

Design e Ativismo Feminista no Brasil¹

Lorenzza Fior²

Tarcisio Torres Silva³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o feminismo dentro do design ativista no Brasil. As mulheres ativistas vêm tomando cada vez mais lugar com desenhos e frases de motivação que buscam fazer com que suas vozes sejam ouvidas e seus direitos respeitados. Com ações democratizadas, mulheres de vários lugares do Brasil buscam por meio do design expandir o tema com a criação de tags e postagens em redes sociais tais como o Instagram, de forma a incentivar a luta feminina em busca de maior igualdade e respeito. Para tal, analisaremos algumas dessas artistas com suas respectivas obras dentro do movimento. Como resultado, busca-se a melhor compreensão das formas como o movimento pode contribuir para a democracia, a formação cidadã e para os direitos das mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: Design; feminismo; ativismo; Instagram.

INTRODUÇÃO

O caminho entre os direitos das mulheres e as lutas para a igualdade das minorias em geral estiveram sempre entrelaçados. Algumas mudanças começam a ocorrer no mercado de trabalho durante as greves realizadas em 1907 (greve das costureiras) e 1917, com a influência de imigrantes europeus (italianos e espanhóis), e de inspirações anarco-sindicalistas, que buscavam melhores condições de trabalho em fábricas, em sua maioria têxtil, onde predominava a força de trabalho feminina. (FAHS, 2016)

Durante o período que antecede o Estado Novo, as militantes do feminismo divulgavam suas ideias por meio de reuniões, jornais, explicativos, e da arte de

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduanda do Curso de Publicidade, bolsista FAPIC/Reitoria de iniciação científica, e-mail: lorenzfior29@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutor em Artes Visuais, professor pesquisador do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas. e-mail: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

maneira geral. Todas as formas de divulgação da repressão sofrida e os direitos que não eram levados em consideração, eram válidas.

A partir da década de 60, o movimento incorporou questões que necessitam melhoramento até os dias de hoje, entre elas o acesso a métodos contraceptivos, saúde preventiva, igualdade entre homens e mulheres, proteção à mulher contra a violência doméstica, equiparação salarial, apoio em casos de assédio, entre tantos outros temas pertinentes à condição da mulher. (FAHS, 2016).

Os anos 90 foram marcados por diversas mudanças profundas na sociedade ocidental. Tecnicamente, a internet causou uma revolução em termos de comunicação, e o feminismo não demorou a invadi-la também.

As primeiras obras de artes feministas que flertavam com o campo do design, além de enfrentarem dificuldades de aceitação do conteúdo que transmitiam, também traziam problemas de interpretação: as representações do mundo feminino produziam uma ambiguidade que oscilava entre o reforço desses valores e sua crítica ou subversão, pois muitos objetos utilizados poderiam ser interpretados como documentações que descreviam e explicitavam o machismo, mais do que contestavam de fato a tradição patriarcal.

Para melhor compreender a relação entre design gráfico, arte e feminismo, iremos agora percorrer as ondas feministas e mostrar de que forma os trabalhos de mulheres e coletivos propuseram rupturas no campo da arte utilizando para isso a linguagem do design gráfico. Esse caminho será importante para depois então localizarmos os trabalhos de design ativista feministas na atualidade.

Ondas Feministas

Para iniciar a contextualização do feminismo, inicia-se com o movimento sufragista, um amplo movimento entre vários países para organizar a luta das mulheres pelo direito ao sufrágio (voto). Esse movimento também representou a primeira onda do feminismo, uma luta de igualdade de gênero que buscava garantir primeiramente às mulheres o direito ao voto, e buscavam reivindicar os direitos à educação, ao trabalho dentro da sua formação, ao divórcio e à participação política.

O primeiro país a reconhecer o direito ao sufrágio feminino foi a Nova Zelândia, em 1893, após a intensa luta da feminista neozelandesa Kate Sheppard, onde seguindo o caminho dela, iniciou-se um intenso movimento pelo sufrágio feminino na Inglaterra em 1897, que após anos de luta, conseguiram o direito ao voto feminino em 1918.

Em consequência da primeira onda, as mulheres ainda continuaram reivindicando seus direitos, a segunda onda se inicia em 1960 e durou até 1980 e recebeu o slogan “O pessoal é político”, criado pela feminista Carol Hanisch, identificando o problema da desigualdade dos problemas culturais e políticos, encorajando mulheres a serem politizadas e combaterem as estruturas sexistas de poder.

Para uso de maior enfoque na pesquisa, em 1989, introduziu-se o conceito de *interseccionalidade* para que mulheres atingidas por vários tipos diferentes de opressão (raça, classe, sexualidade) pudessem analisar sua condição.

Ainda na terceira onda, buscavam evitar universalizar o conceito de mulher e reconhecer as diferentes variedades de identidades e experiências de mulheres. A terceira onda rejeita quaisquer tentativas de identificação de objetivos comuns, gerais, padronizados, e sequer se reconhece enquanto um movimento coletivo. O conceito de feminismo aqui se atomiza, se individualiza e quando isto acontece ele começa a se enfraquecer e a ser capitalizado.

A liberdade de escolha da mulher foi um grande foco da terceira onda com a luta contra a pornografia e prostituição, sendo entendidas como possibilidades de libertação e não mais como violência. Outro foco da terceira onda foi a tentativa de apropriação de termos misóginos e pejorativos contra mulheres. O maior exemplo é a palavra “vadia”. A terceira onda entende que “vadia” e seus sinônimos são utilizadas pelos homens como forma de reprimir e de repreender mulheres que vivem como querem.

Depois de um tempo, as mulheres começaram a se apropriar do design para discutir causas feministas. Como exemplo, destaca-se Barbara Kruger, fotógrafa e artista norte-americana com diferentes composições de forte identidade visual. Abordando uma variedade de temas como consumismo, estética, questões de gênero, política e relações de poder no relacionamento social, a artista constrói um meio eficaz de divulgar seus ideais e opiniões.

Alguns trabalhos da artista dentro da publicidade e do feminismo, chama a atenção pela representação da mulher nos espaços público e privado, a mesma também não se manifestava apenas contra o patriarcado na sociedade, como também dentro da produção

cultural. Barbara faz uso de meios acessíveis ao público, de forma que suas críticas possam ser vistas e apreciadas por qualquer pessoa, como por exemplo, exposições nas fachadas de prédios.

Além disso, a artista expõe e questiona relações de poder e padrões pré-estabelecidos em ruas ou shopping centers. As artes de Barbara expõem a mulher objetificada pelo patriarcado e pelo capitalismo. Em seu ativismo, mostra que o sexismo impõe sobre a mulher, passando desde o interior do lar até atingir sua condição enquanto indivíduo na esfera pública.



Figura 1. Obra “Blind Eye” (Olho cego). Barbara Kruger. Site

Barbara Kruger é talvez mais conhecida por slogans adicionados às imagens, incluindo a famosa feminista "Seu corpo é um campo de batalha". Sua crítica ao consumismo é destacada pelo slogan que ela também tornou famoso: "Eu compro, logo existo." Em uma foto de um espelho, estilhaçado por uma bala e refletindo o rosto de uma mulher, o texto sobreposto diz "Você não é você mesmo".

Alguns exemplos de frases que Barbara Kruger justapõe com suas imagens: "Suas ficções se tornam história", "Seu corpo é um campo de batalha", "Eu compro, logo existo". Perguntas como "Quem ora mais alto?" ou "Quem ri por último?" - este último acompanhando um esqueleto em pé diante de um microfone.

A imagem abaixo é um exemplo disto, onde a mão de uma criança segura a mão de um adulto e nota-se o impacto da frase “Cada desejo seu é nosso comando”.

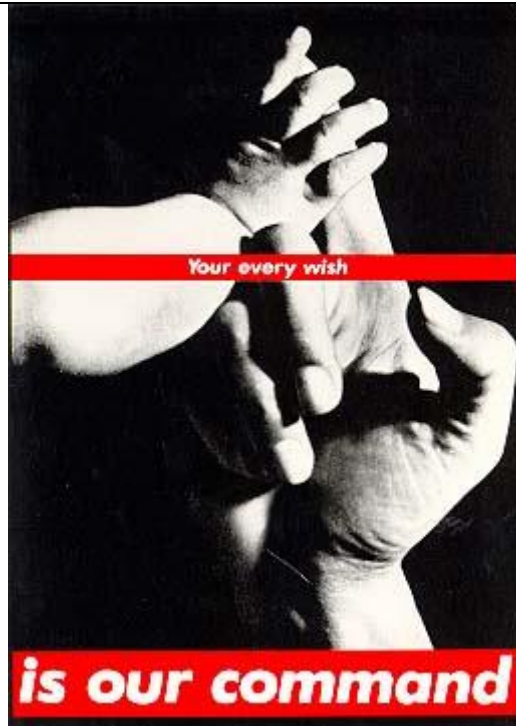


Figura 2. Barbara Kruger. Obra “Cada desejo seu é nosso comando”. Site.

Outro grupo dentro da Terceira Onda feminista a ser analisado, é o Guerrilla Girls, onde artistas ativistas usam fatos e humor com imagens para expor o sexismo, racismo e corrupção em forma de arte.

Na ativa há mais de 30 anos, essas guerrilheiras anônimas escondem o rosto sob uma máscara de gorila e dedicam seu tempo a denunciar a falta de representação feminina em coleções e mostras, por meio de levantamentos como esse. O resultado são cartazes nos quais imprimem frases como a que abrem este texto, exibidos ao redor do mundo.

“É muito mais fácil para uma mulher estar pelada numa exposição do que mostrar seu trabalho como artista no mesmo espaço”, diz Käthe Kollwitz, uma das integrantes do grupo ativista norte-americano Guerrilla Girls.

A militância das Guerrilla Girls começou nas ruas de Nova York na década de 80. “Saíamos escondidas à noite colando os lambe-lambes”, lembra Käthe. Com a repercussão, o coletivo passou a receber pedidos de entrevistas e teve a ideia de adotar as máscaras de gorila para preservar seu trabalho individual e manter o anonimato. O próximo passo foi o nome, Guerrilla, que, em inglês, tem sonoridade semelhante a gorila. “Com esse disfarce, chamamos mais atenção para a causa”, explica Käthe.

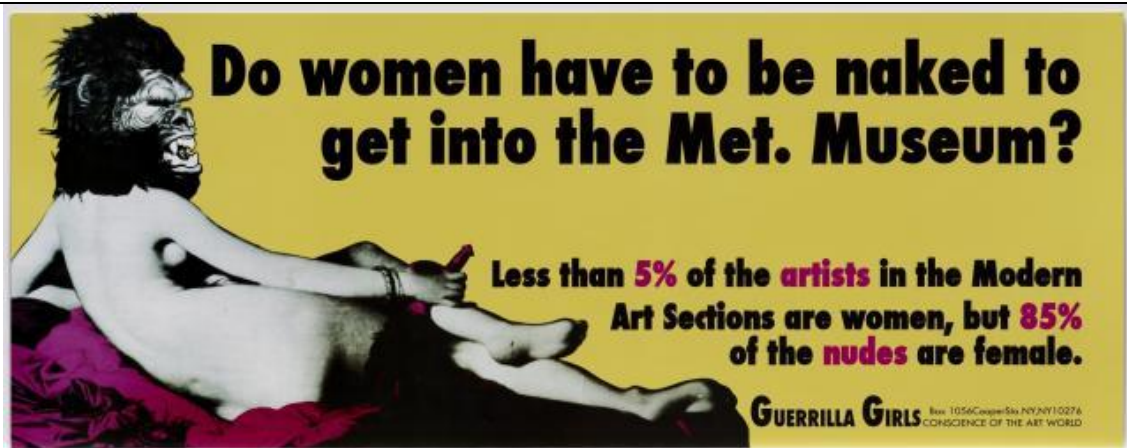


Figura 3. Guerrilla Girls. Dallas Museum of Art.

A terceira onda ainda se faz presente nos debates do feminismo contemporâneo. Um exemplo é Djamila Ribeiro, que aborda pautas raciais e a descolonização do pensamento branco. Para Djamila, racismo, opressões de classe e machismo dividem a sociedade, colocando o homem branco no topo e a mulher branca na base. Diante disso, é necessário desconstruir alguns conceitos, repensar lugares de privilégios para mudar a realidade em que a maioria da população está apartada de acessos básicos a direitos.

Sobre a construção de identidades, Djamila destacou que pessoas brancas não se percebem, não se identificam como brancos, não percebem que ser branco é uma identidade, se colocam, mais uma vez, como universais.

Baseando estudos no livro da autora “Quem tem medo do feminismo negro” (RIBEIRO, 2018), Djamila coloca em destaque a questão opinativa de muitas pessoas como comentaristas de jornal, onde os nomeiam de “especialistas em opinião”, cujo mesmo sem ter ideia do que se trata, os mesmos dão pitaco sobre diferentes temas fazendo uma crítica pertinente a algo.

É claro que ninguém tem obrigação de saber de nada, mas quando alguém se propõe a falar sobre um assunto, deveria saber o mínimo a respeito, ou ter a humildade de reconhecer que precisa aprender. Não há problema nenhum nisso, já que estamos em constante aprendizado. Porém, o especialista em opinião não se importa: o que ele deseja é mostrar uma pretensa postura revoltada e impositiva. (RIBEIRO, 2018)

Simone de Beauvoir já havia desnaturalizado o ser mulher, em 1949, com O segundo sexo. Ao dizer que “Ninguém nasce mulher, torna-se mulher”, a filósofa francesa distingue a construção do “gênero” e o “sexo dado”, e mostra que não é possível atribuir às mulheres certos valores e comportamentos sociais como biologicamente determinados.

A relação entre política e representação é uma das mais importantes no que diz respeito à garantia de direitos para as mulheres, e é justamente por isso que é necessário rever e questionar quem são esses sujeitos que o feminismo estaria representando. Se a universalização da categoria “mulheres” não for combatida, o feminismo continuará deixando muitas delas de fora e alimentando assim as estruturas de poder. (RIBEIRO, 2018)

Ainda para entender e desconstruir o lugar do negro na sociedade brasileira, a historiadora Lélia Gonzalez se posicionava fortemente sobre o tema, onde encontrou no mundo acadêmico contradições e barreiras sociais que a levaram para a militância no feminismo e no movimento negro.

A partir daí, participou da formação de partidos políticos e participou das discussões sobre a Constituição de 1988, onde integrou o Primeiro Conselho Nacional dos Direitos da Mulher.

Ao propor uma nova visão do feminismo, que considere o caráter multirracial e pluricultural da América Latina, em contraposição à visão eurocêntrica, ela discutiu, ainda nas décadas de setenta e oitenta, o que hoje se aproxima dos conceitos de feminismo interseccional (que incorpora as desigualdades de raça e classe) e decolonial (que questiona a ordem econômica e de pensamento de grupos dominadores). (MERCIER, 2020).

Gonzalez influenciou na conscientização e mobilização de mulheres negras, pois viu que, assim como no movimento feminista havia a manutenção da ideologia racista, o movimento negro tampouco escapava da mentalidade machista, o que apontava para a necessidade de um espaço próprio de discussão. (MERCIER, 2020).

Além disso, já afirmam existir uma quarta onda feminista, principalmente pelo grande e contínuo uso das redes sociais para propagação, entendimento e divulgação de ideais feministas. Mesmo não possuindo nenhuma teoria, são apontados como pautas frequentes a cultura do estupro, a representação da mulher na mídia, os abusos vivenciados no ambiente de trabalho e nas universidades, e a postura de denúncia e de recusa ao silenciamento.

As palavras-chave da quarta onda feminista são “liberdade” e “igualdade”. O mundo e as mulheres de hoje estão lidando com expressões como “feminismo” e “igualdade de gênero” e vendo que isso está deixando de serem palavrões para se tornarem

jargões midiáticos como iscas de consumo e o futuro dependerá de como a próxima onda feminista irá responder sobre isso.

Um grupo de punk rock feminista russo que ficou bem conhecido dentro da onda feminista foi o “Pussy Riot”, o grupo formado em agosto de 2011, realizava shows de manifestação política em prol dos direitos das mulheres e contra políticas governamentais, o grupo também era contra o presidente russo Vladimir Putin, considerando-o como um ditador.

As ações do grupo certa vez foram condenadas como sacrílegas pelo clero e interrompidas pela segurança da Igreja, após protestarem em uma catedral contra o apoio do líder da igreja ortodoxa russa. Três integrantes foram detidas sem fiança e submetidas a condições precárias. A prisão causou uma comoção internacional, com artistas como Madonna, Paul McCartney, Adele, dizendo que consideravam que elas não deveriam ter sido presas.



Figura 4. Pussy Riot. G1.

Design, Ativismo e Feminismo

Design, ativismo e feminismo se completam em diversos sentidos, possuem relações existentes entre si. O Design tem um papel importante na difusão de conceitos autênticos, mas simples ao mesmo tempo, favorece uma melhor compreensão de ideias sociais, políticas e econômicas. Assim, em um ambiente extremamente estetizado (Lipovetsky e Serroy, 2015) como as redes sociais e os ambientes digitais como um todo

se verifica que padrões de cores, formas, imagens e representações predominem sobre outras formas possíveis de se conceber maneiras de se entender no mundo.

O Design é um vocábulo de importação recente na Língua Portuguesa, começando a ser empregado no Brasil a partir da década de 1960. Sinônimo de desenho industrial. (...) De modo geral, design refere-se à concepção e à elaboração de projetos, tanto para a fabricação de artefatos industriais quanto para a configuração de sistemas de interação entre usuários e objetos. (CARDOSO, 2008)

Já o Design Ativista é essa necessidade de expandir o Design para que ele não ficasse mais apenas em disposição do mercado. Com esse pensamento, foi criado o movimento Design Ativista, que teve início no Brasil com uma pequena comunidade, reunindo criadores visuais que “não aguentavam mais” ver tanta coisa errada. Após expressarem suas ideias, viram que isto acabou tomando uma grande proporção. Tudo começou na época das eleições em 2018, quando foi criado o grupo “Design Ativista” com mais de quatro mil designers de todo Brasil. Hoje o movimento conta com encontros anuais e uma página no Instagram (@designativista). Oficialmente, trata-se de uma espécie de braço do Mídia Ninja.

O Design Ativista também atuou em projetos de médio e longo prazo, como foi a criação de grupos de trabalhos (nomeados como GT) que estão desenvolvendo materiais e aproveitando das plataformas digitais para conscientizar a população sobre os riscos de quebrar o tempo de isolamento social em tempos de COVID-19, além de levar formas de informações de proteção para a parte da população que não teve escolha de entrar em quarentena. (DESIGN, 2020).

A partir desse mapeamento envolvendo Ativismo Feminista e Design, nota-se a maior visibilidade de diversas artistas no cenário brasileiro na temática de ilustração, feminismo, ativismo e com trabalhos que repercutem de forma cada vez mais ampla no Instagram para aqueles que seguem ou tem interesses em determinadas páginas ou temáticas abordadas.

Design ativista feminista

A fim de ilustrarmos como tem sido o trabalho das designers pelas redes, apresentamos agora alguns exemplos significativos de mulheres que tem utilizado o

design para a abordagens de causas feministas na internet. Um grupo que está trabalhando com grande parte de design visual com ideias feministas e de empoderamento é o (@prchzkova), de Marina Procházka, ilustradora e artista visual, que criou o projeto “Meninas em Rede”, um guia para fortalecimento de redes de proteção e apoio contra a violência online. O projeto está disponível em um link no perfil da artista e conta com diversos temas como: descriminalização contra mulheres, recursos de rede de computador, discurso de ódio na Internet, legislação, violência contra mulheres, crimes, entre outros.

O guia traz um glossário que explica os tipos mais frequentes de violências que atingem meninas e mulheres na internet e uma lista das leis vigentes no Brasil criadas para proteger vítimas de crimes digitais.



Figura 5. Meninas em Rede. Site.

Além destas seções, também tem um passo a passo para engajar as redes de apoio e auxiliar a identificar e ajudar meninas que passam por violências desse tipo e sugestões de atividades para mapear e conhecer as redes locais e regionais disponíveis para apoio e proteção.

O guia contém ainda um passo a passo sobre como denunciar casos de violência de gênero na internet e uma página de perguntas e respostas para facilitar a identificação de casos e para saber como agir em cada um deles. “Sozinha, ninguém vai acabar com a violência de gênero na internet. Mas juntas e bem informadas é possível criar um grande

movimento para transformá-la num espaço mais democrático e seguro.” (extraído do Guia Meninas Em Rede)

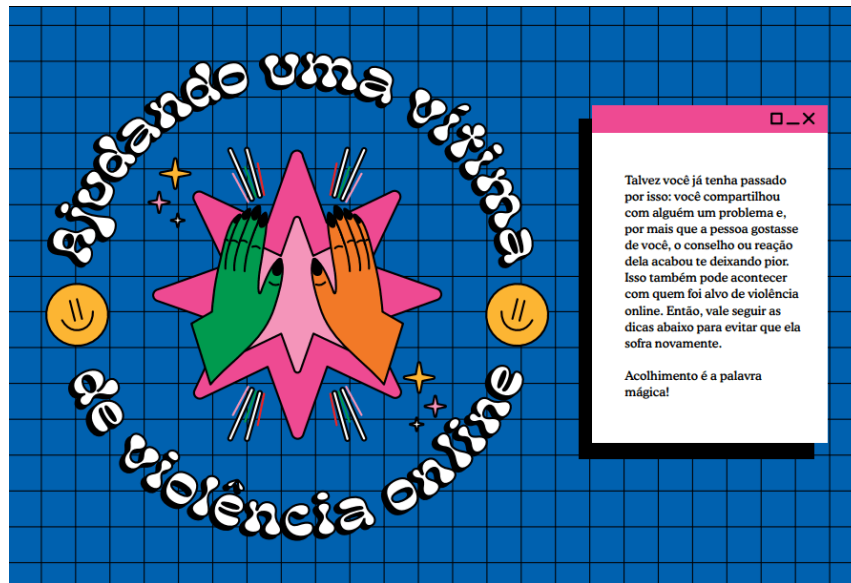


Figura 6. Meninas em Rede. Site.

O projeto Campanha de Mulher⁴ também é de grande importância na luta feminina, mostram diferentes aspectos e motivos interessantes para votar em mulheres, buscando ajudar mulheres a se elegerem e ocuparem a política. Com diversas comunicadoras ativistas de diferentes áreas como jornalismo, design, fotografia, participantes do *Mídia Ninja*, juntamente com pré-candidatas feministas para realçar que política é sim coisa de mulher. Além de diversas homenagens e protestos sobre o caso Marielle Franco, com a #MariellePresente e diversos vídeos de manifestações que ocorreram e ocorrem no mundo todo.

⁴ <http://campanhademulher.org>



Figura 7. Campanha de Mulher. Site

Método

Para compreender melhor o movimento ativista feminista no *Instagram*, serão mapeados 10 perfis de designers de variados critérios como valorização do corpo, proteção da mulher, defesa do feminismo e seus direitos, entre outros.

No geral, esses trabalhos do mapeamento têm um traço mais caricato com temas suaves com mensagens que tem a ver com autoestima, sororidade e feminismo. Baseado nisso, esses designers de sua maioria composta por mulheres, buscam compreender a realidade atual feminina e como combater isso perante a sociedade em que vivemos.

Foram escolhidos perfis individuais de brasileiras que tem um traço próprio de 10 mil seguidores ou mais. Após estes seis perfis, na hora de analisar o critério, analisamos mais quatro que são coletivos.

Artistas selecionados e identificados como principais para estudos das #feminismo, #designativista e #ativismo:

Individuais:

1. @illustramanda – rede com padrões de ilustrações feministas, acolhimento, sororidade e força feminina com 92,5 mil seguidores;
2. @ilustraclementine – Rede com ilustrações de padrões feministas, empoderamento e força feminina com 315 mil seguidores;

-
3. @ilustragi – Rede com ilustrações autorais sobre liberdade feminina, força e superação com 135 mil seguidores;
 4. @ilustragabs – Rede com ilustrações de uma artista e professora digital sobre dicas, luta feminina e auto ajuda com 402 mil seguidores;
 5. @belsempadiao – Perfil sobre com quebra de padrões, movimento corpo livre, empoderamento e moda plus size com 25,5 mil seguidores;
 6. @_anaclarabm – Perfil sobre ativismo, acessibilidade, representatividade, preconceito e luta feminina com 45 mil seguidores.

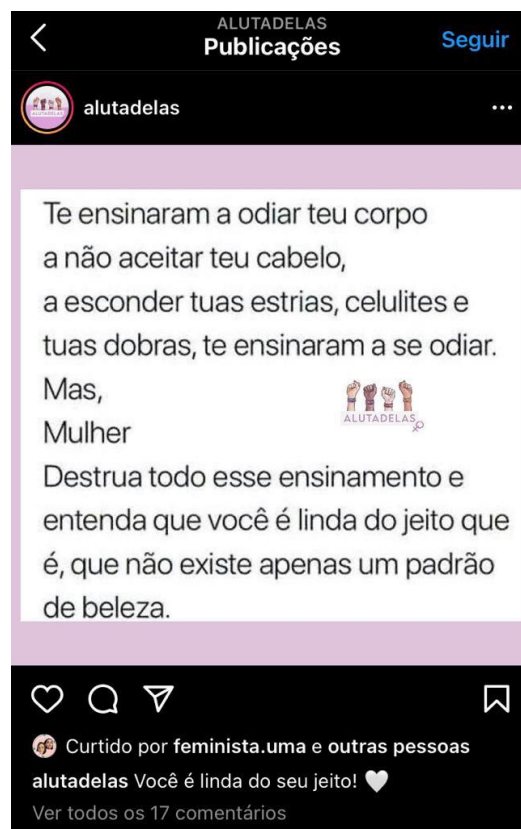
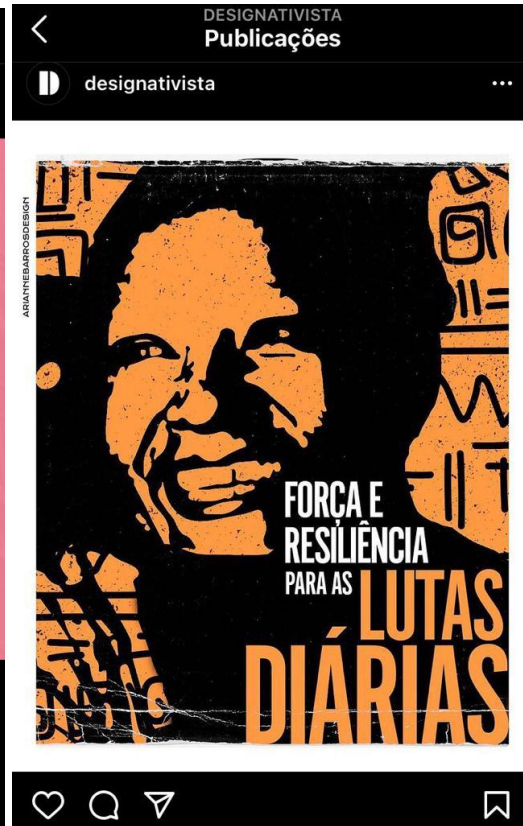
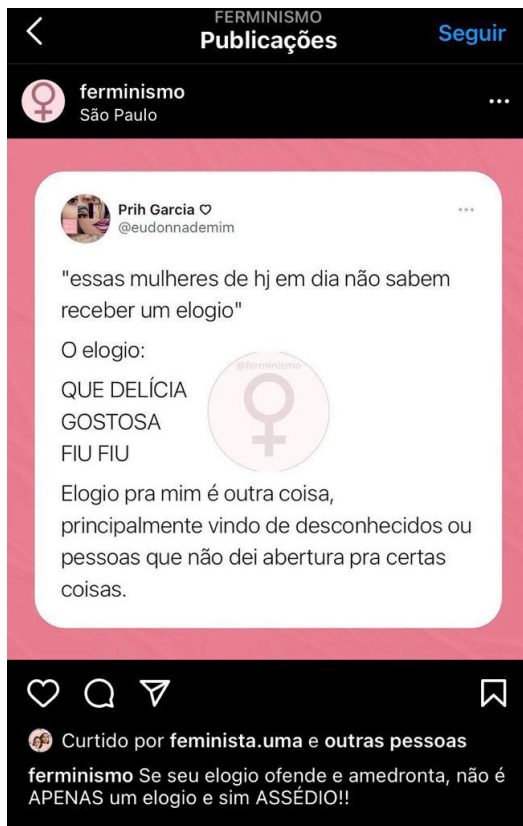
Coletivos:

1. @irmasguedesc – Duas administradoras mulheres ilustradoras falando sobre liberdade feminina, sororidade e força com 82,1 mil seguidores;
2. @alutadelas – Feminismo com padrões de posicionamentos políticos, revolução, saúde mental e sororidade com 26,7 mil seguidores;
3. @ferminismo – Rede com padrões de feminismo, antirracismo, política e empoderamento com 1,1 milhão seguidores;
4. @designativista – Rede abrangendo o design no geral sobre lutas, sororidade e respeito com 221 mil seguidores.

Dentro do item de perfis individuais, conseguimos perceber que todas elas falam muito sobre autoestima, buscando colocar seus seguidores para cima, uma partilha emocional para segurar a onda da pandemia, evitando problemas como a depressão.

Além do critério de mulheres contra o atual presidente Bolsonaro, com um apelo emocional onde as peças buscam afetar a audiência dentro do Design Ativista Feminista no Brasil e apoiar mulheres e pessoas que passam por dificuldades e lutam para um governo que funcione em muitos aspectos.

Abaixo, vemos três exemplos de postagens dos perfis @ferminismo, @designativista e @alutadelas. As mensagens podem ter alta carga afetiva em peças de design, como no caso do Design Ativista, ou ainda um peso textual maior, como nos dois outros casos.



Conclusões

A partir do levantamento bibliográfico realizado, a aproximação do design gráfico com o feminismo e o método de análise dos perfis no *Instagram*, podemos observar que a insatisfação une pessoas e, em momentos sombrios como o que estamos vivendo dentro da política e na vida de muitas mulheres, as pessoas que mais estão se unindo buscando divulgação e que as informações cheguem da forma mais rápida para a população são os artistas e designers, escrevendo e fortalecendo o que hoje é tão conhecido como Design Ativista e o quanto estes jovens brasileiros buscam, por meio do Design, expandir o tema com postagens nas redes sociais de forma a incentivar a luta feminina em busca de respeito.

Por fim, por meio da abordagem da pesquisa é possível entender a importância de ressaltar a causa feminista e o quanto isso está se tornando um assunto que vem tomando um rumo importante nos dias atuais devido à grande quantidade de denúncias e notícias que vemos diariamente do quanto o direito ao respeito e à liberdade não é considerado da forma como deveria.

Todo o contexto desse trabalho se dá justamente com contribuição para se compreender novas formas de se fazer política no Brasil contemporâneo, considerando as diversas forças que entram em jogo na comunicação em rede e os possíveis benefícios que a democracia, a luta das mulheres e a formação cidadã podem estar tendo com movimentos como esses que estamos aqui destacando.

Referências bibliográficas

A ARTE feminista e as imagens encontradas de Barbara Kruger. **GREELANE**, 01 dez. 2017. Disponível em <https://www.greelane.com/pt/humanidades/hist%C3%B3ria--cultura/barbara-kruger-bio-3529938/>. Acesso em 29 de Janeiro de 2021.

AJN, Redação. Conheça o guia Meninas em Rede. **AGÊNCIA JOVEM**. Disponível em <https://www.agenciajovem.org/wp/conheca-o-guia-meninas-em-rede/>. Acesso em 29 de Janeiro de 2021.

AZOLIN, Flávia. Barbara Kruger e as representações da mulher nos espaços público e privado. **Delirium Nerd**, 23 out. 2019. Disponível em <https://deliriumnerd.com/2019/10/23/barbara-kruger-arte-feminista-colagem-fotografia/>. Acesso em 30 de Janeiro de 2021.

BEZERRA, Juliana. Feminismo no Brasil. **Toda Matéria**, 5 mai. 2020. Disponível em <https://www.todamateria.com.br/feminismo-no-brasil/>. Acesso em: 02 de Fevereiro de 2021.

CANCIAN, Renato. Feminismo – Movimento surgiu na Revolução Francesa. **UOL**, 8 mar. 2016. Disponível em <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/sociologia/feminismo-movimento-surgiu-na-revolucao-francesa.htm#:~:text=O%20movimento%20feminista%20contempor%C3%A2neo%20surgiu,pela%20%22liberta%C3%A7%C3%A3o%22%20da%20mulher.> Acesso em 29 de Abril de 2021.

CAMPANHA DE MULHER. Disponível em <https://campanhademulher.org/>. Acesso em 29 de Janeiro de 2021.

CARDOSO, Rafael. O Design Gráfico e sua história. **Revista Artes Visuais, Cultura e Criação**. 2008. Rio de Janeiro: Senac, 1-7. Disponível em <https://docente.ifrn.edu.br/carlosdias/informatica/programacao-visual/o-design-grafico-e-sua-historia/>. Acesso em 01 de Março de 2021.

DESIGN Ativista. **Medium**, 30 jun. 2020. Disponível em <https://medium.com/news-quarentena/design-ativista-acb79ec0739c#:~:text=%C3%89%20com%20esse%20pensamento%20que,que%20nunca%20entre%20os%20criativos.> Acesso em 17 de Março de 2021.

FAHS, Ana Salvatti. Movimento Feminista: História no Brasil. **POLITIZE**, 19 set. 2016. Disponível em: <https://www.politize.com.br/movimento-feminista/>. Acesso em 01 de Maio de 2021.

FONSECA, Ludimilla. Imagens em disputa: Dos cartazes do Atelier Populaire na França de 1968 à fábrica de memes no Brasil de 2018. **Revista Desvio**, 11 out. 2018. Disponível em: <https://revistadesvio.com/2018/10/11/imagens-em-disputa-dos-cartazes-do-atelier->

[populaire-na-franca-de-1968-a-fabrica-de-memes-no-brasil-de-2018/](#). Acesso em 01 de Maio de 2021.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**. São Paulo: Cia das Letras, 2015.

MACEDO, Leticia. A revolta de Maio de 68 na França através dos cartazes feitos na época. **G1**, 06 mai. 2018. Disponível em <https://g1.globo.com/mundo/noticia/a-revolta-de-maio-de-68-na-franca-atraves-dos-cartazes-feitos-na-epoca.ghtml>. Acesso em 30 de Janeiro de 2021.

MERCIER, Daniela. Lélia Gonzalez, Onipresente. **EL PAÍS**, 25 out. 2020. Disponível em <https://brasil.elpais.com/cultura/2020-10-25/lelia-gonzalez-onipresente.html>. Acesso em 17 de Março de 2021.

PEREZ, Fabíola. Um novo jeito de fazer política. **ISTOÉ**, 12 out. 2017. Disponível em: <https://istoe.com.br/um-novo-jeito-de-fazer-politica-2/>. Acesso em 08 de Fevereiro de 2021. ,

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro**. São Paulo: Cia das Letras, 2018.