



## Encontro Inter-regiões - Nordeste

Região Nordeste - Evento virtual  
De 1 a 31 de outubro de 2020



### EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00322
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Federal de Pernambuco
<b>CAMPUS</b>	Recife
<b>CIDADE</b>	Recife
<b>UF</b>	PE
<b>CATEGORIA</b>	PP
<b>MODALIDADE</b>	PP03
<b>TÍTULO</b>	Diretoria LGBT - O Respeito Agora é Lei
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Lucas Rafael Belmiro Firmino Silva
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Mayara Rocha Gonzaga (Universidade Federal de Pernambuco); Livia Valença da Silva (Universidade Federal de Pernambuco); Ítalo Maxwell da Silva Alves (Universidade Federal de Pernambuco); Ana Victória Monteiro Freire Borges (Universidade Federal de Pernambuco); Lucas de Almeida Veloso Lustosa (Universidade Federal de Pernambuco); Matheus Aurélio Charamba Duarte de Souza (Universidade Federal de Pernambuco)

#### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Campanha criada para a Diretoria LGBTQI+ da UFPE, organização fundada em 2015, composta por servidores e alunos autodeclarados e que tem como objetivo principal fazer cumprir a Política LGBTQI+ da instituição: garantir o acolhimento, a inserção e a permanência de pessoas dessa comunidade na Universidade. O desafio proposto pelo briefing foi criar uma campanha para conscientizar a população acadêmica sobre as violências sofridas pela comunidade LGBTQI+ dentro e fora da Universidade, além de não se fazer esquecer a Política LGBT já existente na UFPE. Atentando-se ao público universitário e aos meios de comunicação a que possuem acesso, tal campanha incluiu propostas de redesign de marca e identidade visual, peças on (cards e vídeo para instagram), off (cartazes, banner, adesivos e spot de rádio) e ação promocional. O trabalho foi desenvolvido para avaliação final que compõe as disciplinas de Criação Publicitária I e Produção Gráfica I, ambas ministradas pela professora Livia Valença para alunos e alunas do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, no semestre 2019.1.

#### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para compreensão inicial das atividades da Diretoria LGBTQI+, foram analisadas as campanhas, eventos e cursos já realizados pelo projeto, a fim de perceber os resultados obtidos e que poderiam, ou não, ser usados na criação da campanha. Por se tratar de uma equipe que lida diariamente com um público vulnerável, também foram estudadas as práticas de linguagem e representação que respeitam, incluem e condizem com as desejadas pelas pessoas da comunidade LGBTQI+. O pioneirismo da UFPE, no que versa sobre o uso do Nome Social e dos banheiros a partir da autoidentificação de gênero (Portaria 02 de 01 de fevereiro de 2016), fez-se importante elemento para a defesa do uso de argumentos que se apoiam na lei e nos direitos já garantidos para essa população. Durante o processo da pesquisa, o Supremo Tribunal Federal aprovou, no dia 13 de junho de 2019, a criminalização da LGBTfobia, enquadrando-a no rol dos crimes inafiançáveis e imprescritíveis, passando, agora, a ser disposto no mesmo texto que sanciona a Lei do Racismo (Nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989). Tal acontecimento, além de representar importante conquista para as pessoas que passam a ser protegidas por ele, corroborou para a escolha de um discurso que coloca a lei acima de opiniões pessoais, e que se sustenta de forma racional e direta.

#### DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Optamos por utilizar um tom predominantemente informativo, por se tratar de uma campanha de conscientização que se baseia em dados, estatísticas, leis e pesquisas. Inspirados na crítica social através da arte de rua apresentada pelo artista britânico Banksy em

seu livro *Guerra e spray* (2005), criamos uma identidade visual baseada no estêncil, com a intenção de transmitir uma aparência artesanal, que está conectada às práticas de militância e às estratégias de guerrilha, por isso as tipografias facilmente associáveis ao estilo militar e grafite, com ângulos agudos e aspecto “duro”. Por outro lado, o fundo branco e as fotos em preto e branco criam contraste com as cores do arco-íris, símbolo mais popular do movimento, fazendo o paralelo entre seriedade e alegria, força e leveza (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011). O fundo branco, em termos de direção de arte, tende a proporcionar um “respiro” ao olhar, o que dá destaque aos demais elementos expostos na arte (DABNER; STEWART; ZEMPOL, 2014). Em relação à nova marca, buscamos simplificar a construção e trazer o estilo para algo mais moderno, atualizando sua tipografia e trocando a ilustração por uma versão mais simples e sem cor. Trabalhamos com a fonte Antenna Regular, do tipo sem serifa, tanto por ser composta por traços modernos, que dialogam com o público da campanha, quanto por ser muito legível, atributo fundamental para uma marca que quer se reposicionar e precisa ser lida rapidamente, como explica Fernandes (2006). A legibilidade da fonte também compõe uma metáfora importante aqui, já que um dos maiores objetivos da campanha é informar e deixar claro quais são as leis e direitos que as pessoas LGBTQI+ já conquistaram. O símbolo da Diretoria se baseia na lenda japonesa dos grous de origami (acredita-se que aquele que fizer mil dobraduras desse pássaro, com o pensamento voltado para aquilo que deseja alcançar, terá seu pedido realizado). E foi dessa história que surgiu a ideia da ação, que consiste na construção de uma “cortina de mil grous”, coletivamente confeccionada durante a recepção dos alunos no início do semestre, em um ato simbólico de boa vontade e de luta pelo acolhimento da diversidade na UFPE. O tom artesanal da campanha também se estende às escolhas de mídia: tendo em vista que a campanha seria veiculada nos meios da Universidade, optamos por fazer cartazes, banners e adesivos para distribuir nos Centros, além de produzir um spot para a Rádio Universitária e vídeos institucionais para as redes da Diretoria e da Universidade, tudo sem custo, por se tratar de uma parceria com a Editora da UFPE e com os laboratórios de fotografia e audiovisual. BANKSY. *Guerra e spray*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2005. DABNER, David; STEWART, Sandra; ZEMPOL, Eric. *Curso de design gráfico: princípios e práticas*. São Paulo: Editora GG, 2014. FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinha. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Blucher, 2011. FERNANDES, José David Campos. *Alltype: informação, cognição e estética do discurso tipográfico*. João Pessoa: Editora da UFPB e da UFRN, 2006.