duas versões deste manifesto demonstra que havia o interesse em desafiar e romper com padrões dominantes na comunicação, mas não havia um direcionamento claro de realizar isto com o suporte das noções ativistas (THORPE, 2011).

O mesmo ocorre quando o ativismo se apropria das ferramentas práticas do design. Fuad-Luke (2009) introduz uma definição preliminar de design e ativismo, reconhecendo que o ativismo está focado em questões sociais, ambientais e políticas e que, a teoria e prática atual do design que melhor se encaixa neste debate sustentável, é o “*design thinking*”. O autor ainda pontua que a aplicação do *design thinking* nas causas ativistas acontece tanto por designers quanto por ativistas liderados pelo design (FUAD-LUKE, 2009).

O autor propõe que uma parte do que é chamado de ‘desenvolvimento sustentável’ precisa ser contestado, pois o crescimento econômico não deve ser entendido como

³ Fragmento do Manifesto “*First thing First*” atualizado por Tibor Talman, 2000. Traduzido por Gilberto Paim e publicado online pela revista Agitprop - Revista Brasileira de Design em 2008.

a força responsável pelo progresso humano. Ele analisa uma nova abordagem de desenvolvimento, mais positiva, que busca permitir a restauração de ecossistemas mais orgânicos que questionem as noções estéticas atuais e seus valores econômicos como um fator prejudicial para a existência da sociedade (FUAD-LUKE, 2009). Esta abordagem emerge a partir das vozes de ativistas que discordam da desigualdade econômica e acreditam que um progresso capitalista é falho. Para o autor, o design faz ou deve fazer parte deste novo desenvolvimento almejado pelos ativistas, pois ele é uma forma de imaginação crítica com o potencial criativo de sugerir e realizar novas materializações. Fuad-Luke (2009, p.21, tradução nossa) descreve como o design se associa ao ativismo e suas contribuições:

O design pode criar novos memes (unidades de transmissão cultural que provocam novos comportamentos). O design pode encontrar o melhor ajuste entre viabilidade econômica, aceitabilidade ética e cultural e verdade ecológica. O design pode buscar benefícios mútuos genuínos para a humanidade e a natureza. O design pode dar vida nova ao cotidiano, reconectando o conceitual com o natural e o natural com o artificial. O design pode perguntar 'e agora?' e 'o que vem depois?'. O design pode perturbar as narrativas atuais. O design pode romper o presente com contra-narrativas. O design pode contribuir para abordagens reformistas. Ele tem a capacidade de catalisar transformações sociais.⁴

Assim, ele categoriza o que torna o design e o ativismo formas semelhantes de atuação e justifica a existência e potência de um Design Ativista. Tendo entendido as definições, contextos e as manifestações de um design ativista, agora é possível analisar o que é uma prática de design ativista.

5.2 O que é uma prática de Design Ativista

A fim de compreender o que determina um design ativista, serão apresentados, principalmente, os parâmetros analisados e definidos por Thorpe (2011) e DiSalvo (2015). DiSalvo (2015) define existências e atuações, dentro do design, que funcionam como práticas ativistas. No entanto, para entender o que este autor delimita, é preciso antes saber o uso que ele faz do termo agonismo e da expressão design adversário:

⁴ Design can create new memes (units of cultural transmission that elicit new behavior). Design can find the best fit between economic viability, ethical and cultural acceptability and ecological truth. Design can seek genuine mutual benefits to humankind and nature. Design can breathe new life into the everyday by reconnecting the conceptual with the natural and the natural with the artificial. Design can ask 'what now?' and 'what next?'. Design can disturb current narratives. Design can rupture the present with counter-narratives. Design can contribute to reformist approaches. It has the ability to catalyse societal transformations. (FUAD-LUKE, 2009, p.21)

Através de meios e formas de design, o design adversário evoca e se envolve em questões políticas. O Design Adversário é um tipo de design político. Eu uso a expressão design adversário para rotular trabalhos que expressam ou possibilitam uma perspectiva particular conhecida como agonismo. (DISALVO, 2015, p.2, tradução nossa)⁵

O agonismo é um termo que pertence à teoria política, ele é o estado de aceitação em que o desacordo e o confronto vão sempre existir nas relações políticas (DISALVO, 2015). O autor vai discutir que o desacordo e o confronto precisam existir para garantir espaços democráticos que examinem e desafiem frequentemente as crenças e fatos estabelecidos pela sociedade (DISALVO, 2015). Estes espaços são favoráveis para a atuação do design adversário e para as produções de design que se desenvolvem apoiadas no ativismo e agonismo.

É preliminar que o design não seja limitado à profissão de design, de modo que se estenda através das fronteiras disciplinares para incluir novas práticas que estejam preocupadas com a construção do ambiente visual e material de objetos, interfaces, redes, e eventos que percebam o espaço e o usuário como elementos também políticos (DISALVO, 2015). Isto caracteriza como o design adversário atua e Disalvo (2015) o define como um tipo de produção cultural que trabalha de modo agonístico para conceituar e/ou criar produtos, serviços e as experiências obtidas de ambos. Entende-se aqui que o autor não sugere o design adversário como algo à parte do design em si, mas sim como uma prática que contribua politicamente para a vida do cidadão a partir de criações que aumentem sua participação e seu engajamento consciente nos processos políticos que estão em seu entorno (DISALVO, 2015). O autor identifica como design adversário um projeto chamado “*Feral Robotic Dogs*” por Natalie Jeremijenko:

Para este projeto, Jeremijenko hackeia cachorros-robôs de brinquedo, aumentando seu tamanho com o suporte de rodas e sensores para que possam ser usados como detectores móveis de poluição de baixa fidelidade. Trabalhando com outras pessoas, ela libera esses cães-robô hackeados para encontrar riscos de exposição tóxica em áreas selecionadas. Cada liberação se torna um evento de mídia que chama a atenção para as preocupações de detectar e agir sobre a toxicidade em nosso ambiente cotidiano. Por meio do projeto *Feral Robotic Dogs*, Jeremijenko demonstra as possibilidades de se apropriar criativamente da tecnologia para novos fins e envolver o público em questões políticas por meio de coisas tecnológicas atraentes. Além de ferramentas, esses cães-robô hackeados também são

⁵ Through designerly means and forms, adversarial design evokes and engages political issues. Adversarial Design is a type of political design. I use the phrase adversarial design to label works that express or enable a particular perspective known as agonism. (DISALVO, 2015, p.2)

plataformas para questionar, contestar e reformular noções de expertise em uso de tecnologia e meio ambiente. (DISALVO, 2015, p.1, tradução nossa)⁶

A partir deste ponto estabelecido é possível associar o que o autor define como design adversário com a premissa, analisada a seguir, de um design ativista e, talvez, compreender ambos como um só ou como duas movimentações convergentes que cumprem com o agonismo.

Bichler e Beier (2016), pesquisam o uso do design gráfico pelo ativismo e comparam seu funcionamento em dois contextos: a comunicação visual ativista que utiliza dos aspectos gráficos e visuais das próprias campanhas publicitárias para subverter os valores de suas marcas e a comunicação visual ativista que está focada em educar e promover a informação. Para isso, analisam projetos gráficos, de duas organizações ativistas sem fins lucrativos diferentes. O primeiro, é um conjunto de anúncios falsos que combinam a identidade e linguagem visual de uma marca de vodka com mensagens opostas às de suas campanhas publicitárias, que incentivam o consumo de seu produto, na tentativa de conscientizar sobre os perigos e consequências do uso excessivo de álcool. O segundo, é uma revista em quadrinhos que explica o funcionamento do sistema carcerário para o público jovem, ilustrando a experiência de um personagem adolescente e negro que vivencia a experiência de ser preso e não sabe o que fazer na situação (BICHLER ; BEIER, 2016).

As autoras concluem que ambos apelam para uma mudança no comportamento e geram impacto social positivo, mas diferem os casos: no primeiro, o processo criativo da organização é o de usufruir dos elementos comerciais de marcas conhecidas para criticar ou conscientizar sobre algum tema relevante, através da manipulação, satírica ou metafórica, das imagens existentes. Isso vai determinar, como aspecto predominante do resultado, peças gráficas com uma linguagem visual

⁶ For this project, Jeremijenko hacks toy robot dogs, augmenting them with wheels and sensors so that they can be used as low-fidelity mobile pollution detectors.' Working with others, she releases these hacked robot dogs to find exposure risks in selected areas, and each release becomes a media event that draws attention to the concerns of detecting and acting on toxicity in our everyday surroundings. Through the Feral Robotic Dogs project, Jeremijenko demonstrates the possibilities of creatively appropriating technology toward new ends and engaging the public in political issues through compelling technological things. In addition to being tools, these hacked robot dogs are also platforms through which to question, contest, and reframe notions of expertise in technology use and environment. (DISALVO, 2015, p.1)

e abordagem ao público semelhante às utilizadas pelo mercado, podendo gerar um afastamento do ativismo em si (BICHLER ; BEIER, 2016).

No caso da revista em quadrinho, o fato de orientar com ilustrações e escrita transparente e popular, oferecendo informações completas sobre o sistema carcerário, como agir e evitar penalidades, configura o aspecto de democratizar o acesso a um conjunto de informações que não fazem parte do senso comum. Este é o ponto principal que vai distinguir os projetos um do outro, pois o conteúdo da história empodera os leitores e ensina como podem advogar a favor de si mesmos, o que transforma a existência da revista em um serviço para o cidadão comum (BICHLER; BEIER, 2016).

Nesta perspectiva, Bichler e Beier (2016) concordam com o Design Adversário de DiSalvo (2015), onde o design assume o papel de ultrapassar a linha da utilidade, estética e usabilidade, assumindo um outro papel maior e político a ser desempenhado em sociedade (DISALVO, 2015). Portanto, uma forma de identificar um design como ativista ou práticas ativistas que estão muito próximas da cultura do design gráfico e publicitário (BICHLER ; BEIER, 2016) é definir como ponto de partida nas criações, tecnologias, projetos e serviços analisados, uma perspectiva política com postura de desacordo, confronto, informação e essencialmente de contestamento (DISALVO, 2015).

Ao se apropriar da metodologia ativista de luta, denúncia, coletivismo e emancipação, o design ativista se difere de um design comercial, pois o centro de sua atuação passa a ser o movimento e não necessariamente a mudança (THORPE, 2011). A partir de produções sustentáveis, conscientes, inclusivas e anticapitalistas, que não são iniciativas governamentais ou comerciais, mas sim iniciativas de um coletivo ou designer, interessado em promover soluções no presente de um cidadão para outro cidadão e, por consequência, para a comunidade em que também está inserido. DiSalvo (2015), ao falar de agonismo e democracia, reforça que o agonismo é o estado de contestar constantemente. Portanto, é defensável, apesar dos estudos recentes, que o agonismo pode ser identificado como um traço do que está se estabelecendo como design ativista, entendendo que

sua preocupação parece se concentrar em solucionar problemáticas que ocorrem no presente e alcançar diversas pautas e lutas que se estendem para as redes sociais, enquanto espaço fora do controle total de governanças, leis e repreensões, para alcançar e impactar diferentes grupos (DISALVO, 2015).

O agonismo é uma condição de contestação em loop infinito. O desacordo e o confronto contínuo não são prejudiciais ao esforço da democracia, mas são produtivos para a condição democrática. Através do afeto e da expressão controversa, a democracia é instanciada e expressa. De uma perspectiva agonística, a democracia é uma situação na qual os fatos, crenças e práticas de uma sociedade são sempre examinados e desafiados. (DISALVO, 2015, p.5, tradução nossa)⁷

Mas antes de se estabelecer como ferramenta a favor e em consonância com o ativismo, o design precisa ser compreendido dentro de uma lógica que distingue o design político do design para a política. Como aponta DiSalvo (2015, p.9, tradução nossa):

Essa distinção entre a política e o político molda os propósitos do design adversário e destaca a diferença entre o design para a política e o design político. A política é o meio pelo qual uma organização, município ou estado é constituído e mantido unido. A política é uma série de estruturas e mecanismos que permitem governar. Estes variam de leis e regulamentos a hábitos tácitos, mas observados, de interação interpessoal e desempenho de crenças e valores. Diferentemente desses meios, o político é uma condição de vida – uma condição de contínua disputa entre forças e ideais.⁸

Com este ponto definido, DiSalvo (2015), especifica uma característica que permite analisar o que faz um design ser considerado um design ativista, além de pertencer e dialogar com o agonismo: ele não deve agir para a política, que seriam os conjuntos de leis, as estruturas e os mecanismos de governança, mas sim para os aspectos políticos de cidadania que estão presentes na condição de vida da população. Isso delimita que os projetos de design ativista serão reconhecidos quando estiverem dissociados de um bem-estar governamental que reflete uma

⁷ Agonism is a condition of forever looping contestation. The ongoing disagreement and confrontation are not detrimental to the endeavor of democracy but are productive of the democratic condition. Through contentious affect and expression, democracy is instantiated and expressed. From an agonistic perspective, democracy is a situation in which the facts, beliefs, and practices of a society are forever examined and challenged. (DISALVO, 2015, p.5)

⁸ This distinction between politics and the political shapes the purposes of adversarial design, and highlights the difference between design for politics and political design. Politics are the means by which an organization, municipality, or state is put and held together. Politics are a series of structures and mechanisms that enable governing. These range from laws and regulations to unspoken but observed habits of interpersonal interaction and performances of beliefs and values. Different from these means, the political is a condition of life—a condition of ongoing contest between forces or ideals. (DISALVO, 2015, p.9).

forma de controle e de uma necessidade comercial de vender, lucrar ou ser esteticamente agradável (DISALVO, 2015).

Para exemplificar, DiSalvo (2015), compara duas iniciativas: "*Design for Democracy*" e "*Million Dollar Blocks*". A primeira, é o resultado da colaboração entre o governo estadunidense e um instituto de artes gráficas, para o desenvolvimento de uma plataforma que aproximasse, a partir da interação online, o governo e seus cidadãos, com funções como o registro de eleitores e espaço para documentar e compartilhar a experiência dos eleitores com a votação nos Estados Unidos. Ou seja, o design para a política, a partir de um portal virtual de transparência que resulta em um banco de informações que dão suporte às instituições governamentais responsáveis (DISALVO, 2015). A segunda, contesta de modo explícito a realidade da distribuição geográfica criminal de quatro cidades dos Estados Unidos - Phoenix, Wichita, New Orleans e New York - mapeando a localização residencial da população carcerária. Ao invés de analisar onde ocorreu o crime e suas vítimas, Laura Kurgan faz um levantamento de onde esses carcerários vieram e consegue provar que os crimes são um reflexo da desigualdade no espaço urbano e, portanto, o investimento do governo não deveria se concentrar em medidas mais efetivas para conter o crime, mas sim em medidas para ressignificar e modificar a realidade das comunidades e periferias que os mapas apresentaram como foco maior (DISALVO, 2015).

Refletindo sobre a urgência de projetos e iniciativas que fujam das limitações de um sistema capitalista, a pesquisa de Pater (2021), concorda com a de Thorpe (2012) ao reforçar que boa parte dos trabalhos ativistas do design enfrentam problemas que são o resultado do consumismo e crescimento econômico e que o mecanismo possível para afastar as criações de design desta realidade seria seguir o caminho da mudança social por meio do ativismo no design (THORPE, 2012). A autora ainda pontua que, historicamente, os movimentos sociais são os grandes responsáveis por provocar mudanças nas situações em que a mudança é necessária, mas que pela escassez de recursos, depende de formas convencionais de poder (THORPE, 2012). Thorpe (2012) buscou responder o que os designers poderiam fazer neste cenário de consumismo, considerando que a profissão do design está ligada ao

consumismo por muito tempo e que, apesar de o bom design trazer mudanças, geralmente como algo utilizável, bonito e significativo, ele ainda não constitui ativismo em prol de grupos marginalizados ou negligenciados, mas sim de melhorias gerais na vida cotidiana para consumo, em sua maioria, privado e de acordo com o poder de compra de cada consumidor (THORPE, 2012).

O que entendemos até então é que uma prática de design ativista deve atender a necessidades que estão além de um valor comercial, deve ser política e contribuir para o meio em que atua e a comunidade presente. O projeto não precisa partir de um profissional do design para ser considerado como design político e ativista, desde que seja um projeto criativo e com postura de contestação. Além disso, os projetos de design ativista possuem um caráter de atendimento às causas minoritárias que não têm grande visibilidade pública (DISALVO, 2015; THORPE, 2012).

Para Borges (2019) a cultura visual e design gráfico são instrumentos eficazes na ampliação do espaço do discurso público, dos movimentos e protestos em que as minorias estão envolvidas com a expectativa de conquistar um lugar de fala (BORGES, 2019). Isto é possível pois ambos refletem o padrão estético do momento que materializa o contexto histórico das situações (BORGES, 2019). São com estes recursos visuais como forma de ativismo que são combatidos discursos racistas, xenofóbicos, misóginos, etc. Borges (2019) conclui que foram os símbolos criados por movimentos ativistas, os responsáveis por fortalecer a identidade dessas organizações e dar legitimidade às suas ações. Grafismos como a logo que representou todo o movimento Black Power, a pantera negra em posição de ataque desenhada na cor preta, desenvolvida pela designer Dorothy Zellner, que atravessou os anos como um reflexo de representatividade e luta de pessoas negras (BORGES, 2019).

Com esses parâmetros definidos como base para as construções gráficas inseridas no contexto do ativismo, elaboração de símbolo e cores a partir de um conjunto de características ressaltadas dos movimentos sociais independentes para compor uma identidade visual que comunica sua mensagem de luta, é que iniciamos o

entendimento sobre o uso do design gráfico por ativistas. No próximo capítulo é analisado o uso destes parâmetros, metodologias e ferramentas do design gráfico, aplicadas em imagens usadas por ativistas que lutaram pelo direito ao aborto em cenários globais, como mecanismos para melhor comunicar um tema complexo de luta popular.

5.3 Intenções ativistas na construção da comunicação visual a partir da análise de imagens pelo direito ao aborto na Argentina

É perceptível que o contexto político e social influencia diretamente a aprovação de projetos de lei que flexibilizam ou legalizam o direito ao aborto. Por consequência, discutir a temática do aborto é um processo complexo que afeta diretamente as criações e reações das iniciativas ativistas de ONGs, coletivos, sites e movimentos a existirem de modo mais efetivo para atender a mulheres que lutam pelo direito ao procedimento (SUTTON ; VACAREZZA, 2020). Alguns países são pioneiros na legalização, pois as movimentações da militância e organizações ativistas estão mais avançadas. É o caso da Argentina (VEJA, 2021), onde o resultado de mais luta coletiva permitiu maior criação e distribuição de informativos como peças gráficas digitais, impressos e cartilhas, que funcionaram como transformadores da opinião pública (SUTTON; VACAREZZA, 2020).

Sutton e Vacarezza (2020) pontuam em sua pesquisa que o discurso político é baseado, além da persuasão, na argumentação e no uso de imagens. Isto porque ele utiliza o espaço da mídia para se propagar. Por isso, em disputas políticas como o direito ao aborto, que giram em torno da complexidade de entendimento e aceitação pública, a imagem representa um papel definidor (SUTTON; VACAREZZA, 2020). Estas imagens são utilizadas tanto por aqueles que se posicionam contra o direito ao aborto quanto por ativistas em seus repertórios de protesto (SUTTON; VACAREZZA, 2020). As autoras buscaram, com sua pesquisa, analisar como os grupos feministas e de defensores do direito ao aborto legal e acessível utilizam a ferramenta das imagens a partir do levantamento de questões que avaliam os tipos de símbolo e estratégias estéticas que emergiram no território argentino, concluindo,

por fim, sobre o que foi potente e o que foi limitado nas criações visuais das organizações analisadas (SUTTON; VACAREZZA, 2020).

Para Sutton e Vacarezza (2020), os tipos de materiais visuais impressos coexistem com as imagens digitais, mas a acessibilidade permitida por computadores e celulares possibilitou que ativistas disseminassem suas perspectivas a partir de criações visuais que contornaram e confrontaram os canais midiáticos principais e públicos. Segundo Albuquerque (2018), neste mesmo raciocínio, o ambiente virtual, a partir dos anos 90, expandiu a possibilidade da comunicação através das novas alternativas para dialogar, como sites, blogs e plataformas de chat online. É neste cenário digital que as iniciativas e ações do ativismo conseguiram se desenvolver à parte do controle social (ALBUQUERQUE, 2018). A autora diferencia as táticas ativistas no decorrer dos anos, sendo a da contemporaneidade intencionada a publicar suas ações e, com o suporte do potencial alcance virtual, propagá-las ilimitadamente (ALBUQUERQUE, 2018). Mesmo no espaço democrático que os meios digitais representam, em que as discussões se antagonizam, mas não ao ponto de anular uma a outra (DISALVO, 2015), temas como a legalização do aborto sofrem com as consequências de sua complexidade que dificulta uma representação política por parte de ativistas, pois a mensagem pode ser distorcida e manipulada com facilidade (SUTTON; VACAREZZA, 2020).

Sutton e Vacarezza (2020) selecionaram organizações que se destacaram na luta pelo direito ao aborto na Argentina e coletaram das mesmas, principalmente, materiais gráficos, com exceção dos fotográficos. Entre eles, folhetos, cartões postais, livros e relatórios com gráficos e recursos de web design. Foram examinados tipos de visuais (ilustrações, pictogramas), slogans e símbolos, emoções evocadas, historicidade da imagem, se a figura da mulher foi apresentada como vítima, empoderada, individualmente ou em grupos, referência visual à lei, cidadania, democracia, voto, cenários, referência à gravidez e à experiência do aborto (SUTTON; VACAREZZA, 2020).

As autoras apontaram que boa parte do material coletado foi possibilitado pela internet e pelas plataformas online destas organizações (SUTTON; VACAREZZA,

2020). Além disso, o recorte de categorias analisou primordialmente a parte gráfica dos materiais, logo podemos entender que, apesar da pesquisa focar nas intervenções visuais das organizações ativistas argentinas, a categorização e pontos levantados podem ser reconhecidos como disciplinas e metodologias do design no processo de desenvolvimento de uma identidade visual para melhor representar um projeto a partir de um conjunto de informações como os aspectos culturais e sociais de determinado usuário.

Um exemplo de destaque, em que os elementos e conteúdos gráficos foram fundamentais para melhor consolidação e maior alcance em território argentino, é o da Campanha Nacional pelo Direito ao Aborto Legal e Seguro, criada em 2005, conhecida também por seu símbolo, o “pañuelo verde”, o lenço verde ou Maré Verde (SUTTON; VACAREZZA, 2020). Utilizar um lenço como expressão de um ideal ou luta faz parte do histórico de ativismo da Argentina, sendo o lenço branco uma referência à luta das Mães da Plaza de Mayo, que durante a ditadura militar amarravam lenços brancos nos cabelos para representar os filhos desaparecidos (BARBIER, 2020). O acessório se consolidou, portanto, como um símbolo dos direitos humanos no país e, em 2007, se estabeleceu como parte da estratégia das mulheres ativistas responsáveis por estruturar o movimento pelo direito de abortar (BARBIER, 2020). Ao falar sobre o histórico do movimento e a adoção deste símbolo visual, a autora aponta que:

A oficina de brainstorming “Contracepção e Aborto” que aconteceria todos os anos no último ENM [Encontro Nacional de Mulheres] é substituída por uma oficina intitulada “Estratégias para o direito de abortar”. A legalização do aborto torna-se um objetivo comum e a oficina pretende aprofundar as discussões sobre esse direito que muitas vezes seria bloqueado pelas rupturas dos fundamentalistas católicos. Assim, a busca por uma forma de tornar a luta visível por meio do lenço se insere em uma nova linha estratégica do movimento. (BARBIER, 2020, on-line, tradução nossa)⁹

As mulheres definiram a cor do lenço como verde por não estar associada a uma afiliação política ou religiosa existente (BARBIER, 2020). Assim como, desenvolveram uma composição do ícone do lenço branco, junto de frases

⁹ The brainstorming workshop “Contraception and Abortion” that would take place every year in the last National Women’s Convening (ENM– Encuentro Nacional de Mujeres) is replaced with a workshop entitled “Strategies for the right to abort”. The legalization of abortion becomes a common goal and the workshop aims to deepen the discussions on this right that would often be blocked by the disruptions of Catholic fundamentalists. Thereby, the search of a way to make the struggle visible using the scarf fits into a new strategic line of the movement. (BARBIER, 2020, on-line)

pensadas para provocar impacto, que foram sublimadas no tecido para atrair militantes e não militantes a usarem o acessório. O lenço ficou conhecido internacionalmente em 2018 com sua aparição na TV, chegando a esgotar devido à demanda e ao interesse de outras manifestantes que desejavam carregar também o símbolo da luta. Barbier (2020) apresenta os dois usos principais do lenço, sendo o primeiro dar visibilidade a luta cotidiana, pois diversas mulheres passaram a praticar o micro ativismo utilizando o acessório todos os dias, e segundo, contribuir para romper o tabu de manifestar opinião política a favor da descriminalização do aborto (BARBIER, 2020).

Figura 1: Fotografia de mulheres em passeata pelo direito ao aborto utilizando o "pañuelo verde"



Fonte: WILSON CENTER, 2019

Sutton e Vacarezza (2020, p.739, tradução nossa) apontam aspectos no site da campanha que fizeram com que este se destacasse de outros, alcançasse mais visitantes e fosse bem sucedido em aumentar o engajamento dos usuários:

A cor verde é parte integrante do web design da Campanha. Geralmente, essas imagens online são fotos de vários eventos ativistas onde o lenço verde é presença “obrigatória”: marchas e protestos, painéis, apresentações de livros, audiências públicas no Congresso e intervenções artísticas como grafites, murais e instalações. O site e o blog também incluem materiais não fotográficos criados intencionalmente, como pôsteres, cartões postais, anúncios e logotipos que enquadram os documentos da Campanha.¹⁰

¹⁰ The color green is integral to the Campaign’s web design. Generally, these online images are photos of various activist events where the green kerchief is a “mandatory” presence: marches and protests, panel discussions, book presentations, public hearings in Congress, and artistic interventions such as graffiti, murals, and installations. The website and blog also include intentionally crafted non photographic materials such as posters, postcards, announcements, and logos that frame Campaign documents. (SUTTON, VACAREZZA, 2020, p.739)

Ou seja, as plataformas online da campanha eram mais completas do que a de outras do mesmo meio de ativismo. Além disso, o uso das cores roxo (feminismo) e verde foram cruciais no processo de identificar o campo em que a campanha pertencia e atuava (SUTTON; VACAREZZA, 2020). A cor verde, por si só, se torna um sinal de apoio ao movimento pró-escolha, mulheres andavam com pingentes e fitas verdes (BARBIER, 2020). Sutton e Vacarezza (2020, p. 741, tradução nossa) reafirmam a importância da cor como identidade do movimento, indicando que

As cores são importantes para identificar visualmente as afiliações ideológicas e tradições de luta política. À medida que a campanha crescia, ela esculpiu um novo nicho de cor ativista: verde como a cor do direito ao aborto. Não surpreendentemente, o verde é abundante em seus materiais online (e seu uso cresceu espetacularmente nas ruas). No entanto, lembrando cenas de rua em que os ativistas às vezes usam tanto o lenço verde quanto um item roxo associado ao feminismo, o site e o blog da Campanha revelam uma conexão visual mais sutil com o feminismo por meio da cor roxa presente nos títulos.¹¹

A disseminação do lenço verde na sociedade argentina representa, portanto, uma vitória do movimento pró-escolha na luta pela mudança de mentalidade em relação ao status e ao papel da mulher nela inserida (BARBIER, 2020). Para as mulheres que planejaram os atos da campanha foi uma comprovação da eficiência estratégica do lenço como símbolo, o surgimento do lenço azul que, junto da frase "vamos salvar as duas vidas", representou a reação da oposição pelo direito ao aborto e seu propósito frustrado de neutralizar o progresso adversário da Campanha Nacional pelo Direito ao Aborto Legal e Seguro (BARBIER, 2020). Ao refletir sobre os desdobramentos da luta bem sucedida na Argentina, Barbier (2020, online, tradução nossa) confirma a relevância do símbolo ao indicar sua adoção em outros contextos:

Finalmente, com base em seu sucesso, o lenço verde foi retomado e adaptado por organizações que defendem o direito ao aborto no Chile, México, Colômbia, Equador, etc. Como símbolo de uma luta compartilhada e global, este objeto reúne, hoje em dia, grande parte das feministas latino-americanas.¹²

¹¹ Colors are important to the visual identification of ideological affiliations and traditions of political struggle. As the Campaign grew, it carved out a new activist color niche: green as the color of abortion rights. Not surprisingly, green abounds in its online materials (and grew spectacularly on the streets). Yet reminiscent of street scenes where activists sometimes use both the green kerchief and a purple item identified with feminism, the Campaign's website and blog reveal a subtle visual connection with feminism through the color purple in titles. (SUTTON, VACAREZZA, 2020, p.741)

¹² Finally, building on its success, the green scarf has been taken up and adapted by organizations advocating the right to abortion in Chile, Mexico, Colombia, Equator, etc. As a symbol of a shared and

Em dezembro de 2020, após 8 apresentações de projetos de lei pela Campanha Nacional pelo Direito ao Aborto Legal e Seguro (INSTITUT DU GENRE EN GÉOPOLITIQUE, 2020), o Senado argentino aprovou a *Lei N° 27.610 Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), obligatoriedad de brindar cobertura integral y gratuita* (ARGENTINA, 2021), que legalizou o aborto até a 14ª semana de gestação com cobertura integral, gratuita e com margem mais ampla do que o esperado na descrição de direitos estabelecidos. Paralelamente, o Congresso argentino também aprovou a ‘Lei dos 1.000 dias’, que apoia mulheres de setores vulneráveis que optarem por levar adiante a gestação, de modo que as dificuldades econômicas não motivem o aborto (VEJA, 2021).

Essas são as consequências de um ativismo persistente e bem estruturado visualmente. Os símbolos somados ao repertório do movimento sintetizam e traduzem visualmente as dimensões das reivindicações políticas do aborto (SUTTON; VACAREZZA, 2020). Sutton e Vacarezza (2020), pontuam que o uso das histórias políticas locais foi importante, mas que a legitimidade de movimentos como o do lenço verde é ainda maior quando somada às estratégias ativistas da campanha (cor, símbolo e identidade visual).

Retomando os pontos que foram definidos para análise das organizações e a conclusão de que eles fazem parte da metodologia e prática do design gráfico, as autoras denotam que a cor verde foi fundamental e tornou-se um marcador. O lenço verde, enquanto símbolo, fortaleceu a campanha a tal ponto que as imagens circularam prolificamente nas mídias sociais. O espaço digital ofereceu um terreno fértil para a luta política se desenrolar por meio de imagens, comprovando que o uso de imagens somado à identidade visual foi um método efetivo para impulsionar esta causa ativista. Entender isso é urgente para seguir promovendo os objetivos de movimentos focados em justiça social. Além disso, embora o símbolo do lenço não represente uma parte do corpo da mulher, pôde ser utilizado livremente junto ao corpo das manifestantes e, por isso, se diferiu do repertório visual de grupos

global struggle, this object reunites, nowadays, a big part of Latin-American feminists. (BARBIER, 2020, on-line)

antiaborto, ou seja, não foi estigmatizante e não romantizou a gravidez ou o feto (SUTTON; VACAREZZA, 2020).

Por fim, a campanha é o recorte de um exemplo em que o ativismo se beneficiou ao integrar ferramentas e estratégias do design gráfico, resultando em uma forma de design ativista que auxiliou no processo de expandir a discussão a nível público e popular de um tema complexo.

5.4 Contexto da discussão sobre o aborto no Brasil

Abortar no Brasil é crime previsto nos artigos 124 a 126 do Código Penal (MACHADO, 2020). Porém, o artigo 128 traz as possibilidades legislativas para que médicos pratiquem o aborto sem que sofram punições (MACHADO, 2020) e pode ser realizado legalmente em 3 exceções: gravidez decorrente de estupro, quando há risco de morte para a mãe ou no caso de anencefalia do feto (ARTIGO19, 2018). Por ser considerada uma prática ilegal, debater o tema aborto nos espaços públicos é estigmatizado, principalmente porque as discussões e decisões sobre este direito estão concentradas nas opiniões de grupos conservadores e religiosos (JOTA, 2022).

Como consequência da estigmatização, são ainda maiores as restrições quanto à interrupção da gravidez no país que enrijecem ou deixam de ampliar as exceções na lei ou a aprovação de projetos de lei que lutam pela descriminalização da prática (JOTA, 2022). Além disso, neste cenário, o artigo 128 do Código Penal não é de amplo conhecimento público e poucas mulheres estão cientes dos seus próprios direitos nessas situações específicas (ARTIGO19, 2018). Portanto, no Brasil, a possibilidade de interromper a gestação, mesmo nos casos previstos legalmente, não pode e nem deve ser classificada como um direito plenamente garantido às mulheres (ARTIGO19, 2019). Este é um fator relevante para a saúde pública que deveria receber mais atenção. É preciso reconhecer que, enquanto as mulheres estiverem desinformadas sobre seus direitos previstos em lei e não forem bem acolhidas e bem atendidas nos hospitais, optam por meios inseguros (GIUGLIANI et al., 2019).

A ilegalidade que cerca o procedimento favorece também a escassez e subnotificação de dados sobre o tema em território nacional. Neste contexto, um dos principais documentos sobre o tema é a Pesquisa Nacional de Aborto de 2016, feita pela organização não-governamental Anis – Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero e pela Universidade de Brasília (UnB) (JOTA, 2022). Os resultados indicaram que 1 em cada 5 mulheres, aos 40 anos já realizou, pelo menos, um aborto e que, no ano de 2015, aproximadamente 416 mil mulheres fizeram o procedimento no Brasil.

Ficou comprovado na Pesquisa Nacional de Aborto 2016, que o aborto é um fenômeno frequente e persistente entre as mulheres de todas as classes sociais, grupos raciais, níveis educacionais e religiões (DINIZ; MEDEIROS; MADEIRO, 2017). No entanto, um aspecto crítico que reforça a necessidade de luta pela legalização do abortamento é o fato de que são as mulheres pretas, pardas, amarelas e indígenas, com menor escolaridade e menor renda, as maiores prejudicadas pelos riscos do aborto inseguro. Isso posiciona, no contexto de ilegalidade, clandestinidade e insegurança as mulheres pobres, negras e jovens como as que estão também mais susceptíveis aos riscos de adoecimento e óbito (GIUGLIANI et al., 2019).

Na busca por combater a realidade nacional de desinformação sobre o aborto, a situação atual reflete a luta, principalmente, por parte de organizações não-governamentais. As ONGs estão à frente na pesquisa do aborto, inclusive de órgãos governamentais, no incentivo à produção de materiais informativos, criação de plataformas online mais completas, abertura de canais de atendimento digitais e na capacitação de funcionários da saúde para melhor acolher e orientar mulheres que desejam interromper a gravidez (ARTIGO19, 2019). De modo que essas ações contribuam tanto para o desenvolvimento de políticas públicas que não se limitem apenas à reprodução de orientações vagas e conscientização de mulheres, por parte de equipes médicas e instituições de saúde, quanto para a criação de espaços abertos ao diálogo sobre as decisões relacionadas à vida sexual e reprodutiva da parcela populacional que pode engravidar (ANIS, 2021).

Uma pesquisa do Artigo 19 (2019) mapeou o acesso à informação sobre os procedimentos para o abortamento nos serviços de saúde, entrando em contato com 176 hospitais distribuídos nos 26 estados do Brasil. Como resultado, a pesquisa registra que 76 hospitais confirmaram a realização do procedimento de aborto legal, 64 afirmaram que não fazem o aborto legal e 35 hospitais não responderam às tentativas de contato das pesquisadoras. Para os casos previstos em lei, qualquer estabelecimento com equipe especializada e estrutura para ginecologia e obstetrícia tem a obrigação de realizar o procedimento. Este fato, por si só, já é negativo, mas também foi possível concluir que as equipes dos hospitais não estão plenamente capacitadas sobre o tema, tornando o atendimento falho e o acolhimento dificultado (ARTIGO 19, 2019).

Portanto, definida e contextualizada a situação das mulheres frente ao aborto no Brasil, pode-se concluir e vislumbrar a partir do que foi trazido e informado sobre design ativista, design político e processos de comunicação visual nos movimentos ativistas, que o design ativista pode contribuir para combater a desinformação com desenvolvimento de projetos criativos. Esta análise foca nas situações de desinformação relacionadas às práticas atuais. Apesar de importante, a discussão sobre ampliar direitos não faz parte do escopo deste trabalho.

5.5 Estudo de caso

Neste capítulo analisaremos iniciativas e materiais produzidos em território nacional sobre o direito ao aborto, refletindo sobre possíveis contribuições dos materiais digitais disponíveis gratuitamente em sites de órgãos governamentais, não-governamentais e outras iniciativas que também discutam o tema com o propósito de informar. Entendemos que as possibilidades para realização do aborto no Brasil já possuem estruturas definidas e que os projetos de lei existentes permitem o aborto legal, mesmo que ainda restrito, para mulheres nas situações previstas.

Todavia, há muita desinformação e dificuldade para que mulheres naveguem até esses direitos e que o mesmo se estabeleça como debate e conhecimento público com maior alcance. Por isso, e também a partir das conclusões anteriores e

resultados exemplares da campanha pró-legalização do direito ao aborto na Argentina, o design ativista pode ser uma ferramenta para auxiliar que mulheres tenham mais segurança a partir do acesso à informação, tanto para conhecer os direitos previstos em lei, quanto para emancipá-las enquanto cidadãs capazes de lutar e manifestar a favor da desestigmatização e possível ampliação de um direito legítimo.

Ao buscar sobre materiais e peças gráficas com informações sobre aborto no Brasil, identificamos diferentes publicações em formato de apostila, produzidas por diferentes entidades. Destacamos três destas apostilas para fazer um estudo comparativo: (I) o guia de Atenção Humanizada ao Abortamento (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005) lançado pelo Ministério da Saúde em 2005 ; (II) a cartilha Gravidez Indesejada na Atenção Primária à Saúde (ANIS, 2021) lançada pelo Instituto Anis de 2021; (III) o manual de Atenção Técnica para Prevenção, Avaliação e Conduta nos Casos de Abortamento (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022) lançado pelo Ministério da Saúde em 2022.

Nessas publicações, iremos analisar aspectos visuais e características que podem ser categorizados como design ativista, design político ou para política. As apostilas foram publicadas em diferentes períodos e foram analisadas cronologicamente. Duas delas publicadas pelo Ministério da Saúde nos anos de 2005 e 2022, e uma delas publicada pelo Instituto de Bioética, uma entidade feminista e não-governamental, em 2021.

5.5.1. Análise de publicações governamentais e a relação com o design ativista e político

Inicialmente, para entendimento do propósito e da abordagem de cada cartilha, é preciso considerar o momento em que cada cartilha foi publicada e, especialmente, as influências do contexto político e os avanços e retrocessos em seu conteúdo, que é a base para todo o desenvolvimento gráfico.

A cartilha I de nome "Atenção Humanizada ao Abortamento" (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005), foi o quarto caderno da "Série de Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos" e a primeira edição com o tema aborto, lançada no conjunto de

cadernos que apresentavam as "Normas e Manuais Técnicos" sobre temas variados da área da saúde. Apesar do contexto nacional de estigmatização do aborto, esta cartilha estava avançada quando consideradas as informações apresentadas com referências técnicas e científicas, título acolhedor e um capítulo inteiro dedicado para tratar dos artigos previstos em lei, 124 a 126 e, principalmente, o 128 em que o aborto é tratado como prática legal.

Em 2021 o Instituto Anis adicionou em sua biblioteca digital a cartilha II "Gravidez Indesejada na Atenção Primária à Saúde - As dúvidas que você sempre teve, mas nunca pôde perguntar" (ANIS, 2021). O material foi divulgado para acesso gratuito nas redes sociais da organização. Fundado em 1999, o Anis é a primeira organização não-governamental, sem fins lucrativos, voltada para a pesquisa e atividades focadas em incidência política, litígio estratégico e projetos de comunicação sobre violações e defesa de direitos, em campos como direitos sexuais, direitos reprodutivos, deficiência, saúde mental, violências e sistemas penal e socioeducativo (ANIS, [s.d.]).

Além disso, foi ele o responsável pela Pesquisa Nacional do Aborto – PNA, que revelou que 1 em cada 5 mulheres brasileiras fez pelo menos um aborto até os 40 anos (ANIS, [s.d.]). A cartilha é a mais bem estruturada das três avaliadas. O conteúdo da pesquisa é inteiramente científico e técnico, mas utiliza de uma linguagem compreensível e conta com o suporte de ilustrações, desenhos ilustrativos e ao final do documento uma série de histórias em quadrinhos. Destinada principalmente a profissionais que trabalham com a Atenção Primária à Saúde (APS), o instituto incentivou a leitura e uso por profissionais do direito, da educação e da assistência social, por ativistas de Direitos Humanos e coletivos feministas e por pacientes (ANIS, [s.d.]).

Por último, a cartilha publicada pelo Ministério da Saúde em 2022 de título "Atenção Técnica para Prevenção, Avaliação e Conduta nos Casos de Abortamento" (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022), considerada polêmica por sustentar o discurso de que o aborto legal não existe no Brasil e, portanto, todo aborto é crime (DUARTE, 2022). A cartilha ficou temporariamente disponível na Biblioteca Virtual em Saúde do

Ministério, todavia, com a reação de pesquisadores sobre o aborto no Brasil, o documento ficou definido como um equívoco jurídico de argumentação fanática e problemática, pois, ao defender a existência da vida desde a concepção, criminaliza o direito ao abortamento previsto em lei e vai na contramão dos movimentos de vários países da América Latina que seguem descriminalizando a interrupção da gravidez (DUARTE, 2022).

A publicação desta cartilha provocou reação de coletivos feministas, da Frente Nacional contra a Criminalização das Mulheres e pela Legalização do Aborto, setores do Congresso Nacional, mulheres e organizações como as do Instituto Anis, o que levou ao envio de ofícios de 13 estados do país para o Ministério da Saúde que questionaram as orientações imprecisas e pediram a revogação imediata, pois a existência deste material simbolizou violência institucional às mulheres brasileiras (CFEMEA, 2022).

O retrocesso foi significativo e fez com que a cartilha lançada pelo Ministério da Saúde há 17 anos, ficasse melhor posicionada no quesito científico quando comparada com a de 2022. A seguir são apresentados fragmentos das cartilhas I (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005) e III (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022), sobre o artigo 128 e a prática legal do aborto. A cartilha de 2005 apresenta as situações em que o aborto não é considerado crime, sendo, nestes casos, um direito da mulher:




NÃO É CRIME E NÃO SE PUNE: o abortamento praticado por médico(a), se: a) Não há outro meio de salvar a vida da mulher (art. 128, I); b) A gravidez é resultante de estupro (ou outra forma de violência sexual), com o consentimento da mulher ou, se incapaz, de seu representante legal (art. 128, II). A jurisprudência brasileira tem autorizado a interrupção de gravidez nos casos de malformação fetal com inviabilidade de vida extra-uterina, com o consentimento da mulher. Em todos esses casos, o abortamento é um direito da mulher. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005, p.13).

E o fragmento problemático da cartilha de 2022, que trata todo aborto como criminoso, indicando apenas que pode haver excludente de ilicitude em alguns casos, se comprovado após investigação:

Não existe aborto “legal” como é costumeiramente citado, inclusive em textos técnicos. O que existe é o aborto com excludente de ilicitude. Todo aborto é um crime, mas quando comprovadas as situações de excludente de ilicitude após investigação policial, ele deixa de ser punido, como a interrupção da gravidez por risco materno. O acolhimento da pessoa em situação de aborto previsto em lei deve ser realizado por profissionais habilitados. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005, p.14)

Para análise dos aspectos de comunicação visual das cartilhas, buscando características que possam ser relacionadas à prática de design ativista, são destacados alguns dos pontos analisados e definidos por Sutton e Vacarezza (2020) em combinação com outros pontos, adaptados para as produções gráficas nacionais. Entre eles, aspectos de visuais (ilustrações, pictogramas), símbolos, emoções evocadas, se a figura da mulher foi apresentada como vítima, empoderada, individualmente ou em grupos, referência visual à lei, cores utilizadas e, por fim, referência à gravidez ou à experiência do aborto (SUTTON; VACAREZZA, 2020). A Tabela 1 apresenta esta análise de forma esquemática e, a seguir, são destacados aspectos relevantes de cada um dos materiais.

Tabela 1 - Cartilhas digitais para a análise de aspectos técnicos e visuais relacionados às práticas de design ativista

		Atenção Humanizada ao Abortamento (I)	Gravidez Indesejada na Atenção Primária à Saúde (II)	Atenção Técnica para Prevenção, Avaliação e Conduta nos Casos de Abortamento (III)
Aspectos visuais	A- Capa			
	B- Uso de desenhos ilustrativos	Não	Sim (22)	Sim (1)
	C- Tipo de ilustração	-	Flat, traçado e revista em quadrinhos	Comum
	D- Cores principais	Verde	Rosa	Rosa e Azul
Dados da publicação	E- Fonte e Ano	Ministério da Saúde (2005)	Anis – Instituto de Bioética (2021)	Ministério da Saúde (2022)
	F- N° de páginas	33	64	71

	G- Categorização	Guia	Cartilha	Manual
Dados da equipe	H- Gênero do/a designer	Não informado	Feminino	Masculino
	I- N° de mulheres na ficha técnica	12 (de 19)	17 (de 17)	4 (de 9)
Acesso e conteúdo	J- Acesso	Online e impresso - tiragem de 40.000 exemplares	Online	Online
	K- Menciona o artigo 128?	Sim	Sim	Sim
	L- N° de palavras	Aprox. 8.868	Aprox. 17.786	Aprox. 13.213

Fonte: A autora, 2022.

A cartilha I (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005) não faz uso de ilustrações, ela faz uso da cor verde em tons mais claros e escuros, mas esta parece ser a cor dos cadernos de norma técnica deste período. Não há uso de imagens, mas nota-se, na diagramação do corpo de texto, uma intenção de dinamizar as informações com destaques, blocos de conteúdos e fluxogramas básicos. A Figura 1 apresenta exemplos de páginas desta cartilha, exemplificando o uso de tais recursos.

Figura 2: Exemplos de páginas com fluxogramas (A) e com blocos de conteúdo (B)

(A)

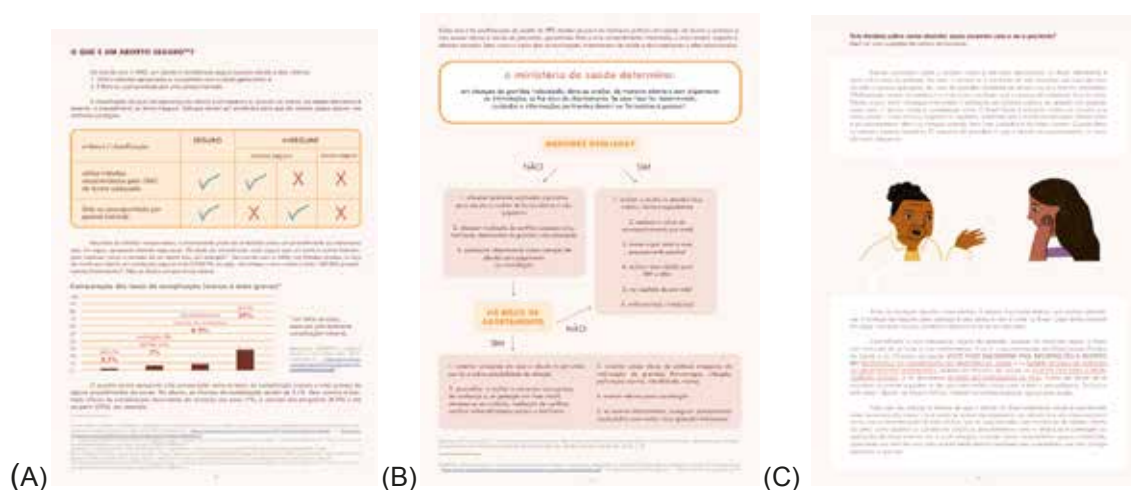
(B)

Fonte: MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005, (A) p.10 e (B) p.15

Está dentro das características de um material gráfico do governo e não parece um material focado para o público de comunidades e mulheres cidadãos comuns. Apesar de cumprir com o propósito de ser uma fonte de informação, esta cartilha não teve o propósito de educar ou ser acessada por todos. Ao contrário da cartilha II (ANIS, 2021), que mesmo sendo direcionada, a princípio, a profissionais que trabalham com a Atenção Primária à Saúde (APS), buscou inserir elementos lúdicos nas páginas, ilustrando situações e reforçando o protagonismo das mulheres no assunto.

Além deste aspecto visual, encontram-se na cartilha II (ANIS, 2021) gráficos, fluxogramas e tabelas na diagramação. A combinação das cores rosa, marrom e laranja transmitem a emoção de acolhimento e vivacidade, o que permite que a cartilha fique mais atraente para públicos variados. As mulheres ilustradas não estão apresentadas como vítimas em nenhuma das ilustrações, as imagens são de mulheres em dupla ou grupos, mulheres dialogando, sendo acolhidas e atendidas pela equipe médica.

Figura 3: Exemplos de páginas com tabelas (A), fluxogramas e blocos de conteúdo (B) e ilustração (C)

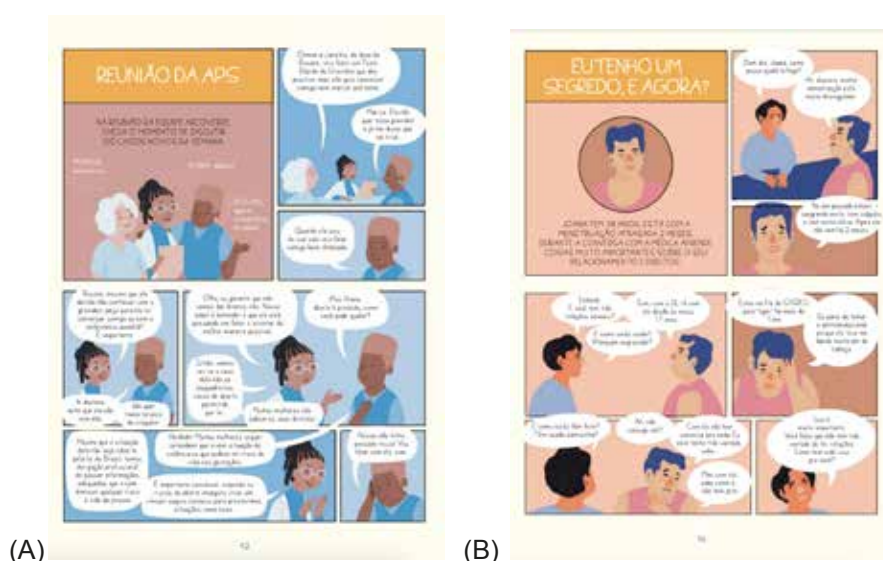


Fonte: ANIS, 2021, (A) p. 13, (B) p.17 e (C) p.31

Há cinco histórias em quadrinho contadas ao final desta cartilha, são elas: Reunião da APS; Eu tenho um segredo, e agora?; E agora, será que estou grávida?; Vou abortar, e agora?; Tive um aborto, e agora?. Os títulos demonstram que, mesmo que o conteúdo anterior aos quadrinhos tenha sido mais técnico, as histórias

buscaram contar a perspectiva de pessoas vivenciando as múltiplas esferas do aborto, da gravidez indesejada, atendimento médico, aborto de homens transsexuais e de mulheres decididas a abortar mesmo quando não atendidas pelas exceções legais do artigo 128. As capas que introduzem cada história seguem o mesmo padrão de diagramação, pelo menos uma cor da identidade definida nas páginas anteriores é utilizada em algum elemento visual base da ilustração (Figura 3).

Figura 4: Histórias em Quadrinhos Ilustrativas e Reunião da APS (A) e Eu tenho um segredo e agora? (B)



Fonte: ANIS, 2022, (A) p. 42 e (B) p.46

Na história "Vou abortar, e agora?", acompanhamos a história de Lúcia que troca mensagens com sua médica a partir de sua decisão de abortar, ela desabafa que não tem condições financeiras para seguir com a gravidez e que teve um filho há um ano. O diálogo entre elas é simples e fácil de acompanhar, colocando a leitora na perspectiva de Lúcia, que é também a de muitas mulheres que não estão inseridas no contexto em que o aborto é legal. Alguns pontos na conversa das personagens são os que, comumente, causam confusão nas mulheres e costumam ser utilizados para estigmatizar e culpabilizar mulheres pela gravidez. A médica reconhece que medicamentos contraceptivos podem falhar, que a culpa desta falha não é de Lúcia, se certifica que a paciente avaliou outras possibilidades, informa que mesmo que a idade gestacional de Lúcia permita o aborto seguro ela não consegue realizar o aborto via procedimento legal. Esta história em quadrinho ainda traz uma informação

que não é muito conhecida: a médica comunica que não pode prescrever medicamentos para aborto, mas que pode informar sobre a existência de um procedimento que pode ser realizado pela própria mulher, que é a ingestão do remédio Misoprostol nas primeiras 10 semanas de gravidez (Figura 4). A conduta da médica não é ilegal, pois ela não entrega o medicamento para Lúcia, mas informa sobre riscos, o que fazer e até mesmo o que evitar.

Figura 5: Histórias em Quadrinhos Ilustrativas: Vou abortar, e agora?



Fonte: ANIS, 2022, p.54-55

Uma característica das práticas ativistas, é indicar e apresentar coletivos que podem atender ou auxiliar o cidadão comum. Neste fragmento a doutora indica que sua paciente busque por "aborto" na Revista AZMina, foi um recurso interessante e inteligente de inserir na história mais conteúdo para mulheres que buscam o procedimento ou para profissionais da saúde que buscam por melhor acolher e atender suas pacientes (Figura 4).

Na cartilha III (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022), apesar de contar com um designer no projeto gráfico, responsável pela confecção da capa e diagramação da apostila, os recursos visuais podem ser definidos como comuns e neutros. O uso das cores

rosa e azul em tons mais claros, remetem a saúde, questões médicas e talvez gênero. As páginas seguem um padrão de texto corrido sem intercalar com ilustrações, sem o suporte de gráficos, blocos de texto, ou fluxogramas (Figura 5).

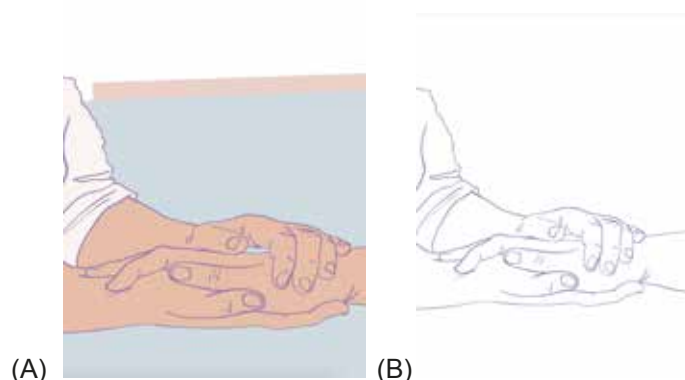
Figura 6: Exemplos de páginas com texto corrido sem o suporte de fluxogramas e ilustrações (A) e (B)



Fonte: MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022, (A) p.10 e (B) p.15

A cada bloco de conteúdo a ilustração exibida na capa se repete como uma marca d'água em alguns intervalos entre capítulos (Figura 6). A ilustração não faz nenhuma referência à figura de uma mulher, nas mãos não é possível identificar. Mas remete a uma cena de consolo, um indivíduo sendo atendido por outro, que pode ser ou não uma profissional da saúde. Assim como a cartilha II (ANIS, 2021), esta cartilha III (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022) foi pensada para o acesso digital e gratuito ao público, entre eles profissionais da saúde, comunidades, mulheres comuns, cidadãs e pacientes.

Figura 7: Ilustração preenchida da capa repetida no miolo (A), variação da ilustração de capa em traço (B)



Fonte: MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022 (A) p.5 e (B) p.7

Definidos estes pontos particulares sobre cada cartilha é possível agora fazer análises mais gerais. No capítulo introdutório de cada documento, a única cartilha apresentada como um manual a ser seguido foi a de 2022. As outras utilizaram o termo "guia" e "cartilha". Na cartilha I (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005), a presença de um designer não é informada, apesar de ser visível que o texto foi diagramado, este é o único indicativo visual. Na cartilha III (ANIS, 2021), um designer do gênero masculino foi o responsável pelo projeto gráfico, capa e diagramação. As cartilhas I (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2005) e III (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022) são um exemplo do design para a política. Assim como definiu DiSalvo (2015), o design para a política não vai dialogar com o agonismo, pois nada contesta. As produções são pertencentes a estruturas de governança que podem estar inclinadas ou não a preservar mecanismos de controle da informação com o suporte das ferramentas de design gráfico (DISALVO, 2015).

A existência da cartilha II (ANIS, 2021) do Instituto Anis é um contraponto à cartilha III (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022) lançada pelo Ministério da Saúde, pois respeita os direitos previstos em lei, conduzindo os profissionais sobre o atendimento correto para pacientes no contexto de abortamento e orientando pacientes e leitores sobre como atendimento pode e deveria ser. Além de ter como foco sensibilizar profissionais da saúde e convencê-los a ter um tratamento acolhedor e humanitário.

Já na cartilha II (ANIS, 2021), pensada e articulada por uma equipe de 17 mulheres, entre elas uma designer gráfico, encontramos elementos primordiais para se estabelecer como um design ativista e político. A postura do próprio instituto é de constante contestação na busca por promover a cidadania, a igualdade e os direitos humanos para mulheres e outros grupos vulnerabilizados (ANIS, [s.d.]). A existência da cartilha foi pioneira e agrupou informações e orientações inéditas sobre como orientar e acolher pacientes nos diversos contextos criados pelo aborto, além das situações previstas na legislação. As ilustrações e quadrinhos representam um recurso gráfico conhecido e com maior possibilidade de realmente alcançar e atrair mais pessoas para a leitura.

Neste caso, a cartilha II (ANIS, 2021) e todo o seu conjunto de informações escritas e visuais foi uma solução e contribuiu politicamente para a vida do cidadão ou da cidadã a partir de criações que aumentaram sua participação e seu engajamento consciente nos processos políticos que estão em seu entorno (DISALVO, 2015). Sendo este um dos aspectos responsáveis por distinguir uma prática de design ativista, como pontuado por Sutton e Vacarezza (2020), que é quando o resultado de um produto, projeto ou iniciativa, atendem à uma necessidade da população e passam a representar e funcionar como um serviço para a mesma. É o caso da cartilha do Instituto Anis, sua estrutura e conteúdo são uma fonte de informação que orienta as mulheres que não desejam a gravidez a sair, modificar e assumir o controle sobre a própria situação.

5.5.2. Outras iniciativas brasileiras de design ativista e político

No Brasil, uma movimentação que se aproxima dos objetivos e da grandiosidade da Campanha Nacional pelo Direito ao Aborto Legal e Seguro, da Argentina, conhecida mundialmente como Maré Verde, é a do Centro Feminista de Estudos e Assessoria - CFEMEA. O CFEMEA, foi fundado em 1989 e é uma organização não governamental, sem fins lucrativos. Suas pautas de luta englobam o feminismo, os direitos humanos, a democracia e a igualdade racial. O autocuidado e o cuidado entre ativistas são os marcos políticos e teóricos desta organização (CFEMEA, 1999).

Em 2001, a ONG publicou o Jornal Femea, noticiando a participação na Campanha 28 de Setembro, considerado o Dia pela Descriminalização do Aborto na América Latina e Caribe. A campanha contou com reuniões de planejamento e estratégia para discutir o tema aborto, painéis e grupos de trabalho orientados para a elaboração de um diagnóstico da última década e de estratégias para o futuro. Além disso, representantes da Campanha 28 de Setembro e outras organizações nacionais e internacionais realizaram performances fortes, mensagens de solidariedade às mulheres que sofreram em consequência de abortos clandestinos. A resistência lutava contra retrocessos na questão do aborto e produziu panfletos em espanhol e português, para distribuição nas diversas localidades em que centenas de organizações de mulheres aderiram à campanha, divididas em 20 países (CFEMEA, 2001).

Assim como a campanha do lenço verde, a ideia principal e inicial foi a de criar uma ponte de diálogo com mulheres de outras regiões, elaborar estratégias de curto e médio prazos para ações regionais e potencializar ações nos países participantes (CFEMEA, 2001). A campanha contava com diversas organizações de mulheres que pareciam alinhadas e com excelentes estratégias de atuação. Essa edição do Jornal Fêmea, dedicada ao tema aborto, foi a 103ª publicação do coletivo em seu site e pertence a uma biblioteca de publicações que contemplam pautas variadas sobre feminismo e luta dos direitos para mulheres (CFEMEA, 2001).

Faz parte da identidade visual do CFEMEA os tons de rosa e roxo, na logomarca é possível distinguir o símbolo de gênero feminino. Na edição do jornal de 2001, o uso da cor rosa se faz mais presente, muitos conteúdos e informações foram apresentadas e as pautas de luta estavam tão avançadas quanto as da campanha argentina. Outro fator importante de ser considerado é que, apesar da intenção de uma campanha pró-escolha que englobasse países da América Latina e Caribe, a amplitude territorial dificultou a definição de um símbolo único que representasse toda a diversidade cultural e histórica de tantos países reunidos (CFEMEA, 2001).

Fez parte do conteúdo do jornal, um texto enviado pela instituição "Católicas pelo Direito de Decidir", mulheres católicas que já se posicionaram a favor da legalização do procedimento no país, o texto foi ilustrado com um cartum criticando a postura da Igreja Católica sobre o tema (Figura 7).

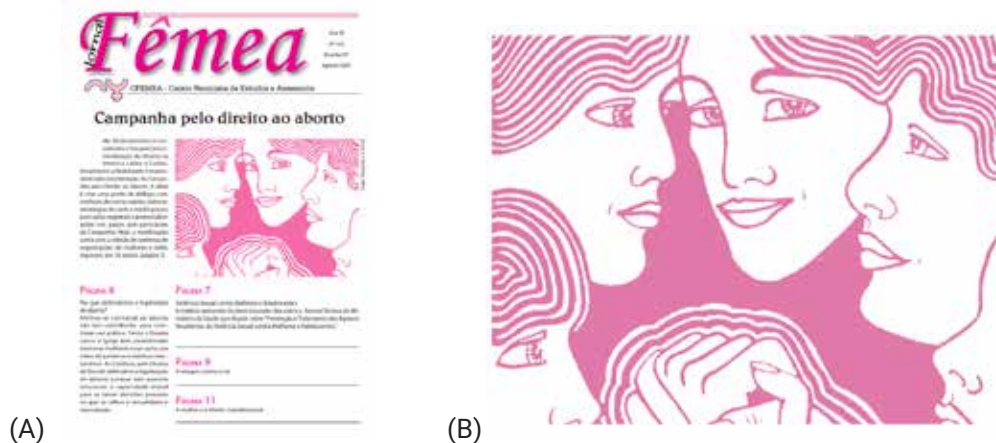
Figura 8: Página com o texto da instituição "Católicas pelo Direito de Decidir" (A) e versão ampliada do cartum que acompanha a publicação (B)



Fonte: CFEMEA, 2001, p.6

Além do cartum, como recurso lúdico ilustrativo, a página de abertura da revista contém uma ilustração ambientando a figura de mulheres reunidas (Figura 8).

Figura 9: Capa do jornal (A) e versão ampliada da ilustração de mulheres reunidas (B)



Fonte: CFEMEA, 2001

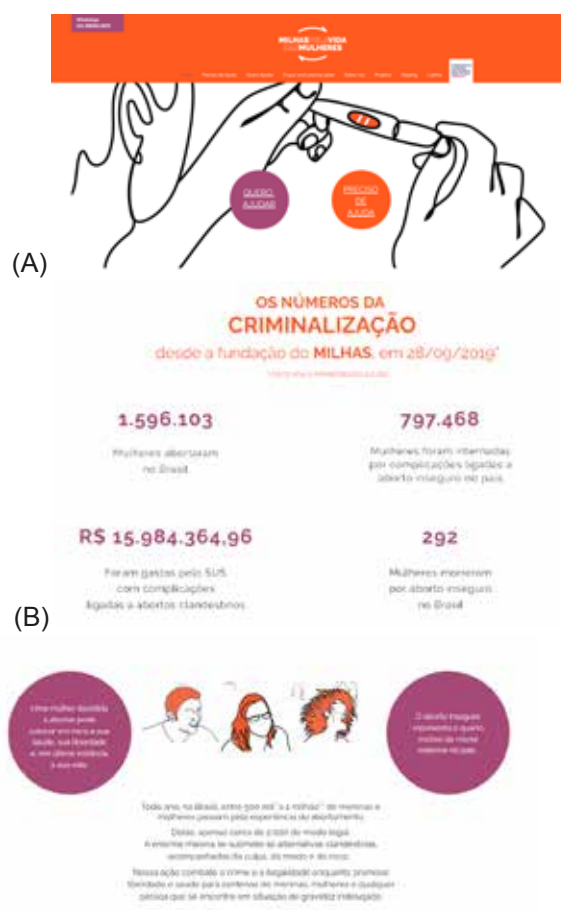
Há outras iniciativas que podem ser caracterizadas como design ativista em território nacional, pois buscam criar outros mecanismos que ofereçam às mulheres informações, contatos e possibilidades, que as emancipam de recorrer e depender de uma única maneira de suporte. Oferecer informações corretas e objetivas é uma característica do ativismo. No site do CFEMEA é possível encontrar uma variedade de publicações, notícias e ações dos últimos anos sobre conquista de direitos feministas, confronto e andamento de projetos de lei.

Se destacam também as iniciativas Milhas pela Vida das Mulheres e a Beta. Todas as informações sobre estas ações foram coletadas nos sites e perfis das redes sociais das iniciativas. Ambas fazem uso da tecnologia e utilizam do design gráfico para aprimorar o diálogo com mulheres de todas as regiões e faixas etárias. O Milha pela Vida das Mulheres começou com uma pergunta compartilhada no Facebook em 2019, "Quem toparia oferecer milhas para ajudar brasileiras que precisam ir até a Colômbia para fazer um aborto seguro e legal?". A instituição tem por finalidade promover e defender os direitos sexuais e reprodutivos das meninas e mulheres (MILHAS, [s.d.]).

O Milhas pela Vida das Mulheres é uma instituição sem fins lucrativos que ajuda brasileiras a acessarem o aborto seguro e legal, todo o valor arrecadado no espaço do site é para viabilizar essa operação. É uma rede proativa lutando contra a criminalização do aborto e contra as mortes de mulheres decorrentes de procedimentos inseguros (MILHAS, [s.d.]). A partir do contato inicial da mulher que busca interromper a gestação, o projeto facilita o acesso às informações e orienta, por meio do site e canal de atendimento por aplicativo, sobre os processos, exames e documentos necessários para a locomoção. Para os casos que se enquadram na lei brasileira, a plataforma faz o encaminhamento das interessadas para hospitais parceiros que realizam o aborto legal. As milhas ajudam a economizar nas viagens e também nas compras de produtos e serviços, elas podem ser doadas direto na página inicial do site por usuários que vão transferir suas bonificações, recebidas das companhias aéreas, para um banco de milhas direcionado aos casos que necessitam da viagem internacional (MILHAS, [s.d.]).

A identidade do projeto faz uso das cores laranja e rosa, utiliza ilustrações para ambientar histórias, títulos, depoimentos e slogans (Figura 9). Com direcionamentos bem intuitivos e linguagem acessível, o site pode ser utilizado por usuários variados, com botões que direcionam para canais abertos de comunicação em aplicativos ou direto pela plataforma. Os elementos gráficos foram bem elaborados esteticamente e funcionalmente, seguem um padrão que facilita o reconhecimento da iniciativa em diferentes redes online. Não fica claro a presença de um designer na equipe, mas é visível a criação gráfica visual e a intenção de comunicar de forma aprimorada. Logo na página inicial, é destacada a contagem em tempo real, desde a fundação do Milhas, de mulheres que abortaram no país, mulheres internadas por complicações ligadas a aborto inseguro no país, os gastos do SUS com complicações ligadas a abortos clandestinos e quantas mulheres morreram por aborto inseguro (MILHAS, [s.d.]).

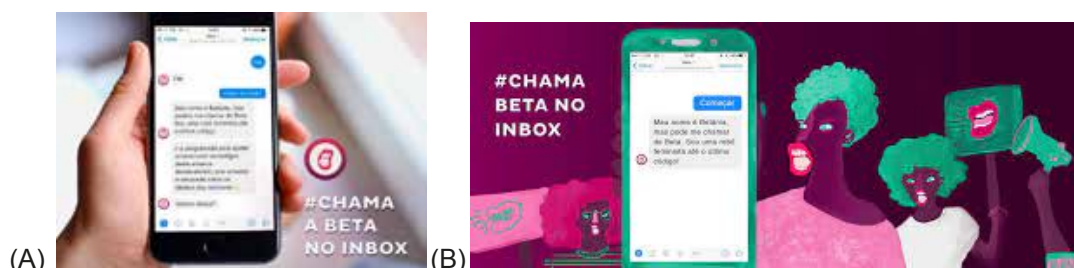
Figura 10: Página inicial do site (A), Dados da criminalização (B), Espaço de depoimentos e informações (C)



Fonte: MILHA PELA VIDA DAS MULHERES, 2022

A Beta é uma ferramenta de ação política codificada para ter um posicionamento político claro e delimitado (BETA, [s.d]). Foi criada pelo Nossas, uma organização de ativismo político que tem como propósito aproximar as pessoas do poder público. É uma robô que funciona a partir de um bot que utiliza o Messenger como canal de comunicação (TOLEDO; MOLINARI, 2018). Com essa tecnologia os usuários podem interagir com a Beta através do chat, sendo necessário apenas entrar na página do Facebook da Beta e clicar em “começar” para iniciar a troca de mensagens (TOLEDO; MOLINARI, 2018). Sua programação também inclui a condução da conversa para mobilizações que estão ocorrendo, direcionando a pessoa para uma ação específica como votar a favor ou contra determinada legislação ou política pública que defenda os direitos das mulheres. Além disso, a Beta também é capaz de responder perguntas aleatórias através da inteligência artificial, inclusive questões sobre aborto no Brasil (NOSSAS, 2022; BETA, [s.d]).

Figura 11: Publicação de divulgação no Facebook (A), Capa do Facebook (B)



Fonte: PERFIL FACEBOOK BETA, 2019

A identidade visual da Beta é bem completa e conta com todos os elementos, logomarca, símbolo, tipografia, paleta de cores, ícones e ilustrações. As cores rosa, verde e roxo fazem parte da composição de capas para redes sociais, imagens de perfil e posts para as redes. O perfil da Beta está ativo e conta 51 mil seguidores atualmente (BETA, [s.d.]).

Foram estes os casos de design ativista e político, selecionados por sua atuação e destaque no Brasil, atendendo mulheres e mobilizando-as em defesa de seus

direitos, para participação nas decisões políticas ou engajamento nas campanhas ativistas e feministas.

6. DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Retomando o conceito de design ativista, enquanto ferramenta com potencial para comunicar e traduzir a mensagem de temas complexos, foi possível examinar e concluir que os métodos criativos do design utilizados na construção de imagens podem ser considerados essenciais para a manutenção das práticas ativistas presentes e futuras. Ao analisar os materiais gráficos informativos produzidos pelas entidades brasileiras, os aspectos apresentados por DiSalvo (2015) ficaram evidentes na distinção do *design político* e *design para a política*.

As cartilhas publicadas pelo Ministério da Saúde, apesar de serem materiais gerados em diferentes gestões, o que gerou uma diferença na abordagem do tema, estão atendendo a uma demanda governamental e podem entrar para a definição do *design para a política*, pois não contestam questões a respeito do direito ao aborto e cumprem com o papel de apostilas que agrupam conteúdos legislativos e orientações para funcionários da saúde e pacientes. Compartilhar informações que contestam e convidam para a mudança faz parte do processo e tentativa de emancipar a população afetada por determinada questão social de uma estrutura de governança, para que esteja apta a participar de debates públicos e compreender o andamento legal dos próprios direitos, o que é uma abordagem que caracteriza o *design político*.

A escolha de analisar a cartilha lançada pelo Ministério da Saúde em 2022 foi feita com objetivo de fazer um comparativo da divulgação de informações incorretas ou imprecisas por parte de instituições de poder que controlam leis e direitos de diferentes camadas da existência cidadã, com iniciativas não-governamentais que combatem a permanência deste tipo de intenção em desinformar e alienar. Em um momento que o acesso à informação é muito amplo, crescente e até mesmo incontrolável por governanças, omitir e mentir sobre a legalidade de um procedimento previsto em lei demonstra a necessidade de garantir que a população

consiga participar mais de debates políticos, compreendendo as nuances do que está sendo debatido e votado e que diz respeito aos seus direitos.

Procuramos outros materiais em formato digital semelhantes às cartilhas do ministério, para examinar como os assuntos foram abordados e, principalmente, quais foram os recursos de design utilizados para reforçar e ilustrar o conteúdo de cada uma. A cartilha do Instituto Anis, fruto de um meio ativista e feminista, buscou reorientar as noções do atendimento recebido por mulheres que buscam o interrompimento da gestação e ilustrar o aborto em diferentes cenários. Com isso, o material acaba por representar uma iniciativa de ressignificação de uma realidade enrijecida que produz estigmatização. A prática do aborto é prevista em lei, mas segue conhecida popularmente como uma prática criminosa, especialmente nos espaços religiosos e tradicionais, onde a oposição parece ser mais ativa na discussão e fornecimento de informações conservadoras sobre o tema. Como consequência, há situações em que mulheres e crianças são estigmatizadas e vilanizadas na mídia, em suas esferas familiares ou no atendimento policial e médico, quando deveriam ser acolhidas e compreendidas, excepcionalmente para as situações em que foram vítimas de crimes como estupro e abuso sexual.

É possível elencar alguns motivos pelos quais a cartilha do Instituto Anis se distingue das do ministério. Faz parte de seu escopo informativo apresentar outras perspectivas além do que está previsto na legislação brasileira, expondo as possibilidades de aborto seguro que não são conhecidas popularmente, sendo isso realizado através das histórias em quadrinhos que são lúdicas e facilitam a absorção dos conteúdos (previamente trazidos na estrutura do texto de modo formal). Outro ponto importante é a inclusão de homens trans como parte da população que pode precisar recorrer ao procedimento. Ao tratar da relação entre profissionais da saúde e pacientes, há um roteiro de abordagem para atendimento e as ilustrações em quadrinho humanizam tanto médicos quanto pacientes, o que pode ser um fator que facilita o processo de identificação e confiança entre ambos nos atendimentos. Considerando os recursos visuais, mesmo na parte que apresenta um texto corrido e formal, há no final de cada capítulo um bloco colorido que retoma e resume os

pontos tratados de forma explicativa, o que aumenta a possibilidade de que mais leitores compreendam e absorvam o conteúdo.

É urgente que temas como o direito ao aborto se façam mais presentes no debate público e popular. Portanto, iniciativas como as do Instituto Anis, Beta e Milhas Pela Vida das Mulheres, também analisadas neste trabalho, formam um caminho a ser seguido nas produções do que está se definindo como um design ativista e político neste contexto. São com os meios digitais, definidos anteriormente como condicionantes da democracia, que se torna mais fácil debater publicamente as necessidades das parcelas populacionais marginalizadas.

A organização não-governamental Milhas pela vida das Mulheres, por exemplo, atua em parceria com outras instituições nacionais e internacionais, que também possuem seus próprios sites e canais de informação. A existência dos perfis desses coletivos, instituições e iniciativas fazem mais do que representar uma extensão do ativismo feito na rua, eles se tornam um espaço de divulgação de outras iniciativas semelhantes e dão visibilidade e protagonismo para mais caminhos de luta por direitos. As ferramentas do design gráfico dão suporte para a criação de identidade visual, desenvolvimento de símbolos e reforço da cultura de uma causa social.

No caso do Milhas, podemos observar que o site busca ser acolhedor, mas ao mesmo tempo transmitir a imagem de força, com o uso de cores vibrantes e ilustrações de personagens que podem auxiliar o usuário a se identificar com os depoimentos de mulheres já beneficiadas pela organização, resultando em uma plataforma de uso comum, acessível e confortável para diferentes usuárias brasileiras. Isso faz parte da usabilidade do design, aprimorando a interação do usuário com os meios digitais. É um site desenvolvido avaliando pontos típicos do design da informação, como a distribuição de conteúdos, o que deve ou não ser evidenciado, o número de cliques e a separação de tópicos por guias, o que pode ser compreendido dentro do design ativista. Uma plataforma bem construída gera segurança em seu uso, especialmente para o fornecimento de dados pessoais e sensação de exposição, pontos que podem ser ainda mais críticos quando inseridos no contexto de busca por opções para abortar em um país que considera o

procedimento ilegal e que o fornecimento de informações corretas pode variar de acordo com a visão do governo vigente.

Ao considerar os conceitos trazidos pelos autores, uma percepção geral, é a de que a cartilha do Instituto Anis, o jornal CFEMEA e os projetos do Milhas e Beta, podem ser considerados iniciativas sem fins lucrativos que cumprem com o objetivo de desempenhar um papel em sociedade e contribuem para a comunidade de formas não convencionais, efetivas e sustentáveis. Seus conteúdos e produções gráficas podem ou não ter o envolvimento de um profissional do design, mas buscam atender os mesmos propósitos que o design. Esses projetos parecem crescer organicamente e não contar com ferramentas de impulsionamento em redes sociais, focados em combater medidas governamentais, projetos de leis que consideram incoerentes ou uma forma de violência à meninas e mulheres brasileiras. A campanha do lenço verde foi uma referência para análise dessas iniciativas nacionais e, a partir dos fatores de identificação visual, como o uso de cores, imagens e símbolos, bem como o emprego de estratégias de comunicação, foi possível reconhecer semelhanças entre as produções.

7. CONCLUSÃO

O objetivo desta monografia foi examinar as relações entre o design gráfico e as práticas ativistas, de modo a demonstrar como pode o primeiro potencializar e complementar a produção e o alcance do segundo. A principal motivação para a escolha do tema foi a de entender o papel que um profissional do design pode desempenhar nas discussões políticas dos meios digitais. No processo, foi possível compreender que, entre o designer que participa de campanhas políticas e trabalha comercialmente para garantir o seu sustento e o conjunto de iniciativas do ativismo, ativistas, artistas ativistas e designers produzindo peças voluntariamente, todos contribuindo para fortalecer um espaço de contestação, existe o design ativista.

Para a conclusão desta pesquisa, foi necessário estudar as definições existentes, distinguir e associar termos, como o design político e o design ativista, além de refletir sobre as práticas e compreender como se unem as áreas do design e do ativismo para deduzir que, na junção de ambos, pode surgir o que ficou entendido

como design político. Além disso, foram reunidas e examinadas as criações gráficas de cartilhas, jornais feministas independentes, ilustrações, quadrinhos e cartum, de modo a possibilitar a análise das contribuições criativas e estratégicas, na representatividade da figura da mulher inserida no contexto do direito ao aborto em âmbito nacional e internacional. Ficou entendido no decorrer da pesquisa, que o design ativista é uma discussão em amadurecimento e, apesar de ser um assunto recente, deve ser discutido e esclarecido, pois suas contribuições para a existência e permanência de movimentos, causas sociais e, principalmente, para informar e envolver grupos minoritário em debates públicos, pode ser fundamental.

Ao final do desenvolvimento, pode-se depreender que o direito ao aborto é uma problemática urgente e que, mesmo nesse contexto em que a legalização não está em consideração, informar sobre os direitos previstos em lei e auxiliar mulheres que não desejam a gravidez deve ser uma pauta de todas as áreas, inclusive do design. Seja na criação de sites, aplicativos ou iniciativas que busquem informar corretamente, orientar e vigiar atentamente se o que já é direito está sendo respeitado e seguido. Por fim, o propósito deste trabalho foi o de aproximar novos conhecimentos, abrir espaço para questionamentos e explorar novas possibilidades de trajetória profissional para designers politicamente interessados em serem agentes sociais.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Elisabete Maria de. **Design Gráfico em tempos de Ativismo**. 2018. 132 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/34595?mode=full>. Acesso em: 05 nov. 2022.

ANIS Instituto. **Quem Somos**. ANIS online [s.d]. Disponível em: <https://anis.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

ANIS, Instituto. **Gravidez indesejada na Atenção Primária à Saúde (APS): as dúvidas que você sempre teve, mas nunca pôde perguntar**. GT Mulheres na MFC da Sociedade Brasileira de Medicina de Família e Comunidade e pela Anis – Instituto de Bioética. 2021. Disponível em: <https://anis.org.br/gravidez-indesejada-na-atencao-primaria-a-saude/>. Acesso em: 04 dez. 2022.

ARGENTINA. Ministerio de Salud. Superintendencia de Servicios de Salud (org.). **Ley Nº 27.610 - Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), obligatoriedad de brindar cobertura integral y gratuita**. 2021. Disponível em: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-no-27610-acceso-la-interrupcion-voluntaria-del-embarazo-ive-obligatoriedad-de-brindar>. Acesso em: 01 dez. 2022.

ARTIGO 19 . **Acesso a informação e aborto legal: mapeando desafios nos serviços de saúde**. São Paulo: Artigo 19, 2019. Disponível em: <https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2019/06/RelatorioAcessoInformacaoAbortoLegal.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2022.

ARTIGO 19 . **Breve panorama sobre aborto legal e transparência no brasil**. São Paulo: Artigo 19, 2018. Disponível em: <https://mapaabortolegal.org/wp-content/uploads/2019/03/AbortoLegaleTransparencia.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2022.

BACELAR, Simônides. **Questões de linguagem médica: aborto ou abortamento?**. Biblioteca Virtual em Saúde - BVS, online, 2009. Disponível em:

<http://files.bvs.br/upload/S/0101-5907/2009/v23n1/a2092.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2022.

BARBIER, Margaux. **The green scarf in Argentina or when the right to abort comes out of the closet**. Gender in Geopolitics Institute, online, 2020. Translated by Kaouther Bouhi. Disponível em: <https://igg-geo.org/?p=1541&lang=en>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BETA. **A primeira robô feminista do Brasil**, online, [s.d]. Disponível em: <https://www.beta.org.br/>. Acesso em: 18 out. 2022.

BICHLER, Katrin & BEIER, Sofie. Graphic Design for the Real World? Visual communication's potential in design activism and design for social change. **Artifact**. p.11.1 - 11.10. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.14434/artifact.v3i4.12974>. Acesso em: 06 out. 2022.

BORGES, Inês Silva. **Design Gráfico como forma de Descolonização**. 2019. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design Gráfico, Escola Superior de Arte e Design, Caldas da Rainha, 2019. Disponível em: <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/4035>. Acesso em: 10 nov. 2022.

CFEMEA - Centro Feminista de Estudos e Assessoria. **Direito ao aborto: “A mulher não é um hospedeiro”**. Outras Palavras, online, 2022. Disponível em: <https://outraspalavras.net/feminismos/direito-ao-aborto-a-mulher-nao-e-um-hospedeiro/>. Acesso em: 20 dez. 2022.

CFEMEA - Centro Feminista de Estudos e Assessoria. **Jornal Femea: Campanha pelo direito ao aborto**. Ano IX, Nº 103. Brasília - DF, ago. 2001. Disponível em: <https://www.cfemea.org.br/images/stories/colecaofemea/jornalfemea103.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2022.

CFEMEA. **QUEM SOMOS**. 1999. Brasília - DF. Disponível em: <https://www.cfemea.org.br/index.php/pt/cfemea/quem-somos>. Acesso em: 19 nov. 2022.

DINIZ, Debora, MEDEIROS, Marcelo e MADEIRO, Alberto. Pesquisa Nacional de Aborto 2016. **Ciência & Saúde Coletiva** [online], v. 22, n. 2, pp. 653-660, 2017.

Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-81232017222.23812016>>. ISSN 1678-4561. Acesso em: 18 dez. 2022.

DISALVO, Carl. **Adversarial Design**. Cambridge: Mit Press, 2015. 168 p.

DUARTE, Melissa. **Após lançar cartilha polêmica, Ministério da Saúde fará audiência pública para discutir criminalização do aborto**. 2022. O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saude/noticia/2022/06/apos-lancar-cartilha-polemica-ministerio-da-saude-fara-audiencia-publica-para-discutir-criminalizacao-do-aborto.ghtml>. Acesso em: 20 dez. 2022.

PAIM, Gilberto. First things first e First things first 2000. **Agitprop**, Ano I - Número 10, 2008. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=15&titulo=repertorio. Acesso em: 12 jul. 2022.

FUAD-LUKE, Alastair. **Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world**. Uk: Earthscan, 2009.

GIUGLIANI, C.; RUSCHEL, A. E.; BELOMÉ DA SILVA, M. C.; MAIA, M. N.; PEREIRA SALVADOR DE OLIVEIRA, D. O. O direito ao aborto no Brasil e a implicação da Atenção Primária à Saúde. **Revista Brasileira de Medicina de Família e Comunidade**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 41, p. 1791, 2019. DOI: 10.5712/rbmfc14(41)1791. Disponível em: <https://rbmfc.org.br/rbmfc/article/view/1791>. Acesso em: 03 dez. 2022.

INSTITUT DU GENRE EN GÉOPOLITIQUE. **¡Basta Ya!, “¡Que sea ley! – Retour sur l’année où le droit à l’avortement a bien failli l’emporter en Argentine!** Institut du Genre en Géopolitique, online, 2020. Disponível em: <https://igg-geo.org/?p=2735&lang=en> . Acesso em: 01 dez. 2022.

JOTA, Redação (org.). **Aborto no Brasil: a legislação sobre interrupção de gravidez e os dados oficiais**: Saiba também o que os candidatos à presidência em 2022 falaram sobre o aborto. Jornal JOTA, online, 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/jotinhas/aborto-no-brasil-a-legislacao-sobre-interruptao-de-grav>

idez-e-os-dados-oficiais-17052022. Acesso em: 04 dez. 2022.

JULIER, Guy. From Design Culture to Design Activism, **Design and Culture**. p. 215-236, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.2752/175470813X13638640370814>. Acesso em: 04 out. 2022

MACHADO, Braulio. **Quando o Aborto é Legal**. Jusbrasil, online, 2020. Disponível em: <https://brauliopinheiro.jusbrasil.com.br/artigos/912322673/quando-o-aborto-e-legal>. Acesso em: 04 dez. 2022. JUSBRASIL

MÍDIA NINJA. **Design Ativista**. Medium, online, 2020. Disponível em: <https://medium.com/news-quarentena/design-ativista-acb79ec0739c>. Acesso em: 20 ago. 2022.

MILHAS Pela Vida das Mulheres. **Homepage**. Milhas Pela Vida das Mulheres, online, [s.d]. Disponível em: <https://www.milhaspelavidadasmulheres.com.br/preciso-de-ajuda>. Acesso em: 20 dez. 2022.

MILHAS Pela Vida das Mulheres. **Sobre nós**. Milhas Pela Vida das Mulheres, online, [s.d]. Disponível em: <https://www.milhaspelavidadasmulheres.com.br/sobre-n%C3%B3s>. Acesso em: 15 dez. 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Atenção humanizada ao abortamento: norma técnica**. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção Primária à Saúde, Departamento de Ações Programáticas e Estratégicas. Brasília: MS, v. 4, 2005. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/atencao_humanizada_abortamento.pdf. Acesso em: 03 out. 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Atenção técnica para prevenção, avaliação e conduta nos casos de abortamento**. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção Primária à Saúde, Departamento de Ações Programáticas e Estratégicas. Brasília: MS, 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/06/cartilha-aborto.pdf>. Acesso em: 03 out. 2022.

NOSSAS. **Beta**: Perfil do Facebook, online, [s.d]. Disponível em: https://web.facebook.com/beta.feminista/?_rdc=1&_rdr. Acesso em: 18 out. 2022.

PATER, Ruben. **Caps Lock**: how capitalism took hold of graphic design, and how to escape from it. Amsterdam: Valiz, 2021. 528 p.

SUTTON, Barbara; VACAREZZA, Nayla Luz. Abortion Rights in Images: Visual Interventions by Activist Organizations in Argentina. **Signs - Journal Of Women In Culture And Society**. University Of Chicago, p. 731-757. abr. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/706489>. Acesso em: 05 out. 2022.

THORPE, Ann. Defining Design as Activism. Submitted To: **Journal Of Architectural Education**. London, p. 1-17. Jan. 2011. Disponível em: <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2022.

THORPE, Ann. **Design activism, movement society and a post-growth scenario**. Architecture and Design Versus Consumerism: How Design Activism Confronts Growth. Abingdon: Earthscan. P.1-35. 2012 Bloomsbury Architecture Library Platform. Disponível em: <https://www.bloomsburyarchitecturelibrary.com/encyclopedia-chapter?docid=b-9780203119518&tocid=b-9780203119518-chapter1>. Acesso em: 07 jul. 2022.

TOLEDO, Ana Clara; MOLINARI, Laura. **Beta: a robô feminista que está ressignificando a luta pelos direitos das mulheres**. Politize!, online, 2018. Disponível em: <https://www.politize.com.br/beta-robo-feminista-direitos-das-mulheres/>. Acesso em: 17 out. 2022.

VEJA (redação). **Após extenso debate, Senado da Argentina aprova legalização do aborto**. Veja, online, 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/congresso-da-argentina-aprova-legalizacao-do-abort-o/>. Acesso em: 05 dez. 2022.

VERSUTI, Andrea; SANTINELLO, Jamile. **Paradigmas da educação**. Aveiro: Ria

Editorial, 2019. 451 p. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=3oKWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA12&dq=espa%C3%A7os+digitais+e+a+cria%C3%A7%C3%A3o+de+imagens&ots=jHjs47UO6V&sig=RHx-JBJYbXEeYG8e1G4CSQ8loKg#v=onepage&q=espa%C3%A7os%20digitais%20e%20a%20cria%C3%A7%C3%A3o%20de%20imagens&f=false>.
Acesso em: 28 dez. 2022.

WILSON CENTER. **Pañuelo Verde: Other Campaign**, online, 2019. Disponível em:
<https://www.wilsoncenter.org/blog-post/panuelo-verde-other-campaign>. Acesso em:
18 jan. 2023.

GLOSSÁRIO

Glossário de termos relacionados ao trabalho

Abortamento: Do sufixo-*mento*, derivados de verbos e estes são quase todos indicadores de ação (*aborto-mento*). Portanto, é mais apropriado dizer que abortamento foi o processo ou ação que causou a morte do embrião. A palavra abortamento pode ser entendida como um sinônimo da palavra aborto (BACELAR, 2009).

Aborto inseguro: Procedimento para interromper uma gravidez indesejada de forma clandestina, insegura e com a ausência de condições médicas legais que colocam em risco a vida da pessoa que vai abortar.

Aborto: ação ou efeito de abortar; abortamento. Expulsar prematuramente do útero o produto da concepção – embrião ou feto inviável ou não (BACELAR, 2009).

Adversário: Antagonista, opositor, aquele ou aquilo que contesta.

Agonismo: O oposto de antagonismo, que propõe, ações políticas e sociais que ocorram pautadas na democracia, sejam elas debates, rupturas e transgressões, de modo coexistente. Assuntos, temas, partidos, governanças que são adversárias ao invés de inimigas.

Ativismo: Prática de transformação da realidade; defesa de uma causa ou da transformação da sociedade por meio da ação e militância.