

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN VISUAL

Milo Cardoso da Silva

Comunicação com jovens: ilustrando a vivência de
mulheres trans e negras visando a conscientização

Porto Alegre
2021

Milo Cardoso da Silva

Comunicação com jovens: ilustrando a vivência de
mulheres trans e negras visando a conscientização

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Design Visual, da Faculdade
de Arquitetura da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Design Visual.

Orientadora: Prof. Dra. Gabriela Perry

Porto Alegre
2021

BANCA EXAMINADORA

Comunicação com jovens: ilustrando a vivência de
mulheres trans e negras visando a conscientização

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Design Visual, da Faculdade
de Arquitetura da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Design Visual.

Prof. Dra. Gabriela Perry – Orientadora – UFRGS

Prof. Dr – UFRGS

Prof. Dr – UFRGS

A todas as travestis e mulheres trans negras.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer meus pais, Cida e Claudio, pelo infinito apoio, amor, suporte e aceitação que sempre recebi.

À minha orientadora e amiga, Gabriela, que me ajudou de outras formas muito antes de me orientar, e que serei sempre muito grato. Obrigado pela paciência, recomendações e críticas. A vários amigos, em especial Douglas, Gregory, Kelsey, Lorenzo, Lydia e Matheus, que de uma forma ou outra me apoiaram durante a produção deste trabalho.

À Briannah e Elisabeth, por terem criado comunidades LGBTQ+ inclusivas que tenho muito orgulho de participar e auxiliar, e que indiretamente acenderam meu desejo de desenvolver um projeto que englobasse mulheres trans. À Márcia, pelos conselhos e conversas semanais. À Ruvana De Carli por auxiliar na validação do projeto. A todas e todos que participaram da coleta de dados.

Por fim, agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, por me proporcionar ensino superior gratuito e de qualidade.

RESUMO

Este trabalho trata de um projeto de comunicação visual voltado ao público adolescente, de 13 a 17 anos, que aborde questões de transexualidade, com enfoque em mulheres trans e negras, com a intenção de promover conscientização e trazer um conhecimento positivo sobre estas mulheres marginalizadas. Na fundamentação teórica, serão tratados aspectos da vida de uma pessoa trans, formação do movimento LGBTQ+, interseccionalidade entre o movimento LGBTQ+ e o Movimento Negro, comunicação com o público adolescente e princípios de design de comunicação que dão assistência do desenvolvimento do projeto. A metodologia escolhida para projeto de design de comunicação é de Frascara (2004) com ajustes de projeto específicos deste trabalho. O conceito do projeto é uma publicação online curta, facilmente redistribuída, compartilhada e repostada em mídias sociais, que represente mulheres trans e negras de forma positiva.

Palavras-chave: mulheres negras, transexualidade, design de comunicação, adolescência, conscientização.

ABSTRACT

This work presents a visual communication project towards an adolescent public, between 13 and 17 years old, that approach transgender issues with a focus on black trans women, with the intention to raise awareness towards these marginalized women. The theoretic subjects in this dissertation covers the general aspects of the life of a transgender person, LGBT+ movement formation, the intersectionality between the LGBT+ movement and the Black movement, and communication design principles that help frame the development of the design project. The communication design methodology is heavily based on Frascara (2004), with adjustments to better fit this work specifically. The project's concept is that of short online publications that are easily redistributed, shared and reposted in social media, that represent black trans women in a positive light.

Keywords: black women, transgender, communication design, adolescence, awareness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cartilha Cuidar bem de cada um	•13
Figura 2 – Cartilha Transexualidade e Travestilidade na Saúde	•13
Figura 3 – O nascimento de Joicy	•20
Figura 4 – Meu nome é Amanda	•20
Figura 5 – Tirinha de Laerte Coutinho	•21
Figura 6 – Rae The Doe Comes Out (Rae, a Corça Sai do Armário)	•22
Figura 7 – Passatempos mais comuns em jovens de 13 a 17 anos	•30
Figura 8 – Redes sociais e websites mais utilizados por adolescentes de 13 a 17 anos	•31
Figura 9 – Nível de preocupação nos participantes	•31
Figura 10 – Conhecimento dos participantes de ao menos, uma mulher trans	•32
Figura 11 – Relação do participante com mulher a trans conhecida	•32
Figura 12 – Vontade de consumir conteúdo sobre mulheres trans	•33
Figura 13 – Amostras de paletas de cores utilizadas em cada mídia social	•36
Figura 14 – Ilustração implementada na plataforma de conversas e fóruns Discord	•36
Figura 15 – Gráficos para playlists na plataforma de streaming de áudio Spotify	•37
Figura 16 – Paleta de cores secundária da plataforma de streaming Twitch	•37
Figura 17 – Tela de customização da rede social Twitter em desktop	•38
Figura 18 – Tela de erro de conexão e tela de categorias no aplicativo do YouTube	•38
Figura 20 – Aplicação de ilustrações no app Facebook	•39
Figura 19 – Ilustração produzida para o sistema gráfico de Facebook	•39
Figura 21 – Um anfitrião acolhe seus convidados no Japão	•40
Figura 22 – Tipografia Helvetica Neue	•41
Figura 23 – Tipografia Roboto	•41
Figura 24 – Tipografia San Francisco	•41
Figura 25 – Painel de referências para mulheres negras	•42
Figura 26 – Painel de referências para mulheres negras	•42
Figura 27 – Painel de referências para mulheres negras	•43
Figura 28 – Painel de referências com personagens negras	•43
Figura 29 – Painel de referências com personagens negras	•44
Figura 30 – Painel de referências com personagens negras	•44
Figura 31 – Rascunhos das publicações com foco na personagem principal	•45
Figura 32 – Arte conceitual para as personagens principais	•45
Figura 33 – Esboços rápidos para determinar tempo e tema geral das publicações	•47
Figura 34 – Segunda iteração dos rascunhos, com maior complexidade	•47

Figura 35	– Linhas naturais da ilustração que trazem o olhar do espectador para a ação da cena	•48
Figura 36	– Utilização de grid e regra dos terços para dar foco em certas partes da imagem	•48
Figura 37	– Arte final para publicação sob o tema “Aspecto Social/Legal para mulheres trans”	•49
Figura 38	– Rascunho “thumbnail” e rascunho inicial para a publicação “15 Anos”	•50
Figura 39	– Rascunho com definições de posição para balões de fala e texto	•51
Figura 40	– Versão finalizada para a publicação “15 Anos”	•52
Figura 41	– Rascunho inicial para a publicação “Carteira Social”	•53
Figura 42	– Segundo Rascunho para a publicação “Carteira Social”	•54
Figura 43	– Desenvolvimento do segundo quadro da publicação “Carteira Social”	•54
Figura 44	– Mudança no último quadro da publicação “Carteira Social”	•55
Figura 45	– Versão finalizada da publicação “Carteira Social”	•56
Figura 46	– Rascunho inicial da publicação “Família”	•57
Figura 47	– Rascunho inicial da publicação “Família”	•58
Figura 48	– Segundo quadro para a publicação “Família”	•58
Figura 49	– Último quadro para a publicação “Família”	•59
Figura 50	– Versão final para a publicação “Família”	•59
Figura 51	– Relação de paleta de cores entre os personagens	•60
Figura 52	– Teste com cores no cabelo do personagem Lucas	•61
Figura 53	– Rascunho inicial com Bianca no terceiro quadro com Lucas	•61
Figura 54	– Versão final da publicação “Infância”	•62
Figura 55	– Alteração no quadro dois da publicação “15 Anos”	•68
Figura 56	– Alteração no balão de fala do último quadro de “15 Anos”	•68
Figura 57	– Mudança do primeiro quadro da publicação “Carteira Social”	•69
Figura 58	– Mudança do primeiro quadro da publicação “Carteira Social”	•69
Figura 59	– Alteração nos tamanhos e pesos dos tipos na publicação “Família”	•70
Figura 60	– Quebra no texto e balões de fala para melhorar o ritmo de leitura	•70
Figura 61	– Sobreposição no primeiro quadro da publicação “Infância”	•71
Figura 62	– Sobreposição no último quadro da publicação “Infância”	•71
Figura 63	– Sobreposição no último quadro da publicação “Infância”	•72
Figura 64	– Versão final da publicação “15 Anos” após avaliação	•73
Figura 65	– Versão final da publicação “Carteira Social” após avaliação	•74
Figura 66	– Versão final da publicação “Família” após avaliação	•75
Figura 67	– Versão final da publicação “Infância” após avaliação	•76

LISTA DE SIGLAS

CID: Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde

DSM: *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LGBT+: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Trans* e Travestis, *Queer*, Intersexuais e Assexuais

OMS: Organização Mundial da Saúde

PNE: Plano Nacional de Educação

SUS: Sistema Único de Saúde

TSQ: *Transgender Studies Quarterly*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	• 12
2	PROBLEMA DE PROJETO	• 15
3	OBJETIVOS DE PROJETO	• 15
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	• 16
4.1	SITUAÇÃO DAS PESSOAS TRANS	• 16
4.1.2	Movimento LGBTQ+	• 18
4.1.3	Visão médica	• 19
4.1.4	Visão legal	• 19
4.1.5	Mídia existente que evidencia a mulher trans	• 20
4.2	INTERSECCIONALIDADE ENTRE O MOVIMENTO NEGRO E O MOVIMENTO LGBTQ+	• 24
4.3	EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO COM ADOLESCENTES	• 26
4.4	DESIGN DE COMUNICAÇÃO	• 27
5	COLETA DE DADOS COM PÚBLICO-ALVO	• 30
6	METODOLOGIA DE PROJETO	• 34
7	CONCEITO	• 36
8	DESENVOLVIMENTO	• 37
8.1	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	• 37
8.1.1	Utilização de cores	• 37
8.1.2	Estilo de ilustração	• 40
8.1.3	Tipografia	• 41
8.1.4	Conceito das personagens principais	• 42
8.1.5	Temas das publicações	• 47
8.1.6	Layout, grids e hierarquia da informação	• 49

8.2	SELEÇÃO DE ALTERNATIVAS	• 50
8.3	DESENVOLVIMENTO DA SOLUÇÃO	• 51
8.3.1	Publicação “15 anos”	• 51
8.3.2	Publicação “Carteira Social”	• 54
8.3.3	Publicação “Família”	• 58
8.3.4	Publicação “Infância”	• 61
9	AVALIAÇÃO	• 64
9.1	ESPECIALISTA: PSICÓLOGA	• 64
9.2	ESPECIALISTA: PROFESSORA E JORNALISTA	• 66
9.3	ESPECIALISTA: DESIGNER	• 66
10	DETALHAMENTO	• 69
10.1	PUBLICAÇÃO “15 ANOS”	• 69
10.2	PUBLICAÇÃO “CARTEIRA SOCIAL”	• 70
10.3	PUBLICAÇÃO “FAMÍLIA”	• 71
10.4	PUBLICAÇÃO “INFÂNCIA”	• 72
10.5	VERSÕES FINAIS	• 74
11	CONSIDERAÇÕES FINAIS	• 78
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS DO PÚBLICO-ALVO	• 86
	ANEXO A – THE DESIGN PROCESS, JORGE FRASCARA (2004)	• 89

1 INTRODUÇÃO

As mulheres trans negras são, infelizmente, o elo mais fraco na sociedade, principalmente no Brasil (BENEVIDES et al, 2020). É uma população altamente marginalizada, por conta de preconceitos muitas vezes reproduzidos na grande mídia e nas relações familiares (KRELL, 2017; KOKEN et al, 2019). Desta forma, possuem uma expectativa de vida baixíssima em relação à média brasileira, sendo a primeira 35 anos e a segunda, 75,5 anos (IBGE, 2018). Essa expectativa de vida baixa se dá por vários fatores, sendo alguns deles a dificuldade ao acesso ao sistema de saúde, preconceito ao tentar um emprego, e transfobia que pode levar a agressões, abuso e até ao assassinato. Além disso, considerando a estatística de assassinatos de mulheres trans no Brasil, 90% das que foram mortas eram pardas ou pretas, o que não condiz com a demografia nacional de 51% da população (BENEVIDES et al, 2020). Ou seja, não apenas as mulheres trans negras são alvo de transfobia e transmisoginia - que pode levar à morte - como também em grande maioria também tem de lidar com racismo estrutural e sistemático existente no Brasil. Isso pode ser o resultado de um apagamento de mulheres que são simultaneamente trans e negras, da mesma forma muitos que experimentos sociais desconsideram classe social, etnia e sexualidade, forçando uma cisheteronormatividade branca de classe média em muitos casos (KRELL, 2017). Tendo isso em mente, é pertinente considerar este tema como assunto deste trabalho, que pretende avaliar uma forma de ajudar a informar sobre o preconceito já imposto na sociedade brasileira em relação à mulheres trans e negras.

A melhor forma de tratar deste assunto e evitar a formação de adultos preconceituosos é o diálogo e a comunicação com quem ainda está na adolescência, e tem muitas dúvidas sobre educação sexual e também é normalmente quando questões sexuais e de gênero são levantadas (KOKEN et al, 2019, p. 856; FURLANETTO et al, 2018, p. 553). No Plano Nacional de Educação (PNE), existem diretrizes e recomendações de discutir, além da saúde sexual e reprodutiva, gênero e seus aspectos sociais e questões de sexualidade. No entanto, esses assuntos não são realmente abordados em sala de aula. Com a negligência das escolas em abordar este assunto, muitas vezes por questões religiosas ou higienistas dos docentes (FURLANETTO et al, 2018), a vontade conhecer sobre mulheres trans e a preocupação com homofobia e racismo no país pode ser considerada relevante em adolescentes de 13 a 17 anos, de acordo com coleta de dados feita para este trabalho. Alguns jovens, durante a coleta de dados, manifestaram a indagação do assunto não ser abordado dentro da sala de aula, “Mais sobre isso nas escolas.” (Jovem 1) e sobre a falta de acesso a este assunto para o público mais novo, “Mais conteúdo LGBTQI+ destinado ao público infantil/jovem acessível (*sic*)” (Jovem 2).

Atualmente, no Brasil e também no mundo, o conhecimento e a aceitação da população LGBT+ é muito mais abrangente do que no início do século (GHERINI et al, 2019). No país, algumas medidas já foram estabelecidas para melhorar a vida dessas pessoas mais vulneráveis, como a aceitação do casal homoafetivo, os postos de saúde modelo para a população transexual, transgênero e travesti, além da criminalização da homofobia, como consta na lei 7.716/89

(BRASIL, 1989; BARIFOUSE, 2019). Desde os protestos de *Stonewall* em 1969 nos Estados Unidos, a criação da parada do Orgulho Gay (atualmente conhecida como Parada Livre) a representação de personagens gays e lésbicas em séries, novelas, livros e filmes renomados, como vencedor do Oscar de Melhor Filme, *Moonlight* (2016), gays e lésbicas mantêm uma representação na mídia relativamente importante e de certo modo consistente (GLAAD, 2019). No entanto, a realidade da população transexual, transgênero e travesti é muito diferente, que envolve caricaturas na mídia, que podem ser diretamente atreladas ao preconceito, violência e uma série de mistificações dessas pessoas. Em particular, as mulheres trans e negras são o ramo mais vulnerável dessa comunidade, por sofrerem desenfreados ataques de transfobia, transmisoginia e racismo, que por muitas vezes levam ao homicídio dessas mulheres. Entre 2008 e 2019, o Brasil foi o país com maior número de homicídio de pessoas trans, em particular mulheres transexuais e travestis. Em 2019, houve 124 homicídios, 121 destes de mulheres trans, contra 65 assassinatos no México, que é o país em segundo lugar com mais mortes (BENEVIDES et al, 2020). A violência contra mulheres trans no Brasil não vem apenas da morte destas, mas também muitos casos de preconceito e abuso de poder dentro da área médica (PETRY, p. 101), que é necessária para a terapia hormonal e outros procedimentos que factualmente melhoram sua autoestima e sua vida.

Também é possível argumentar que, atualmente, a discussão sobre a existência, legitimidade e segurança para pessoas trans é recorrente, tanto no Brasil quanto no mundo por entidades sociais, pelo poder público e pelos profissionais da saúde, sociólogos e filósofos, como menciona Petry (2011):

"(...) não haveria exagero em enfatizar que a transexualidade, especificamente, tem suscitado um extenso debate político, social e intelectual que tem colocado em xeque noções essencialistas sobre gênero, sexualidade, corpo e identidade." (PETRY, 2011, p. 20)

Este tópico seria, então, um ponto inicial para uma discussão mais ampla sobre o que é considerado “normal” pelo senso comum em relação a gênero, identidade e individualização do indivíduo. Contemplar este assunto pode, também, ser uma forma de estabelecer uma atitude mais sensível com essa população a partir do conhecimento e da consciência da vivências dessas pessoas, o que é intrinsecamente a essência da que este trabalho propõe. As informações apresentadas anteriormente reforçam o motivo da escolha do tema para este trabalho, que visa propor uma peça de comunicação que incentive a reflexão sobre a humanidade destas mulheres. Afinal, “toda proposta de comunicação vem do pressuposto que ela é criada para enviar uma mensagem específica, e a partir desta, uma reação adequada”. (FRASCARA, 2004, p. 12, tradução do autor)¹. Desta forma, o objeto de design que será desenvolvido ao decorrer deste projeto será a adaptação de material sobre transexualidade que já foram distribuídos pelo

¹ "Every piece of communication design arises from the need to communicate a specific message, and to obtain a desired response."

Ministério da Saúde (Figuras 1 e 2), mas que estreite as informações sobre mulheres trans negras mais especificamente e que seja um conteúdo voltado ao público jovem adolescente, e não a profissionais de saúde, que são o público das cartilhas do Ministério.

Figura 1 – Cartilha Cuidar bem de cada um



Fonte: Ministério da Saúde

Figura 2 – Cartilha Transexualidade e Travestilidade na Saúde



Fonte: Ministério da Saúde

2 PROBLEMA DE PROJETO

Adaptar um material editorial elaborado pelo Ministério da Saúde, em forma de publicações online curtas que, com linguagem adequada a alunos adolescentes, informe e conscientize-os sobre a vida de mulheres trans e negras.

3 OBJETIVOS DE PROJETO

Objetivo geral

Representar a população trans de forma positiva, de forma a conscientizar alunos adolescentes sobre a situação dessas mulheres e garotas negras transgênero que, mais que outras pessoas, precisam de apoio e suporte familiar, dentro da escola e de pessoas próximas.

Objetivos específicos

- Escolher um material que possa ser usado como base para adaptação de um roteiro instigante;
- Produzir o material editorial;
- Avaliar o material com especialistas.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica deste trabalho será dividida quatro seções: (1) Contextualização da situação das pessoas trans no Brasil e no mundo; (2) Questão racial do Brasil e como o racismo implica na vida de mulheres trans negras; (3) Caracterização do público-alvo deste projeto, jovens entre 13 e 17 anos, de forma a definir a melhor mídia e contexto para transmitir a mensagem e (4) Princípios de design de comunicação e como estes serão abordados ao decorrer do projeto.

4.1 SITUAÇÃO DAS PESSOAS TRANS²

Para começar a articular sobre o comportamento da sociedade em relação às mulheres transgênero, transexuais e/ou travestis, e posteriormente sugerir uma solução para melhor exercer empatia com essas mulheres por meio de um projeto voltado ao público adolescente, é necessário estabelecer algumas definições. A primeira delas, é responder “Quem são as pessoas trans?” As pessoas transgênero ou transexuais – normalmente mencionadas como apenas “trans” – são aquelas que não se adaptam ao gênero que lhe foi imposto ao nascimento. O gênero imposto ao nascimento normalmente é atribuído à genitália da criança, ou seja: bebês com vagina são meninas, e bebês com pênis são meninos. Nos casos de bebês intersexuais, muitas vezes são feitas cirurgias puramente estéticas e a definição do gênero da criança depende da opinião médica (COMPTON, 2018).

Pessoas transgênero não são um “fenômeno” novo, pois existem informações de pessoas trans há pelo menos 150 anos, ao considerar o caso de Lili Elbe (BROWN, 1997, apud KOYMASKY et al, 2003). No documentário Disclosure (2020), também são mencionadas Ajita Wilson e Tracey “Africa” Norman, duas mulheres trans e negras nascidas nos anos 50 nos Estados Unidos, que são conhecidas por suas performances como atriz e modelo para moda, respectivamente.

Atualmente, de acordo com o DSM-5 e o CID-11, a transexualidade é considerada uma “incongruência de gênero”. Porém, até pouco tempo atrás, ser trans era caracterizado como uma doença mental, definida como “transtorno de identidade de gênero”. A Organização Mundial de Saúde (OMS) estabeleceu a alteração, que entrará em vigor em 2022 (OMS, 2018). SOLL et al (2017) argumentam que a mudança tardia, de distúrbio para condição, pode ter aumentado o estigma em relação a pessoas trans.

Então, a condição de indivíduo trans não é mais considerada uma patologia, mas apenas uma diferença ou condição que não precisa ser curada. Porém, ainda sim, muitas pessoas trans vivenciam angústia ou desconforto muito grande pelo seu próprio corpo, resultando em um

² Para facilitar a terminologia, neste trabalho será utilizado o termo "trans" para englobar os termos *transgênero* e *transexual* e também representará travestis. Às vezes é utilizado um asterisco (*) após a palavra para representar essa terminologia.

conflito com sua identidade e seu gênero que lhe foi atribuído ao nascer. Essa angústia é definida como disforia de gênero, que pode variar de pessoa para pessoa, em intensidade, grau ou frequência. O tratamento para aliviar a disforia de gênero em pessoas trans é muitas vezes endocrinológico, por meio de terapia hormonal. A terapia hormonal consiste na ingestão ou injeção de bloqueadores hormonais e hormônios, como a testosterona (no caso de pessoas transmasculinas³ e homens trans), a progesterona e o estrogênio (para pessoas transfemininas, mulheres trans e travestis). A terapia hormonal tem como objetivo desenvolver as características secundárias sexuais do indivíduo, além de amenizar outras características, dependendo do indivíduo. Uma mulher trans, por exemplo, ao realizar a terapia hormonal, desenvolve tecido mamário, a densidade e local de gordura é adequado a um corpo mais “feminino”, há alteração em pêlos corporais e cabelo e a musculatura é alterada, podendo até resultar em uma alteração na sua altura (DEUTSCH, 2020).

Contudo, pode ser que a terapia hormonal não seja o suficiente para amenizar o desconforto da pessoa trans, como indica o movimento social em prol da causa LGBT (GHERINI et al, 2019).

Além da transição hormonal, também são formas de melhorar a vida da pessoa trans, a transição social e a transição civil. A transição social, Petry, com referência a King (2003), denomina esse processo de “jornada social de migração de gênero”, e envolve a adoção de um novo nome, mudança de pronomes e expressão de gênero. Novamente, essa mudança é subjetiva e pode ser praticada integral ou parcialmente. A transição civil consiste na sua retificação do nome e mudança do marcador de gênero na certidão de nascimento. Após esse processo, é possível mudar o nome em diversos documentos, como passaporte, RG, CPF, e assim, evitar constrangimentos por ter um nome que lhe causa desconforto. (GHERINI et al, 2019).

4.1.1. Primeiros registros

Mesmo antes do termo “transgênero” ser inventado em meados do século XIX por psicólogos americanos, já haviam registros históricos de pessoas que não se adaptaram ao gênero que lhes foi “dado” ao nascer (JANSSEN, 2020). Como exemplo, cita-se o imperador Heliogábalo, que governou a Roma Antiga durante os anos de 218 e 222, e que preferia ser tratado pelo feminino (Green, 1999), e a pintora dinamarquesa Lili Ilse Elvenes, (1882-1931), que faleceu por complicações quando submeteu-se à cirurgia de redesignação sexual, ainda em fase experimental (BROWN, 1997, apud KOYMASKY et al, 2003). Lili foi a inspiração para o filme quase-biográfico *Garota Dinamarquesa* (2015). Existem também registros de mitos, como na mitologia egípcia, da deusa Mut que ocasionalmente apresenta ter um falo nos Livro dos Mortos, agregado de feitiços e orações do Egito antigo, datado entre 1040 a.C e 940 a.C (SWEENEY,

³ Pessoas transmasculinas são aquelas dentro do espectro não-binário de gênero, mas que tem experiência de gênero similar à dos homens trans. Similarmente, pessoas transfemininas tem experiências similares à de mulheres trans, mas são não-binárias.

2011). Além disso, Sweeney também aponta como em hieróglifos são mencionadas pessoas reconhecidas como mulheres – utilizando-se o hieróglifo de “mulher” – porém eram pessoas tratadas por pronomes masculinos, e reconhecidas como “castrados”. Ou seja, a existência de pessoas trans, ou ao menos, de pessoas com inconformidade de gênero, vem sendo relatado há muitas centenas de anos.

4.1.2 Movimento LGBTQ+

O Movimento LGBTQ+ é conhecido mundialmente como uma causa por justiça social que luta para a equidade de pessoas lésbicas, gays, bissexuais, pansexuais, transexuais, travestis, intersexuais, não-binárias e assexuais na sociedade. O ativismo deste movimento é usualmente focado em mudanças políticas e sociais e divulgação de informações relevantes, além de revisão da narrativa midiática e a forma como as pessoas LGBTQ+ são representadas e vistas na sociedade (ANTRA; GLAAD).

O início do movimento LGBTQ foi em 1969, nos Estados Unidos, após a Revolta de *Stonewall*. Naquela época, existiam muitas restrições legais e sociais para pessoas LGBTQ, uma delas envolvendo o uso de espaços privados à noite, como bares e clubes. De fato, ainda hoje essas leis de “crimes contra a natureza” e “sodomia” existem em legislações estaduais dos Estados Unidos, apesar de serem inconstitucionais nacionalmente (LOPEZ, 2017). O *Stonewall Inn*, em Nova Iorque, era um bar comandado pela máfia local que permitia clientes LGBTQ enquanto subornava as entidades policiais locais para continuar funcionando. Em 28 de junho de 1969, as pessoas que estavam no bar reagiram a uma batida policial muito agressiva, que estavam detendo mulheres trans e *drag queens* sem motivo aparente. No documentário *The Death and Life of Marsha P. Johnson* (2017), o relato de Marsha é que ela e outras mulheres trans, travestis e *drag queens* foram linha de frente da revolta, que foi violenta, onde carros foram virados e queimados, e os protestantes jogando coquetéis molotov e pedras nos policiais, que atacaram com armas de fogo. Após esse conflito que durou aproximadamente quatro dias, muitas pessoas LGBTQ saíram às ruas em Nova Iorque. O movimento demandava direitos econômicos e legais para gays e lésbicas, além de aceitação pública e social.

Saber como iniciou o movimento LGBTQ+ e suas raízes é informação crucial para este trabalho, pois o senso comum atual é pensar o homem branco gay como ícone do movimento LGBTQ+, muitas vezes por ser a “caricatura” mais palatável. O problema que ocorre muitas vezes, quando filmes e similares são apresentados ao público, estes não são fiéis à realidade da comunidade LGBTQ+: o que acaba acontecendo é um desvio de protagonismo, onde o homem branco, cis⁴ e gay acaba sendo a personagem principal, quando na realidade, nos movimentos de *Stonewall*, muitas das pessoas que se lutaram, resistiram e se organizaram para

⁴ Neste caso, prefixo de cisgênero, assim como *trans* é para transgênero/transsexual. Uma pessoa cis, ao contrário de uma pessoa trans, não sente desconforto ou angústia em relação ao próprio corpo, e se identifica com o gênero que lhe foi atribuído ao nascer. A maioria das pessoas são cisgêneras.

promover ação a favor das pessoas LGBT eram mulheres trans e negras, travestis, *drag queens*, lésbicas e LGBT não-brancas, no geral. Apesar de parecer um problema relativamente irrelevante, na verdade acaba levando a ignorância e uma visão construída pela visão primordialmente monetária hollywoodiana, de mandar o status quo de "heróis", personagens principais, homens brancos. (APOLINÁRIO et al, 2019).

4.1.3 Visão médica

Até hoje, o senso comum da população brasileira (BENEVIDES, 2020, p. 8) é da pessoa trans como alguém com um distúrbio mental – transexualismo ou distúrbio de gênero –, em que há “um desejo de viver e ser aceito como membro do sexo oposto”. Na realidade, até 2000, esta era a definição da “doença” de uma pessoa trans no *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Third Edition* (DSM-III), manual americano estabelecido em 1980. Essa definição é, também, considerada ultrapassada desde 2018 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), e será mudada no Código Internacional de Doenças 11ª Edição (CID-11), que entrará em vigor em 2022. Há argumentos de que a adição do “distúrbio de gênero” do DSM-III em 1980 contribuiu para aumentar o estigma contra pessoas trans (SOLL et al, 2017). O DSM-5, manual vigente e publicado inicialmente em 2013, agora define como um “conflito de gênero”, em que há desconforto em como a pessoa se sente e se aparenta (PAREKH, 2016).

Atualmente, o “tratamento” recomendado para mulheres trans inclui principalmente a ingestão ou injeção de hormônios tais como estrogênio e progesterona, assim como bloqueadores de testosterona. Para homens trans, o tratamento consiste na injeção de testosterona. No Brasil, o Processo Transexualizador, realizado pelo Sistema Único de Saúde (SUS), conta com equipe multidisciplinar, com psicólogos, psiquiatras e assistente sociais, além de endocrinologistas. Para procedimentos cirúrgicos, a OMS recomenda o acompanhamento psicológico de dois anos, cartas de recomendação do próprio psicólogo, psiquiatra e assistente social. Em alguns países como Estados Unidos, Reino Unido e Austrália, algumas clínicas utilizam o *Informed Consent Model* (Modelo de Consentimento Informado, tradução do autor), dando mais autonomia à pessoa trans que está buscando afirmar seu gênero por meio de terapia hormonal e outros procedimentos médicos (CAVANAUGH et. al, 2016).

4.1.4 Visão legal

Para pessoas trans, um dos passos mais importantes durante a sua transição é a retificação de seu nome e marcador de gênero na certidão de nascimento. É um processo necessário para evitar que a pessoa trans passe por constrangimentos em todos os âmbitos da sociedade. Porém, até 2018, a única forma de obter a retificação era a partir de processo judicial, o que para muitas vezes era invasivo, por vezes serem solicitados diversos exames médicos pelo juiz, como exames psiquiátricos, psicológicos e ginecológicos/urológicos (GHERINI et. al, 2019, p. 11). Muitas vezes também, para mulheres trans, era necessária comprovar que a cirurgia de redesignação sexual havia sido realizada, procedimento que nem toda mulher trans deseja ou pode

realizar. Desta forma, algumas pessoas não ganhavam a causa e não podiam retificar seu nome.

A partir de março de 2018 esse processo foi facilitado, sem a necessidade de abrir um processo para realizar a retificação. O processo atualmente é realizado em qualquer Cartório de Registro brasileiro, como Gherini et. al (2019) descreve:

O direito ao nome é um dos direitos fundamentais da pessoa humana. Esse entendimento foi aceito pelo Supremo Tribunal de Justiça (STJ) em 01 de março de 2018, quando julgou a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 4.27512, alterando a interpretação do Art. 58 da Lei de Registro Públicos, passando a permitir que a retificação do registro civil de pessoas não-cisgêneras fosse realizada por via administrativa nos Cartórios de Registro de Pessoas. Em 29 de junho do mesmo ano o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) publicou o Provimento nº 73/201814, que regulamenta o procedimento administrativo de retificação do registro civil. A partir da data desta publicação, todos os Cartórios de Registro de Pessoas do Brasil ficaram obrigados a realizar a alteração de nome e marcador de gênero nas certidões de nascimento. (GHERINI et al, 2019, p. 12).

De toda forma, a documentação necessária para esse processo ainda é extensa, em que é necessário apresentar todos os documentos pessoais, como RG, CPF, passaporte, carteira de trabalho, comprovante de residência, e também diversas certidões, como certidões criminais, de cartórios de protesto, cíveis e da justiça eleitoral, que em muitos casos são cobradas para serem emitidas (GHERINI et. al, 2019, p. 23). É possível então perceber que, através que diversos métodos sistemáticos construídos em sociedade há muito tempo, a população trans, e principalmente a mulher trans, periférica, negra, de classe baixa são obrigadas a viver à margem da sociedade. É uma população extremamente invisível em uma sociedade que tenta a todo custo tirá-las seu lugar na humanidade, com agressões e abusos verbais e físicos, humilhação, e quase nenhum reconhecimento social ou legal. Impedimentos para viver como se é mais confortável, que são necessários com o auxílio de medicamentos, procedimentos médicos e processos legais apenas intensificam o problema estrutural de que há pouco ou nenhum apoio para que essa população tenha uma vida como a de qualquer outra pessoa “comum”, cisgênera. (BENEVIDES et al, 2020; UFMG, 2020).

4.1.5 Mídia existente que evidencia a mulher trans

A literatura que envolve a transexualidade aumenta a cada ano, com cada vez mais livros que tratam das questões médicas e sociais dessa população, além de livros biográficos e de ficção que tem como personagens pessoas trans. Neste trabalho de conclusão de curso, sempre que possível, especificarei a mulher trans na literatura e outras mídias, pois é o foco que defini para a pesquisa. Dentro deste tipo da mídia literária, separei os textos que encontrei em: literatura médica, popular e fictícia.

A literatura médica sobre a população trans aumenta a cada ano, com mais artigos sobre os efeitos da terapia hormonal ou das cirurgias de afirmação (ou cirurgias de redesignação sexual). De fato, muitas das referências bibliográficas deste trabalho que tem como assunto a mulher trans ou pessoas trans em geral, tem menos de 15 anos, o que também reforça a relevância do assunto.

É possível também avaliar livros populares, ou seja, que pretendem interessar um público geral, que tenham como tema a mulher trans, mas que não sejam fictícios, que falem de mulheres trans reais. Dois exemplos de literatura popular que foram publicadas na década de 2010 são “O Nascimento de Joicy”, livro publicado em 2015 pela Editora Arquipelago, escrito pela repórter Fabiana Moraes, e “Meu Nome é Amanda”, publicado em 2016 pela Editora Rocco, autobiografia de Amanda Guimarães.

Em “O Nascimento de Joicy” (Figura 3), Moraes publicou uma série de reportagens especiais para o Jornal do Commercio, de Pernambuco, sobre Joicy Melo da Silva, cabeleireira de 51 anos, moradora de Alagoinha/PE, durante seu processo médico no SUS para obter a cirurgia de redesignação sexual: tanto procedimentos pré-operatórios quanto pós, complicações operatórias, e o contexto em que Joicy se encontrava para adquirir esse procedimento pelo Sistema Único de Saúde, onde mais acessível era na capital, Recife. A reportagem ganhou o Prêmio Esso de Jornalismo e também foi finalista da 58ª Edição do Prêmio Jabuti, na categoria Documentário e Reportagem. Além das reportagens sobre Joicy, Moraes também discorre sobre o ato do jornalismo, e como propor uma abordagem mais subjetiva e que contemple o indivíduo entrevistado integralmente, de forma a “minar clichês e lugares-comuns que tantas vezes só engessam nosso olhar sobre o mundo” (MORAES, 2015, p. 159).

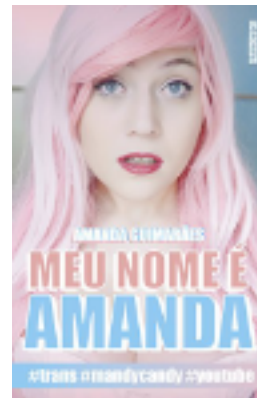
O livro “Meu Nome é Amanda” (Figura 4), escrito por Amanda Guimarães, conhecida popularmente em plataformas online e mídias sociais como Mandy Candy, é uma mulher trans, *youtuber*, *streamer* e empresária gaúcha, conhecida pelo seu canal que tem mais de 1.9 milhão de inscritos na plataforma de vídeos *You Tube*. O conteúdo apresentado no livro é majoritariamente auto-biográfico, em que Guimarães especifica sua trajetória de vida, o processo de transição e sua cirurgia de redesignação sexual.

Figura 3 – O nascimento de Joicy



Fonte : Divulgação

Figura 4 – Meu nome é Amanda

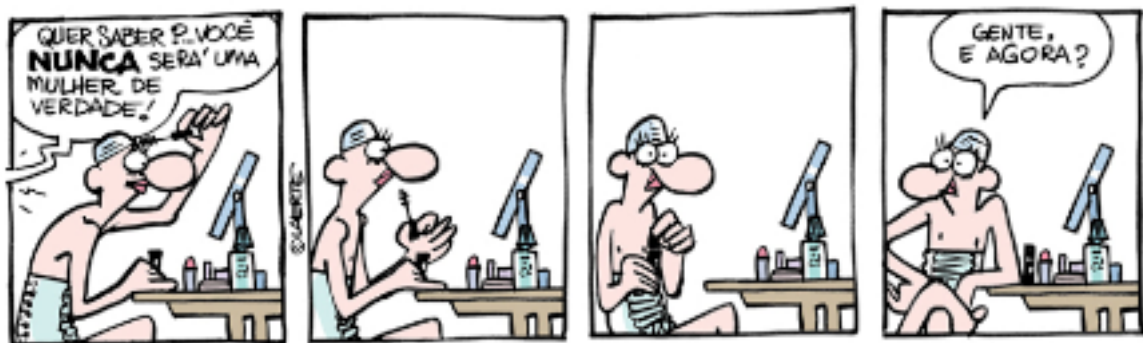


Fonte : Divulgação

Por fim, a literatura de ficção que aborda mulheres trans é infelizmente, em alguns casos, ignorante e preconceituosa (Adesina, 2020; Kolirin, 2020). Apesar disso, existe resistência dentro da própria comunidade literária, que preza pela liberdade e existência de mulheres trans. Assim, existem muitos romances em que há personagens trans mulheres, principais ou secundárias, sendo alguns deles, *Contos Transantropológicos* (2018) de Atena Beauvoir, *Dreadnought* (2017) por April Daniels, *All The Birds In The Sky* (2016) por Charlie Jane Anders e *The Drowning Girl: A memoir* (2012), de Caitlín R. Kiernan (BENGOZI, 2020; WEISS, 2020).

Além da literatura, as mulheres trans também são retratadas em outras mídias, como música e arte, na vida política e em mídias audiovisuais ou como criadoras de conteúdo *online*, além das que trabalham como atrizes ou em outras funções para filmes. No Brasil, atualmente, existem cinco mulheres trans proeminentes na mídia, que são conhecidas por suas artes. São estas Jup do Bairro, Linn da Quebrada, Liniker, Laerte Coutinho e Daniela Garcia. Jup do Bairro, Linn da Quebrada e Liniker são cantoras negras, que trazem sempre o questionamento e a importância de suas identidades como mulheres trans negras no Brasil (MALTA, 2020; MORITA, 2020; TRÓI, 2017). Laerte Coutinho é conhecida cartunista que apenas se reconheceu e assumiu a transexualidade numa idade considerada “avançada”, o que contribuiu para muita polêmica na época, em 2010 (ANDRADE, 2017). Em 2017, a plataforma de *streaming Netflix* lançou a o documentário *Laerte-se*, dirigido por Lygia Barbosa e Eliane Brum, em que Laerte fala sobre percepção de gênero sua construção, e sua vida como mulher trans (Figura 5). Daniela Garcia Machado, conhecida mais popularmente por seu nome artístico Glamour Garcia, é uma atriz trans que atuou na novela da Rede Globo, *A Dona do Pedaço*.

Figura 5 – Tirinha de Laerte Coutinho



Fonte: Jornal da USP

Em plataformas online e mídias sociais, como *YouTube* e *Twitter*, existem também mulheres trans influentes, que normalmente militam sobre direitos da população LGBTQ+, ou que produzem conteúdo visual que diretamente reflete a vivência delas como mulheres trans, assim como outros assuntos. Algumas menções são: Amanda Guimarães (Canal do *YouTube* Mandy Candy), Giovanna Heliodoro (Canal do *YouTube* Trans Preta), Kat Blaque (Canal do *YouTube*), Olive Binker (criadora de tirinhas *online* *Rae The Doe* (Figura 6), em que a personagem principal é trans)

e Valerie Halla (criadora da história em quadrinhos *Goodbye to Halos*, que também tem como personagem principal uma mulher trans).

Figura 6 – *Rae The Doe Comes Out* (Rae, a Corça Sai do Armário, tradução do autor), *webcomic* da quadrinista Olive Binker⁵



Fonte: @raethedoe no *Twitter*, comicskingdom.com

Existem também mulheres trans que são atrizes ou que trabalham como atrizes na produção de filmes e séries. O documentário *Disclosure*, lançado em 2020 e distribuído pela plataforma de *streaming Netflix*, traz em seu elenco diversas atrizes trans como Candis Cayne, Bianca Leigh, Jen Richards, Alexandra Billings, Rain Valdez, Jazzmun, Trace Lysette e Laverne Cox, além de outras mulheres e homens trans do ramo cinematográfico. No filme, falam sobre representatividade trans em filmes, séries e programas de televisão. Há registros de personagens “codificados”, ou seja, retratados ou insinuados como trans ou sem conformidade de gênero, desde 1901. Segundo o documentário, a representação positiva de mulheres e homens trans, além de pessoas não-binárias, em filmes e séries tem aumentado recentemente. Uma das mais importantes conclusões do filme é que as representações trans positivas são importantes para afirmar a humanidade desta população, e que ter atrizes e atores reconhecidos e parabenizados é essencial. Porém, isso não é o suficiente, pois de qualquer forma a maioria das pessoas trans, principalmente mulheres trans e negras, ainda estariam em situações que as colocam à margem da sociedade. É importante que a mensagem que essas personagens tragam uma reação apropriada no espectador, interna ou externa (FRASCARA, 2004), e com isso, haja possibilidade de real mudança na sociedade em relação à mulheres trans negras.

⁵ À esquerda, *webcomic* original em inglês. À direita, tradução do autor.

4.2 INTERSECCIONALIDADE ENTRE O MOVIMENTO NEGRO E O MOVIMENTO LGBT+

O Brasil é um país com conhecida diversidade populacional, em que a maioria da população não é branca (IBGE, 2018). Mesmo assim, a desigualdade entre raça no Brasil é grave, e caracteriza com a marginalização de pessoas pretas e pardas, mesmo sendo maioria. Essa desigualdade se dá de muitas formas além da injúria racial de um certo indivíduo, pois o racismo sistematizado e estruturado é vigente na sociedade brasileira, desde conseguir uma vaga de emprego ou em uma instituição de ensino, a recusar uma estadia ou prestação de serviço (JORDÃO, 2019). O racismo no Brasil, então, sendo estruturado e sistemático, também levanta outros problemas, como o da falta de local midiático em que essa população tenha destaque, seja em notícias ou em obras ficção, similarmente à população LGBT+ (NUNES et al, 2018). Como afirma Meyer (2015), a importância que a sociedade e a mídia dão para homens brancos e gays, em relação a outras pessoas dentro da população LGBT, é bem óbvia:

"De fato, ideias sobre crimes de ódio homofóbicos – ou seja, violência motivada por preconceito ou ódio – associam as vítimas como homens gays brancos e de classe média. O caso Matthew Shepard, o crime de ódio anti-gay mais conhecido e famoso, ocorreu em 1998 e envolveu o assassinato brutal de um estudante universitário homem, branco e gay. Esse caso reflete o privilégio das experiências de homens gays e brancos de classe média, já que uma mulher trans e negra assassinada algumas semanas antes deste caso não recebeu atenção similar na mídia." (MEYER, 2015, p. 5, tradução do autor)⁶

Meyer (2015) também adiciona que, nos dias atuais, as representações da mídia raramente deixam de posicionar a população LGBT como o homem gay, branco e de classe média, muitas vezes deixando lésbicas e pessoas trans de lado. Na realidade, as violências que mulheres trans negras sofrem são muito comuns, até mesmo dentro de casa com seus pais, parentes e/ou responsáveis legais. Muitas sofrem agressões verbais, físicas e/ou psicológicas, ou são ignoradas ou negligenciadas pelos responsáveis legais durante a infância e adolescência, sendo até em alguns casos, sendo expulsas ou coagidas a sair de casa (KOKEN, et al 2019). Apesar disso, não são raros os casos em que um dos parentes não aceitava sua criança trans depois de um tempo começou a apoiá-la, o que pode ser caracterizado como um período de luto (CONNOLLY, 2006 apud KOKEN, 2019, p. 854). Koken finaliza que há uma chance de que, em parte, essa rejeição inicial esteja atrelada ao medo que os pais têm da filha fazer parte de uma “minoridade dupla”, por ser uma mulher trans e negra (p. 859). Infelizmente, essa possível apreensão dos pais às suas

⁶ "Indeed, ideas about homophobic hate crime – that is, violence motivated by bias or hate – associate victims with white and middle-class gay men. The case of Matthew Shepard, the most famous and well-known antigay hate crime, occurred in 1998 and involved the brutal murder of a white and gay male college student. This case reflects the privileging of white and middle-class gay men's experiences, as a Black transgender woman murdered several weeks prior to him received no comparable media attention."

filhas trans negras são embasadas na realidade, já mulheres trans negras vivenciam a transfobia e todos os preconceitos atrelados à transexualidade, e também todo o racismo que é direcionado à mulheres negras – cis ou trans (KRELL, 2017). Isso vai desde a percepção preconceituosa de que mulheres negras são raivosas e escandalosas (JOSEPH, 2013, p. 106 apud KRELL, p. 229, 2017), em adição a serem objetificadas sexualmente, ou dependendo da conveniência, como uma figura unicamente materna em que a única função é procriar ou, no caso de mulheres trans, de mediar relações (MODLESKI, 2009, p. 290 apud KRELL, 2017, p. 230). Além disso, Krell (2015), em seu artigo “*Is Transmisogyny Killing Trans Women of Color?*”, levanta o ponto da importância da mídia na percepção das populações e no reforço do imaginário comum. O artigo de Krell, publicado na revista *Transgender Studies Quarterly* (TSQ), analisa o caso de Angelina Ross, uma empresária trans negra que, junto de outras mulheres trans de cor, participou de dois episódios da série reality show “I am Cait”, em que a apresentadora é a mulher trans branca Caitlyn Jenner. Os episódios em que Ross participa foram altamente editados, muitas de suas falas sendo cortadas e outras sendo colocadas fora de contexto, e também muitas vezes dando a impressão ao espectador que ela estava brava, ou que não tinha nada para dizer durante um determinada conversa entre todas as mulheres. Krell analisa esse silenciamento literal como a forma de manter uma certa narrativa que a mídia frequentemente participa em não apenas mostrar, mas em repercutir, que é a da mulher negra raivosa ou “Jezebel” como classifica Harris-Perry conforme citado por Krell. Quando Ross, que é dona da empresa TransTech, que ajuda mulheres trans em situação de risco a aprenderem e terem qualificação em programação de software e assim, ter a possibilidade de conseguir um emprego, conta sobre seu trabalho, uma das mulheres trans que participavam do episódio e amiga de Ross, Jen Richards, parece se emocionar e limpar lágrimas. No entanto, na edição do episódio, toda a fala de Ross foi cortada, e dando a impressão que Richards está se emocionando por algo que não foi dito por Ross. Assim, Krell argumenta que a edição dos episódios foram feitas com o problema estrutural da transmisoginia a ela, como mulher negra:

Eu argumentaria que essa omissão não pode ser lida como apenas conveniência editorial (seja o que isso significar), mas uma forma integral à estrutura de transmisoginia que Ross lida como uma mulher negra de pele escura. Em outras palavras, ao editar fora a sua voz, demonstra como o privilégio dos sentimentos brancos femininos trabalha lado a lado com a invenção da mulher negra de pele escura como braba e não merecedora de simpatia. Ross não poderia ser vista ou ouvida evocando lágrimas femininas brancas; pelo contrário, o silenciamento de Ross permite que as lágrimas sejam atribuídas a outra fonte, e os sentimentos brancos femininos conseguem manter seus valores e validade. (KRELL, 2017, p. 230)⁷

⁷ “I argue that this elision should not be read as simply editorial convenience (whatever that might mean) but as integral to the structure of the transmisogyny Ross faces as a dark-skinned Black woman. In other words, the editing out of her voice demonstrates how the privileging of white feminine feelings works in tandem with the production of a dark-skinned Black woman as angry and undeserving of sympathy. Ross cannot be seen or heard to be evoking white feminine tears; conversely, Ross’s silencing allows those tears to be attributed to another source, and white feminine feelings can retain their value and validity.”

Essa reflexão é importante para este trabalho, pois parte do pressuposto que um projeto de comunicação com mídia visual desmitifique a “norma cultural” e a construção que a mídia de grande alcance gera na percepção de jovens em relação a mulheres trans negras.

4.3 EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO COM ADOLESCENTES

Como este trabalho tem como público-alvo, jovens de 13 a 17 anos, houve a necessidade de fundamentar algumas questões relevantes, sendo as mais importantes (1) entender como atualmente, se dá a educação sexual e de gênero com adolescentes (se esta existir); (2) entender quais são as formas de consumo de conteúdo mais comuns entre esse público, e (3) pensar como exercer a empatia com jovens, sendo o último o objetivo do projeto deste trabalho.

A educação sexual, de forma geral, é muito importante para a criança e o adolescente. Segundo Plano Nacional de Educação (PNE) de 2013, além de elaborar a educação sexual, saúde sexual e reprodutiva e doenças sexualmente transmissíveis, também enfatizava que houvesse em sala de aula discussão sobre sexualidade e os aspectos sociais e históricos de gênero. No entanto, normalmente em aula essa discussão não era feita, tendo somente conteúdo sobre saúde sexual:

“Na eleição dos temas envolvidos nas intervenções, identificou-se também a abordagem dialógica. Nessas intervenções, considerava-se o relato dos alunos como relevante e necessário para a construção do conhecimento, permitindo que as temáticas trabalhadas emergissem da participação das turmas. Apesar disso, muitas intervenções continuaram enfatizando temas relativos à área da saúde sexual e reprodutiva e não abordaram a sexualidade como construção social e histórica, incluindo discussões sobre papéis e identidades de gênero, conteúdos propostos pelos Parâmetros Curriculares Nacionais.” (FURLANETTO et al, 2018, p. 560)

O papel da escola de ensinar sobre a educação sexual e identidades de gênero é importante, porém os métodos utilizados talvez não sejam o mais apropriados para os jovens. Também, de qualquer forma, crenças religiosas e antigas práticas higienistas e de favor ao “pudor” ainda são predominantes em algumas escolas e professores (FURLANETTO et al, 2018).

Atualmente, a atenção dos adolescentes é muito voltada à internet e redes sociais, com 45% de jovens entrevistados afirmando que estão online “constantemente” (ANDERSON et al, 2018) e que 95% dos jovens de 13 a 17 anos tem um smartphone nos Estados Unidos, o que contribui para o uso contínuo. No Brasil, 98,1% das pessoas com mais de 10 anos já acessaram a internet através de um smartphone em 2018 (PNAD, 2018). Existem, atualmente, ao menos 230 milhões de smartphones em uso no país (WOLF, 2019). Finalmente, apesar de serem estudos mais antigos que não contemplam a adolescência atual, há registros de pesquisas que apontam que o público jovem brasileiro lê com certa frequência, gosta de ler, e utiliza majoritariamente a internet para fazê-lo (NETA, 2013; BLANK et al, 2011).

De acordo com Candido (2004, apud ORNELLAS et al, 2015, p. 4), a literatura humaniza e faz o indivíduo adquirir noções e emoções do outro para si, que enriquece a percepção e visão do mundo. Além disso, que a literatura “é fator indispensável de humanização e, sendo assim, confirma o homem na sua humanidade, inclusive porque atua em grande parte no subconsciente e inconsciente”. Assim, a escrita e a literatura são capazes de captar e compartilhar o outro, e reconhecendo a consciência e a humanidade do outro, é possível melhorar sua própria consciência. (SUMARA et al, apud ORNELLAS et al, 2015, p. 5). Porém, é possível também argumentar que é interessante que haja algum tipo de imagens simultânea, como Munari (2006), e que se evidencia na pesquisa produzida para este trabalho, que mostra grande uso de mídia audiovisual pelo público-alvo. Uma possível solução seria então um conteúdo misto que possibilite a emoção do outro e assim, exercer a empatia, ao mesmo tempo que seja instigante e similar ao que o público-alvo já consome normalmente, para facilitar o alcance da mensagem. Então, desta forma, exercer a empatia com o público-alvo proposto deste trabalho, jovens de 13 a 17 anos, de modo a potencialmente mudar seus pressupostos e possíveis comportamentos em relação a mulheres trans é um dos objetivos do projeto. Frascara (2004) reforça que, ao produzir uma certa mensagem, é esperado do recipiente uma reação apropriada, podendo ser interna, como mudança de opinião, ou externa, como uma ação.

4.4 DESIGN DE COMUNICAÇÃO

O design de comunicação visual é uma área do design visual que trabalha para entregar uma mensagem da melhor forma possível para o público, com sensibilidade sob a forma e conteúdo sendo consideradas ao mesmo tempo (FRASCARA, 2004, p. 3). A importância da percepção da mensagem que será transmitida para o público é vital, e é explicitamente necessário considerar todo o contexto em que será implementada, além daquele que o público se coloca, como diz Frascara:

Toda forma, assim como seu lugar informacional, existe em uma raiz cultural e um impacto cultural; Ela promove certos valores e pertence a uma classe social definida, e muitas vezes a uma raça ou gêneros específicos. Não existe design neutro. (FRASCARA, 2004, p. 65-66, tradução do autor)⁸

Similarmente, Munari (2006) fortalece a importância do significado da comunicação intencional, ou seja, aquela que tem de ser entendida de forma integral de acordo com o que o autor da mensagem tinha a intenção de comunicar. Munari também aponta para possíveis perturbações externas que o receptor pode encarar ao tentar decifrar a mensagem. Estas “perturbações” podem ocorrer a partir de diversos fatores, desde externos (como pouca iluminação ou pouco contraste de cores) como internos: culturais, funcionais ou sensoriais. (MUNARI, 2006, p. 68-69).

⁸ "Every form, in addition to its fitness for the informational job, has a cultural root and a cultural impact; it promotes certain values and pertains to a given social class, and many times to a specific race or gender. Neutral design does not exist."

O designer de comunicação, quando elabora um projeto que tem um público-alvo bem estabelecido e que difere da sua própria experiência e vivência, deve considerar especialmente como a mensagem será interpretada pelo público. Frascara deixa claro que “audiências diferentes requerem uma lógica diferente e, no geral, formas diferentes de apresentar informação, que necessitam de uma abordagem mais sensível ao contexto quando projetar”. (FRASCARA, 2004, p. 66, tradução do autor)⁹. Para comunicar de forma efetiva, também é necessário analisar algumas restrições de projeto, como o meio, a forma, o contexto e o público. Frascara especifica, dizendo que

“Toda comunicação em design envolve uma fonte, um designer, um meio, um código, uma forma, um conteúdo, um contexto e um público (que constrói um significado, desenvolve uma atitude, e adota um comportamento visível ou interno). Cada comunicação envolve processos cognitivos, perceptuais e emocionais (denotativos ou conotativos). Forma e estilo sempre comunicam. Cada comunicação é afetada por diferentes contextos que a cercam.” (FRASCARA, 2004, p. 73, tradução do autor)¹⁰.

Considerando a importância da forma, contexto e público, é importante ressaltar a relevância da estética para o projeto de comunicação, de forma a criar aceitação ou rejeição “à primeira vista” no público-alvo (FRASCARA, 2004, p. 74). Assim como constata Munari, “existem tantas estéticas quanto são os povos e, talvez, quantos são os indivíduos no mundo” (MUNARI, 2006, p. 68), o que traz importância em reconhecer a estética que o público-alvo, de forma geral, se identificaria mais facilmente. Frascara (2004) também estabelece argumentos para a importância da estética, pois ela é crucial para que a mensagem chegue ao público correto, e a estética atrela de forma significativa a reação emocional que o receptor terá da mensagem (FRASCARA, 2004, p. 75). Além disso, a estética é uma construção cultural e representativa de um certo público. Princípios de “beleza” ou “feiúra” não são considerados. Frascara também reforça que a estética atribuída a uma mensagem, também carrega em si própria uma mensagem, um significado inerente que irá contribuir ou não para a mensagem original (FRASCARA, 2004, p. 77). Ao considerar a mensagem que se tem como objetivo passar com o design de comunicação, Frascara (2004) fala sobre a diferença entre denotação e conotação, que são os dois níveis de interpretação da mensagem:

⁹ " [...] different audiences require different logics, and, in general, different ways of presenting information that call for a more context-sensitive approach to designing."

¹⁰ "Every communication design involves a source, a designer, a medium, a code, a form, a content, a context, and a public (that builds meaning, develops an attitude, and adopts a visible or internal behavior). Every communication involves perceptual, emotional, and cognitive processes (denotative and connotative). Form and style always communicate. Every communication is affected by the different contexts that surround it."

A denotação refere-se às dimensões relativamente objetivas da mensagem, como por exemplo, descrições e representação em imagens ou textos. A conotação se refere a aspectos mais subjetivos da mensagem, e é particularmente importante quando a mensagem tem uma apelação emocional, como são os casos das mensagens persuasivas. Ao nível de conotação, o público participa mais ativamente na construção do significado. A mensagem conotada é mais dependente da cultura, e é construída pela combinação do conceito do designer e a experiência do público-alvo” (FRASCARA, 2004, p. 69, tradução do autor)¹¹.

Frascara elabora como o design para persuasão é trabalhado, e assim como o design instrucional e educacional, tem a intenção de afetar o comportamento do público-alvo (FRASCARA, 2004, p. 138). Assim, Frascara define como “Publicidade não-comercial” o design de persuasão com interesse social, que tem como intenção contribuir para o bem-estar de uma população. (FRASCARA, 2004, p.144). Para uma mensagem ser persuasiva, é extremamente necessário que se conheça o público-alvo, o que ele é sensível a, além de seus desejos e ideais. (User-centered Graphic Design, 1997, p. 61 apud Frascara, 2004, p. 145). É possível, então, afirmar que o exercício de empatia com o público-alvo, atrelado ao design de comunicação persuasivo, em que tanto receptor quanto recipiente possam se “sensibilizar”, e assim trazer uma resposta interna ou externa ao público em relação à mulheres trans negras.

Ao projetar para pessoas mais jovens ou crianças, Munari (2006) levanta um pensamento imprescindível ao considerar este público-alvo, que é o que ele define por “filtro funcional”, aquele em que depende das faculdades psicológicas do receptor da mensagem. Uma criança tem uma conclusão diferente de uma mesma mensagem do que um adulto (MUNARI, 2006, p. 69). Essa informação é relevante para o projeto, considerando o público-alvo. Também, ao considerar o público-alvo, também põe-se à tona importância do meio em que a mensagem será vinculada. Frascara afirma que definir o tipo de meio é crucial para que a mensagem alcance o público correto (FRASCARA, 2004, p. 115) porque, além de mudar o alcance, a linguagem muda drasticamente dependendo do meio, que vai desde o gráfico-físico, ao virtual, audiovisual, interativo, etc. Três critérios são considerados para a implementação de uma mensagem num determinado meio: critérios comunicacionais, econômicos e tecnológicos. (FRASCARA, 2004, p. 116).

Critérios comunicacionais são aqueles que determinam a forma e a apresentação da mensagem em si, e são o origem e o objetivo de todo o trabalho de design comunicacional (FRASCARA, 2004, p. 63). A percepção visual do público em relação ao projeto é o ponto mais impor-

¹¹ "Denotation refers to the relatively objective dimensions of a message, such as descriptions or representations in images or texts. Connotation refers to more subjective aspects of a message, and it is particularly important when the message strives for an emotional appeal, as in the case of persuasive messages. At the level of connotation, the public participates more actively in the construction of meaning. The connoted message is more culture-dependent, and it is built as a combination of the designer's concept and the target public's experience."

tante deste critério, pois ela é desenvolvida para “interpretar informação pelos sentidos de modo a criar significado” (FRASCARA, 2004, p. 64). Ao considerar os critérios econômicos para mensagem, Fuentes (2006), quando toma como destino mais comum para o design gráfico o papel, reforça como é importante considerar a distribuição do material e o custo orçamentário do mesmo. No caso deste trabalho, ao propor uma solução de comunicação visual virtual e online, não há motivo para considerar este critério nestes aspectos, mas em outros. A influência do algoritmo e as ferramentas de promoção de postagens e na divulgação de conteúdo online, que pode acarretar em questões econômicas (INSTAGRAM, 2020; TWITTER, 2020) que devem ser levadas em consideração. Por fim, os critérios tecnológicos são relevantes ao considerar o projeto de design em si, como o meio escolhido funciona e como este pode cooperar com o projeto. Munari (2006) fala da experiência que teve com seus alunos ao trabalhar com diferentes luzes e projeções sobrepostas em telas plásticas, e a importância de considerar as possibilidades de um determinado meio. Munari ainda confirma, com os experimentos em aula e divagações sobre comunicação em 1967, a realidade que vivemos atualmente:

“Já estamos todos habituados a imagens simultâneas, e como disse outras vezes, as imagens únicas e estáticas interessam muito menos [...] A simultaneidade de imagens e sons já é (e infelizmente) um mundo do qual não nos podemos mais afastar; gente assistindo a um jogo de futebol e ouvindo outro jogo no rádio portátil já é fato normal” (MUNARI, 2006, p. 41)

Considerando as fundamentações do design de comunicação, e como tratar do público, a mensagem, o conteúdo e o meio que estes serão e estão inseridos, é possível estabelecer requisitos do projeto, para seu avanço.

5 COLETA DE DADOS COM PÚBLICO-ALVO

Para melhor fundamentar a forma que o público-alvo deste projeto, que são jovens de 13 a 17 anos, utilizam a internet e redes sociais, e também seus pensamentos em relação à pessoas LGBT, homofobia, racismo e mulheres trans, foi feita pesquisa intitulada “Que tipo de conteúdo tu gostas?” na plataforma *online Google Forms*, para coleta de dados para esta dissertação. Durante os dias 9 de novembro a 12 de novembro de 2020, foram coletadas 319 respostas para 10 perguntas estruturadas, listadas na íntegra no Apêndice A. A pesquisa foi divulgada online em duas redes sociais: Twitter e TikTok. Essa informação é relevante pois afeta diretamente alguns resultados da pesquisa, como o uso de sites e redes sociais por adolescentes. Além disso, é importante ressaltar que a quantidade de respostas obtidas não reflete necessariamente toda a população adolescente brasileira ou mesmo gaúcha. Da mesma forma, conseqüentemente, é preciso considerar o contexto onde a pesquisa foi divulgada, em perfis pessoais nas redes, em que ambas contas tem contato com pessoas LGBTQ+. Para melhor contexto da divulgação da pesquisa, são apresentados alguns dados das contas principais que fizeram divulgação da

pesquisa (Quadro 1). Tendo ciência dessas limitações, é necessário avaliar as informações adquiridas. Com isso em mente, este trabalho considerará as informações coletadas relevantes para o projeto, apesar das possíveis inclinações que os usuários que participaram tenham, como uso específico de uma rede social ou vontade de participar da pesquisa considerando o assunto que é abordado.

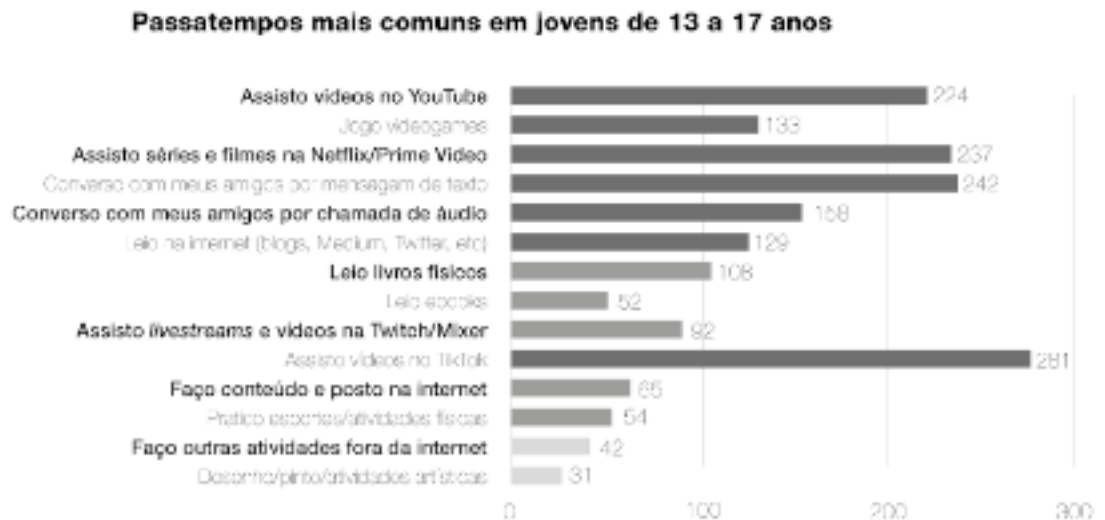
Quadro 1 – Informações de alcance das publicações de divulgação do questionário

	TikTok	Twitter
Seguidores	6529	165
Visualizações da publicação	1438	775
Compartilhamentos	22	11
Comentários	89	3
Curtidas	427	10

Fonte: Elaborado pelo autor.

Considerando as respostas da pesquisa, há indícios que afirmem as constações de Neta (2013) e Blank, et al (2011) de que jovens utilizam a internet também para ler, pois 127 dos entrevistados afirmaram que lêem na internet, utilizando sites de blog como Medium ou Twitter, com seu sistema de limite máximo de 280 caracteres para postagens. Além disso, 108 participantes afirmam ler livros físicos e 52 leem *ebooks* (Figura 7). No entanto, a maioria dos entrevistados afirmam que utilizam muito mais sites e mídias audiovisuais, consumindo mídia no TikTok, Netflix/Prime Video e outras plataformas de *streaming*, YouTube e Twitch. (Figura 8).

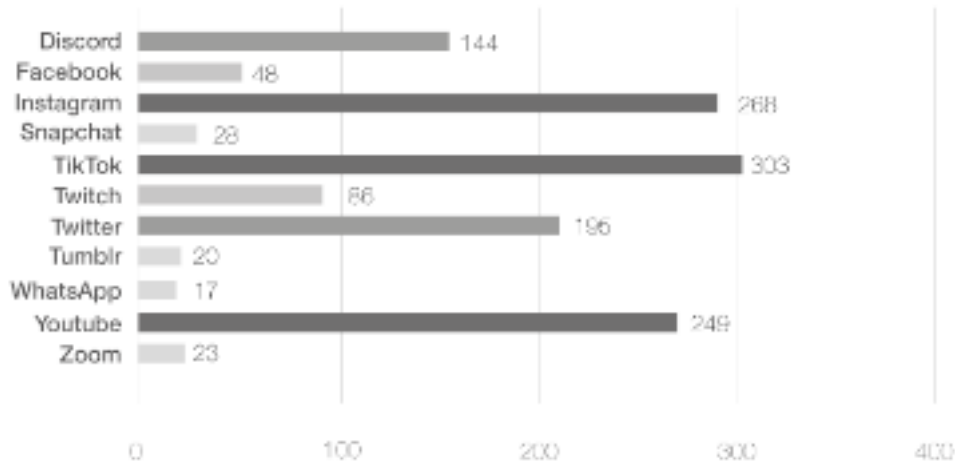
Figura 7 – Passatempos mais comuns em jovens de 13 a 17 anos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 8 – Redes sociais e websites mais utilizados por adolescentes de 13 a 17 anos

Redes sociais e websites mais utilizados por adolescentes de 13 a 17 anos



Fonte: Elaborado pelo autor.

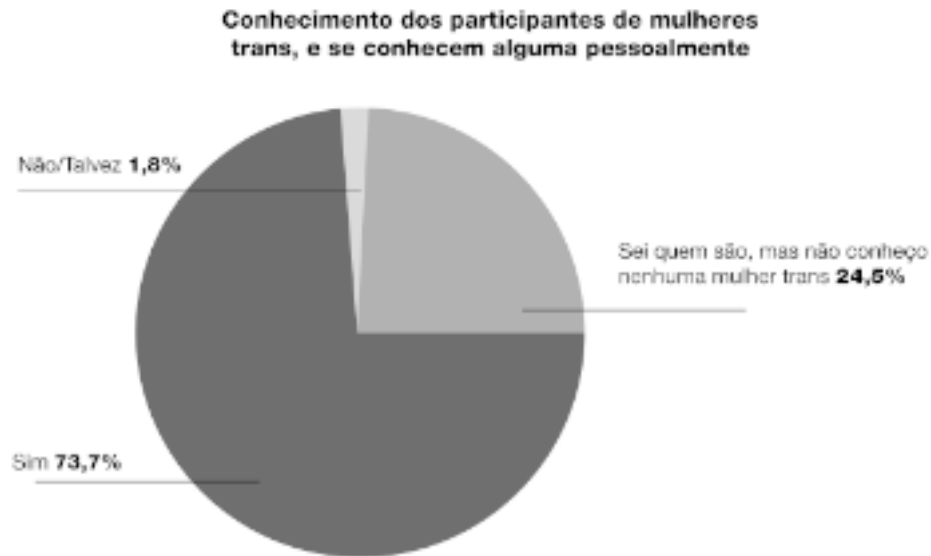
Ao indagados sobre o conhecimento da sigla LGBT, 317 dos participantes, ou seja, 99,4% afirmaram que tinham conhecimento sobre o que significava, e 259 destes dizem que tem um alto nível de preocupação em relação à homofobia no Brasil. Para a pesquisa, foi utilizado o termo “homofobia” em detrimento de “transfobia”, pois a primeira é uma palavra mais conhecida popularmente, por ser utilizada a mais tempo (MERRIAM-WEBSTER, 2020). Similarmente, ao serem perguntados seu nível de preocupação em relação ao racismo no Brasil, 281 dos participantes afirmaram que sua preocupação também é alta (Figura 9). A maioria dos participantes garantem conhecer ao menos uma mulher trans (Figura 10). Uma observação interessante sobre esse dado é que é oposto à informação dada por Laverne Cox no documentário *Disclosure*. Ela diz que aproximadamente 80% da população dos Estados Unidos não conhece uma mulher trans específica. Logicamente, é preciso considerar que a pesquisa que ela cita desconsidera o recorte de idade que é utilizado neste trabalho.

Figura 9 –Nível de preocupação nos participantes



Fonte: Elaborado pelo autor.

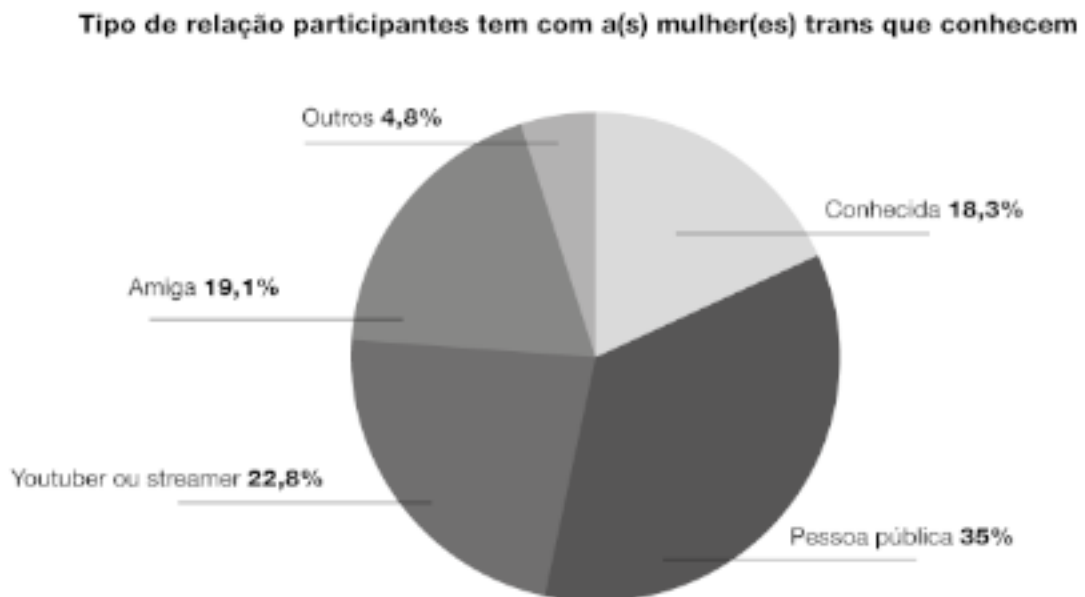
Figura 10 – Conhecimento dos participantes de ao menos, uma mulher trans



Fonte: Elaborado pelo autor.

Mesmo assim, seria possível argumentar que há possibilidade de, se houvessem melhores recursos de pesquisa, comprovar que pessoas jovens tem maior contato com mulheres trans e outras pessoas trans, também correlacionando a expectativa de vida de mulheres trans no Brasil. Foram perguntados aos participantes que responderam conhecer uma mulher trans específica, qual a relação que tinham com ela. A maioria das pessoas não tem relações próximas com mulheres trans, a maioria sendo uma pessoa pública, *Youtuber* ou que conhecem (Figura 11).

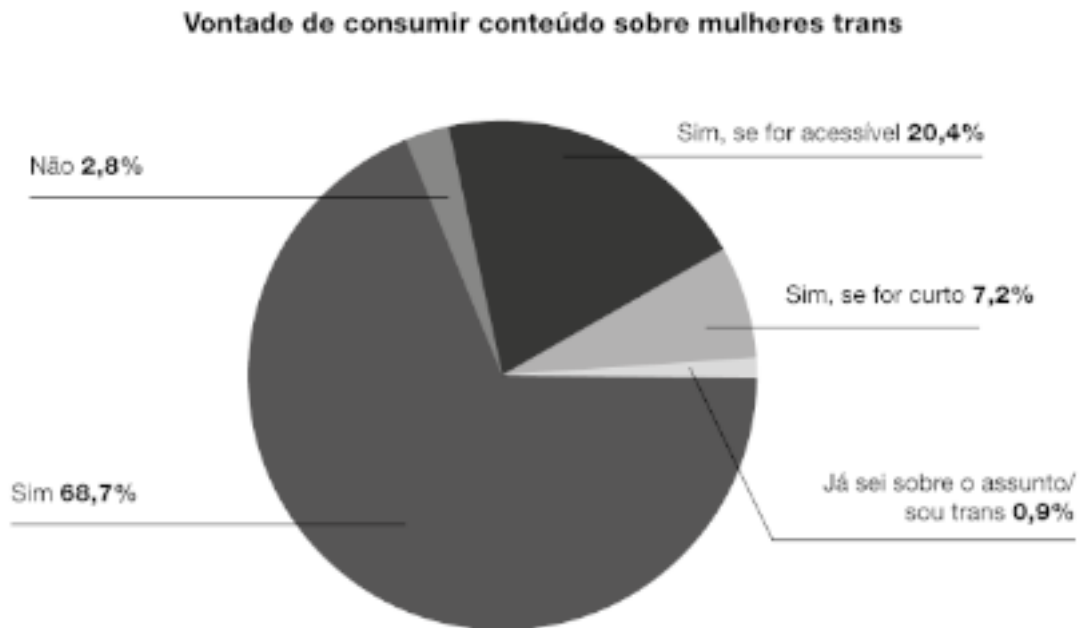
Figura 11 – Relação do participante com mulher a trans conhecida



Fonte: Elaborado pelo autor.

Finalmente, quando questionados se gostariam de saber mais sobre mulheres trans, houve uma maioria positiva, com 307 dos participantes afirmando interesse, cerca de 96,3%. Destes, 65 apontam que leriam ou assistiriam o conteúdo se este fosse acessível (20,4%) e 23, se o conteúdo fosse curto (7,2%) (Figura 12).

Figura 12 – Vontade de consumir conteúdo sobre mulheres trans



Fonte: Elaborado pelo autor.

6 METODOLOGIA DE PROJETO

Ao seguir um projeto de design de comunicação persuasiva, que crie conscientização no público-alvo, de forma a reduzir o impacto que a sociedade brasileira marginaliza mulheres trans negras, são necessárias definições de alguns requisitos de projeto e metodologias que englobam esse projeto em específico. Frascara (2004, p. 88) coloca de modo sucinto e claro, a partir de perguntas simples, uma forma de definir alguns requisitos de projeto, ajudando o designer a entender melhor o problema de projeto e planejar a mensagem adequada. As perguntas são as seguintes:

1. Qual é o propósito da mensagem?
2. Qual é o conteúdo da mensagem?
3. Quais são as mensagens implícitas e sua importância?
4. Quem está na origem da mensagem?
5. Qual o perfil do público alvo?

6. Qual o orçamento?
7. Que tipo de mídia será usada?
8. Em quais contextos a mensagem será vinculada?

De acordo com Frascara (2004), a resposta para essas perguntas ajudam em muitos níveis de profundidade da mensagem que será gerada com o projeto, como forma, propósito, narrativa, mídia e narrativa. Frascara também aponta a importância de ferramentas que o designer pode utilizar ao decorrer do projeto, sendo um destes o teste com público-alvo. A necessidade do teste com o público-alvo faz-se importante para considerar a melhor forma de apresentar a população trans negra para o público adolescente, de quais formas e como o público-alvo normalmente busca, consome e adquire conteúdo midiático. Sendo este trabalho um projeto de comunicação que vai contra o que é normalmente apresentado a esse público, este tem a intenção de aflorar uma determinada resposta emocional e a possibilidade de uma mudança de hábito. (FRASCARA, 2004, p. 71-72).

Frascara (2004) também estabelece um método para design de comunicação, definindo alguns passos essenciais, e que são seguidos na ordem:

Encomenda do projeto: Primeira definição de problema e orçamento

Coleta de informações: Sobre o cliente, o produto, os competidores (se existirem) e o público-alvo

Segunda definição de problema: Análise, interpretação e organização da informação coletada

Definição de objetivos: O que o produto deve fazer? Definições dos canais de comunicação (como entregar o produto para o público), argumentos (como comunicar com o público de forma efetiva e cognitiva), forma (como alcançar o público perceptualmente e esteticamente), assim como um estudo preliminar da implementação

Terceira definição do problema: Especificações de produção, colocando o problema em termos de produção e design e escrever o briefing do projeto

Desenvolvimento da proposta de projeto: Considerações de forma, conteúdo, mídia e tecnologia

Apresentação ao cliente: Um ato persuasivo e informacional

Organização da produção: Preparação do design final pronto para produção

Supervisão da implementação

Avaliação da performance: Comparação dos resultados em relação dos objetivos operacionais estabelecidos, eventuais ajustes baseados na avaliação, e ajustes de implementação adicionais. (FRASCARA, 2004, p. 95-96, tradução do autor)¹².

¹² Para melhor legibilidade, o texto original em inglês do método de Frascara estará no Anexo A deste trabalho.

A respeito da metodologia proposta por Frascara, ao ser utilizada para este trabalho de conclusão, alguns passos seriam ignorados em decorrência da existência do trabalho proposto e seu objetivo não-comercial. Alguns pontos que são relevantes, no entanto, na metodologia de Frascara são os referentes à análise do público-alvo e projetos similares. A análise de similares é importante, sendo entre objetos de design concorrentes ou não, pois a análise do uso desses produtos pelo mesmo público-alvo pode mostrar informações úteis. De outra forma, experts em campos de conhecimento relevantes ao projeto também ajudam com outras informações relevantes (FRASCARA, 2004, p. 100). Assim, as informações coletadas ajudam no desenvolvimento de critérios para o design e na definição de objetivos: entender o que o produto final deve fazer, quais argumentos deve utilizar e como definir a forma em que se apresentará (FRASCARA, 2004, p. 106). A análise de informações (similares, público, especialistas) é igualmente relevante, pois para criar uma hipótese e, a partir disso, definir a segunda definição de problema. No entanto, não é possível definir se o projeto será, certamente, efetivo em comunicar, informar ou questionar o público, pois é impossível de prever a reação do público com uma solução de design arbitrária. (FRASCARA, 2004, p. 104).

7 CONCEITO

Neste trabalho é proposto a produção de material editorial visual, que seja distribuído e consumido virtualmente em publicações *online* em mídias sociais, voltado a adolescentes, de forma a trazer conscientização com a vida de mulheres trans negras. O conteúdo é adaptado das duas cartilhas do Ministério da Saúde que trata de mulheres trans negras (e pessoas trans no geral): a Cartilha Equidade: Atenção integral à saúde da população trans, e a cartilha Transexualidade e Travestilidade na Saúde. Além disso, o material também traz conteúdo mediado por especialistas do assunto, como psicólogos, professores que puderam avaliar as informações. Como o conteúdo das cartilhas existentes é voltado a profissionais da saúde, o texto e roteiro é adaptado de acordo com fundamentação de design de comunicação e coleta de dados com público-alvo, para que o conteúdo ser interessante para o público jovem. O tempo total de leitura é curto, com mensagens pontuais e representações gráficas e visuais que ajudem a fortalecer a mensagem e conscientizar os jovens sobre essa população. O conteúdo deve ser facilmente postado, distribuído e compartilhado em plataformas *online* como Instagram, Twitter e WhatsApp, podendo ser adaptado para TikTok, Twitch e Discord, pois tem que ser bem acessível ao público. Uma das características principais do material é sua facilidade de compartilhamento e acesso, o que pode acarretar em soluções que possam ser impressas ou utilizadas por professores. O conteúdo não precisa ser completamente básico e inicial, pois a maioria do público tem conhecimento mínimo da população LGBTQ+. Para promover a conscientização sobre a vivência das mulheres trans, e exercer uma visão mais humana para mulheres trans negras, o material contém relatos de mulheres trans negras e as representa de forma digna e humanizada. O objeto de design evita descrições de violência em mulheres trans, e propõe outros aspectos da vida de mulheres trans e negras, como questões familiares e escolares. Os elementos gráficos evitam comparar os atributos físicos das mulheres trans com homens cis.

8 DESENVOLVIMENTO

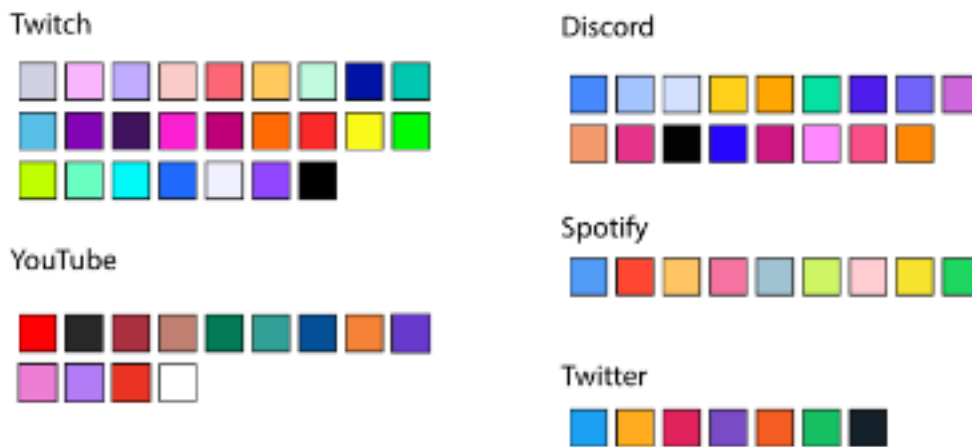
Após a definição de conceito, é apresentando neste trabalho como o desenvolvimento do projeto foi elaborado, considerando também a metodologia escolhida.

8.1 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

8.1.1 Utilização de cores

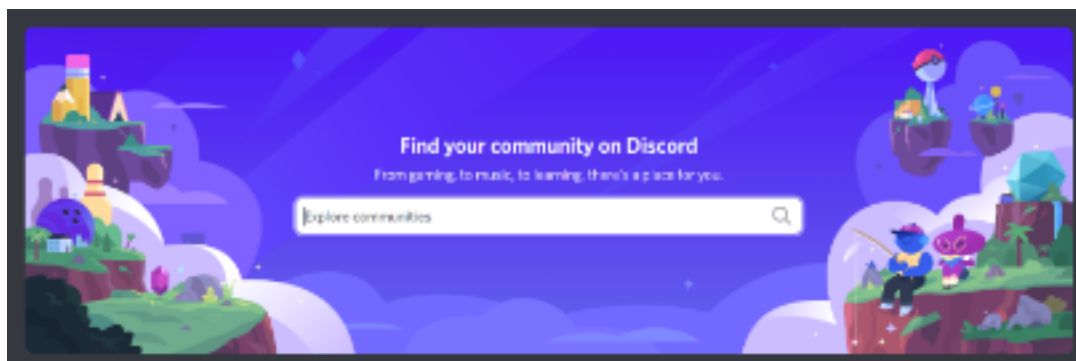
A escolha das cores leva em conta dois fatores: a paleta de cores visualizada nos materiais gráficos das mídias sociais que o público-alvo aponta utilizarem, e a utilização de contraste e limitação dessa palheta nas publicações. Essa escolha “branda” de cores (Figura 13) depende, então, do contexto da mensagem da própria publicação. O mais importante é a utilização de contraste entre as cores para evitar conflitos nas ilustrações. As publicações precisam ser o mais claras e legíveis possíveis, considerando seu veículo de visualização será normalmente a tela de um telefone celular. As mídias sociais utilizadas para a análise e uso de cores foram: Discord (Figura 14), Spotify (Figura 15), Twitch (Figura 16), Twitter (Figura 17) e YouTube (Figura 18).

Figura 13 – Amostras de paletas de cores utilizadas em cada mídia social



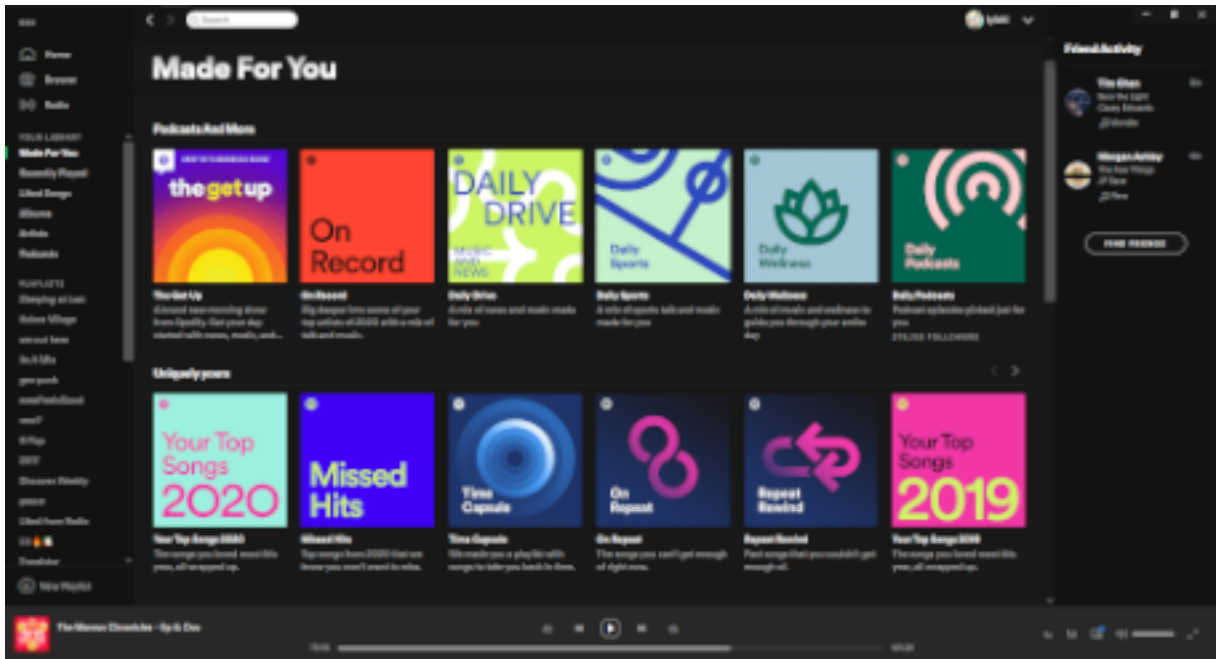
Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 14 – Ilustração implementada na plataforma de conversas e fóruns Discord



Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor.

Figura 15 – Gráficos para *playlists* na plataforma de *streaming* de áudio Spotify



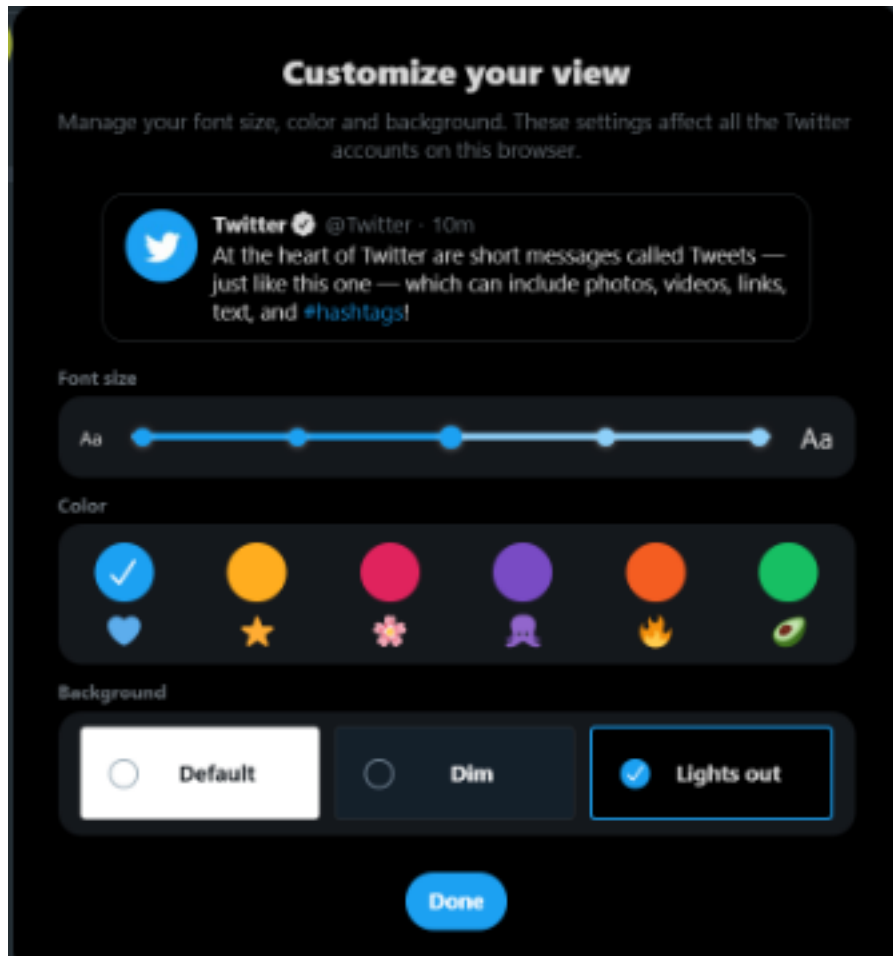
Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor.

Figura 16 – Paleta de cores secundária da plataforma de *streaming* Twitch



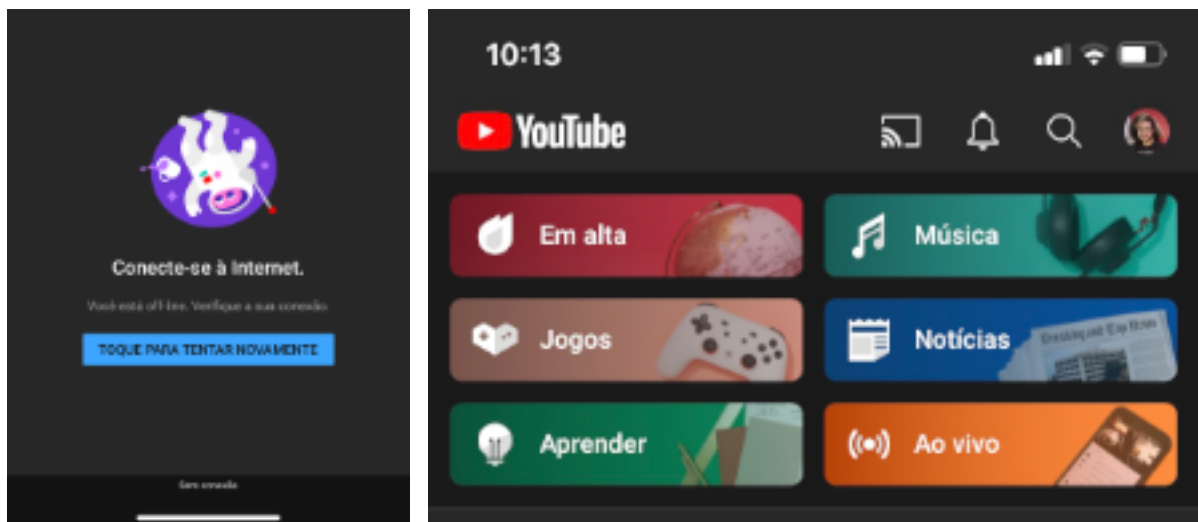
Fonte: Twitch Brand Guidelines

Figura 17 – Tela de customização da rede social Twitter em *desktop*



Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor.

Figura 18 – Tela de erro de conexão e tela de categorias no aplicativo do *YouTube*



Fonte: Captura de tela elaborada pelo autor.

8.1.2 Estilo de ilustração

Apesar das cores utilizadas nas ilustrações sejam diretamente baseadas nas mídias sociais e seus esquemas de cores apontados em seus manuais de identidade visual e demais *guidelines*, o estilo de ilustração em muitas empresas como *Facebook*, *Google* e *YouTube*, consideradas de um estilo em específico, geométricas, de proporções anatômicas desproporcionais, e tons de pele irreais são, para algumas pessoas, atributos gráficos considerados forçados, falsos e não autênticos. O estilo simples e geométrico é utilizado como guia para setores inteiros de design e publicidade em grandes empresas, o que facilita a uniformidade das ilustrações (MCCOWN, 2021). Porém, a utilização de tons de pele irreais (Figura 19) e o significado atrelado a esse estilo poderiam trazer uma mensagem negativa às publicações, pois teriam a aparência de publicidade para grandes corporações de tecnologia (Figura 20). Considerando que um dos objetivos da mensagem é a identificação e informar o público sobre os aspectos da vida de mulheres trans negras, percebi a importância de trabalhar um estilo de ilustração que represente jovens mulheres trans negras, e tornar todas as personagens mais “humanizadas” ao sugerir proporções mais próximas da realidade, além de tons de pele e traços faciais que representam a população negra.

Figura 19 – Ilustração produzida para o sistema gráfico de Facebook



Fonte: jsweisart.com

Figura 20 – Aplicação de ilustrações no app *Facebook*



Fonte: jsweisart.com

A Airbnb mantém um sistema gráfico de ilustrações que engloba os aspectos raciais (Figura 21) e procura, ao contrário dos estilos do Facebook, trazer o aspecto de diversidade e inclusão em seus personagens. Jennifer Hom, gerente de ilustração de produto e experiência de design na Airbnb afirma que, ao utilizar cores irreais na ilustração ou apenas contornar o rosto das personagens, sem dar muitos traços faciais, a raça fica muito ambígua, e facilmente de assumir que é uma pessoa branca (AIRBNB, 2021).

Figura 21 – Um anfitrião acolhe seus convidados no Japão



Fonte: *AirBnb Design*

8.1.3 Tipografia

A escolha da tipografia teve como requisitos principais, a boa legibilidade, pois é considerado que o público-alvo irá prioritariamente visualizar as publicações em dispositivos móveis, e que haja alguma unidade entre o material proposto e o que já é normalmente visualizado pelo público. A utilização e uso de mídias sociais, como reconhecido na pesquisa com o público-alvo, mostra que é possível melhor aceitação ao texto nas publicações se utilizada fontes mais comuns em apps. As fontes normalmente utilizadas em mídias sociais são: Helvetica (Figura 22), Roboto (Figura 23) em dispositivos Android, e San Francisco (Figura 24) em dispositivos iOS (iPhones e iPads). É possível argumentar o uso dessas famílias tipográficas pois já são altamente utilizadas em aplicações, interfaces para celular e tablets, pois são legíveis mesmo em tamanhos pequenos. A utilização de qualquer fonte neo gótica ficaria de acordo com os requisitos de legibilidade propostos por sistemas operacionais de *smartphones*, pois todas as que foram referidas acima entram na categoria de fonte neo gótica: tipografias sem serifa, diretamente inspiradas nas famílias tipográficas góticas do século XIX e XX, com nenhum contraste de hastes e formas geométricas (ROCHA, 2012). A tipografia utilizada na geração de alternativas foi a Roboto,

pois é a fonte utilizada nos dispositivos Android, que são os mais utilizados no Brasil (CARDOSO, 2020).

Figura 22 – Tipografia Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÕabcdefghijklmn
opqrstuvwxyzàåéîõø
&1234567890(\$£.,!?)

Fonte: Divulgação

Figura 23 – Tipografia Roboto

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÅ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàåéîõøü&1
234567890(\$£€.,!?)

Fonte: Divulgação

Figura 24 – Tipografia San Francisco

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

Fonte: Divulgação

A Roboto também apresenta uma grande família tipográfica com vários pesos, o que facilita seu uso único ou em combinação com possíveis elementos tipográficos manuais ou *letterings* nas publicações.

8.1.4 Conceito das personagens principais

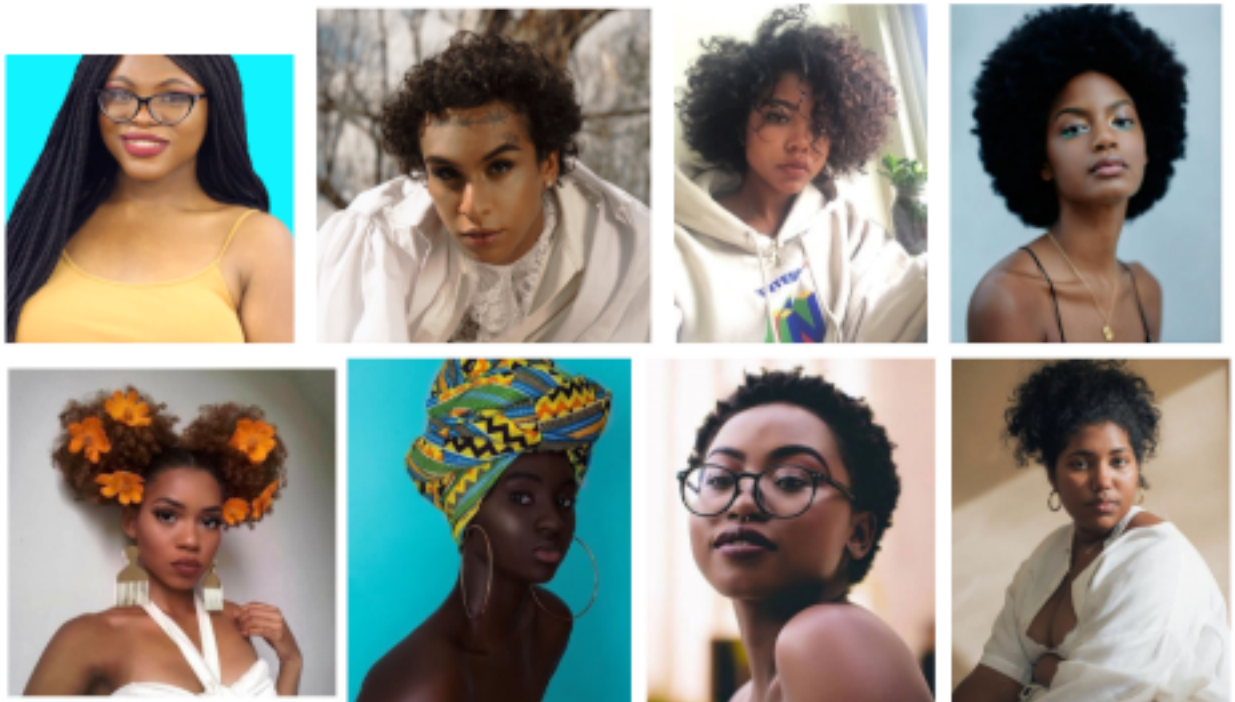
Tendo como objetivo do projeto, e considerando as referências e a justificativas apresentadas neste trabalho, é de muita importância considerar o design das personagens das publicações, que são meninas e mulheres trans e negras. Os esboços iniciais foram realizados com referência a imagens de mulheres negras (cis ou trans) (Figuras 25-27), além de referências de ilustração de personagens negras (Figuras 28-30). A representação visual das personagens tem como objetivo principal representar mulheres negras e trans, sem clara “distinção” física, evitando estereótipos agressivos muito utilizados na mídia no passado, como: barba por fazer, maquiagem pesada, pelos corporais, perucas, etc (DISCLOSURE, 2020).

Figura 25 – Painel de referências para mulheres negras



Fonte: Painel elaborado pelo autor

Figura 26 – Painel de referências para mulheres negras



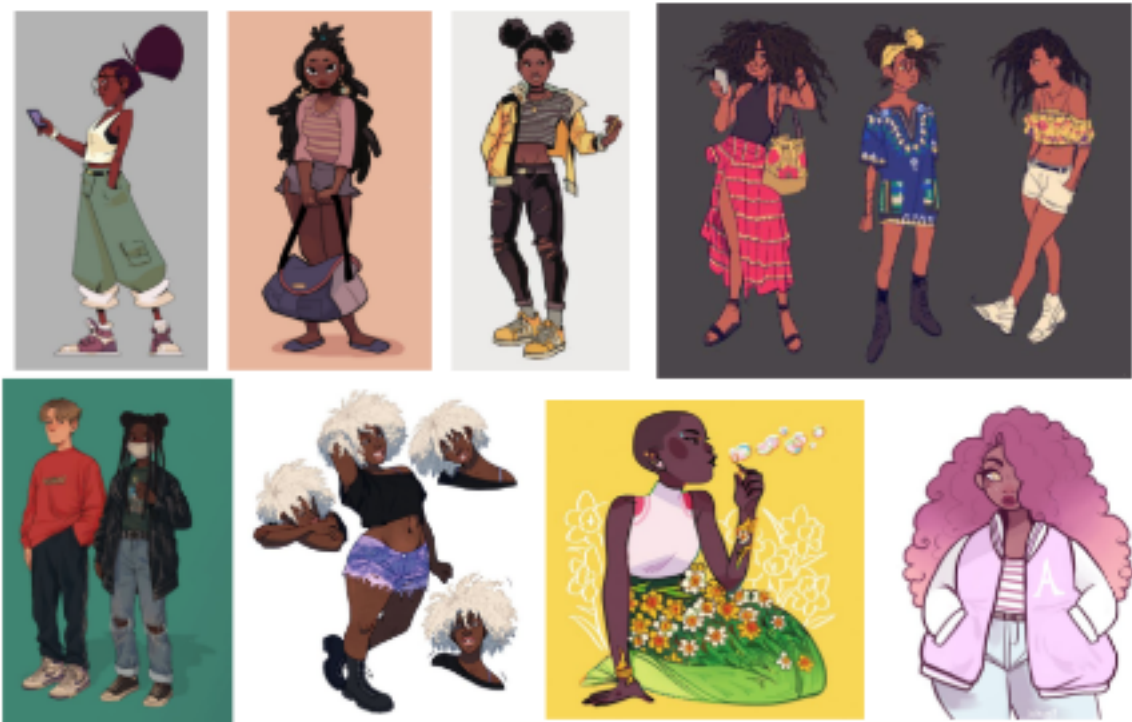
Fonte: Painel elaborado pelo autor

Figura 27 – Painel de referências para mulheres negras



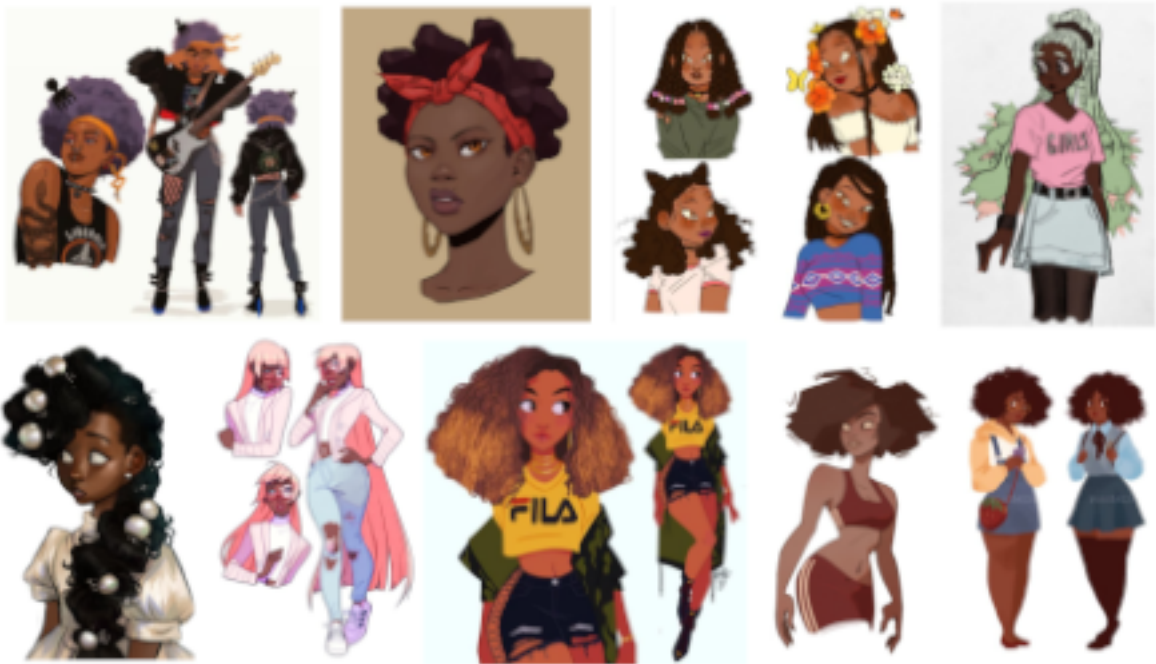
Fonte: Painel elaborado pelo autor

Figura 28 – Painel de referências com personagens negras



Fonte: Painel elaborado pelo autor

Figura 29 – Painel de referências com personagens negras



Fonte: Painel elaborado pelo autor

Figura 30 – Painel de referências com personagens negras



Fonte: Painel elaborado pelo autor

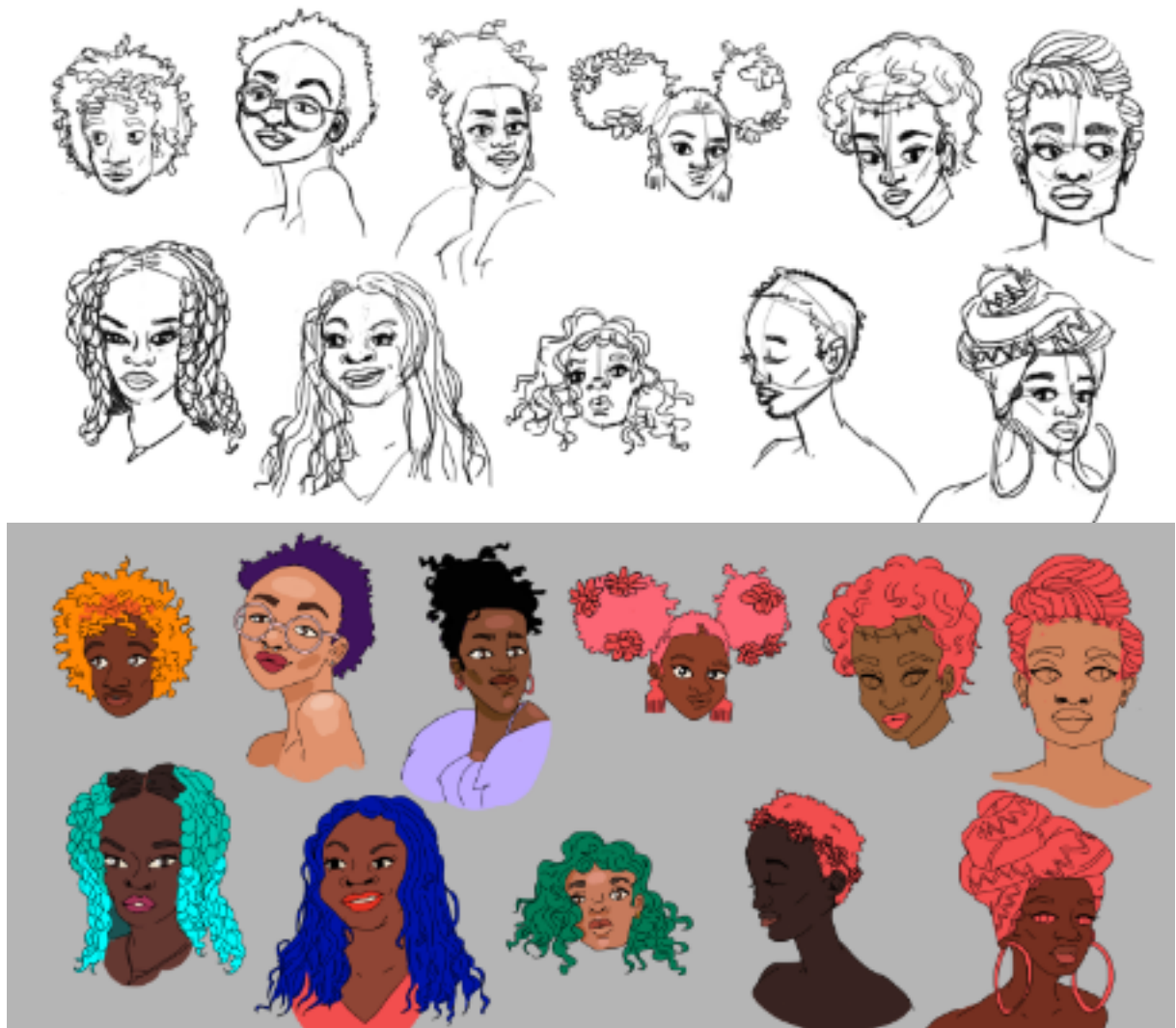
Considerando essas referências, iniciei o processo de desenvolvimento das personagens dentro das publicações, junto à segunda ideação de rascunhos e ideias iniciais (Figuras 31-32).

Figura 31 – Rascunhos das publicações com foco na personagem principal



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 32 – Arte conceitual para as personagens principais



Fonte: Elaborado pelo autor

8.1.5 Temas das publicações

Considerando os aspectos gerais de transição de gênero e o conceito do projeto que visa estabelecer com o público jovem uma visão leve e positiva das mulheres trans e negras, foram definidos 4 temas principais para as publicações: aspecto familiar, aspecto social/legal, aspecto escolar (15 anos) e aspecto individual.

O aspecto familiar tem como objetivo trazer a mensagem de que o suporte familiar para a mulher trans é muito importante para sua saúde mental, e não é tão raro quanto a mídia popular demonstra (KOKEN et al, 2019).

O aspecto social ou legal tem como mensagem principal, informar sobre os direitos assegurados das pessoas trans, como o da utilização de nome social ou retificação de nome e marcador de gênero. Além disso a possibilidade de demonstrar uma mulher trans negra em situação comum em que pode ocorrer desentendimentos ou até atos de violência e transfobia, mas mostrando como a reação das pessoas pode ser mais confortável e com apoio de pessoas desconhecidas, quando se há conhecimento de mulheres trans e seus direitos assegurados.

A mensagem acerca do aspecto individual corresponde principalmente ao mito comum de que a mulher trans (ou qualquer pessoa trans que transiciona), ao “mudar” para o gênero feminino, deixou de ser a pessoa que era, para se tornar outra. (KOKEN et al, 2019). Em relação a isso, também fica a dúvida entre amigos e familiares, se o correto seria referir-se à mulher trans, antes da transição, como ela atualmente ou como o “menino” que conheceram anteriormente. O ideal não é tratar-se do passado da mulher trans com o gênero que lhe foi atribuído, mas sim como se todos tivessem consciência de que era uma menina trans no passado.

Por fim, considerando o público-alvo do projeto, faz-se relevante expressar uma mensagem dentro do contexto escolar pois, em média, mulheres trans tendem a questionar seu gênero ou descobrir-se trans durante a adolescência (KOKEN et al, 2019). Relacionar o período escolar com a festa de debutante, um evento que muitas pessoas participam e durante a adolescência e que socialmente é muito esperado para meninas.

Considerando estes temas, comecei a elaborar esboços rápidos e rascunhos sobre o layout das publicações (Figura 33-34). É possível observar que nos esboços rápidos e primeiros rascunhos, a falta de layout e grid tende a comprometer a legibilidade da ação e, conseqüentemente, da mensagem.

Figura 33 – Esboços rápidos para determinar tempo e tema geral das publicações



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 34 – Segunda iteração dos rascunhos, com maior complexidade

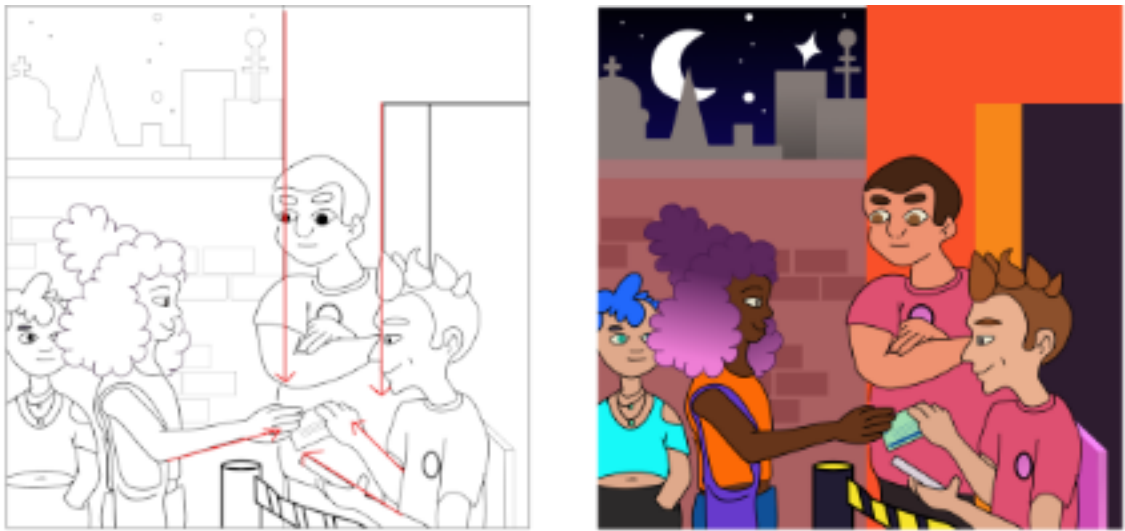


Fonte: Elaborado pelo autor

8.1.6 Layout, grids e hierarquia da informação

É importante considerar o *layout* dos painéis das publicações, para que a mensagem seja clara mesmo com pouco texto. *Grids* e linhas para apontar para os pontos de importância da imagem foram utilizados (Figura 35). Adicionalmente, a utilização de regra dos terços para melhor emoldurar a ação e, conseqüentemente, melhorar a mensagem (Figura 36). Ao considerar o texto que é necessário nas publicações, foi considerado, sempre que possível, manter a ordem diagonalmente de cima para baixo e da esquerda para a direita, seguindo o movimento ocular mais comum e inconsciente que o leitor tem.

Figura 35 – Linhas naturais da ilustração nos personagens e fundo que trazem o olhar do espectador para a ação da cena



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 36 – Utilização de grid e regra dos terços para dar foco em certas partes da imagem



Fonte: Elaborado pelo autor

8.2 SELEÇÃO DE ALTERNATIVAS

Após a etapa de geração de alternativas e visualizar como melhor comunicar a mensagem proposta pela projeto nas publicações, foi considerados os determinados requisitos gráficos:

- Cores vibrantes, porém com limite na paleta de cores em cada imagem. Representar personagens com tons de pele e corpos diversos;
- Tipografia neo grottesca, utilizando a família tipográfica Roboto, para melhor legibilidade em dispositivos móveis e familiaridade com o tipo pelo público-alvo;
- Utilização de *layouts* e *grid* em cada imagem da publicação, para melhorar a visualização e entregar a mensagem de forma rápida e eficiente.

A Figura 37 representa graficamente a ideia geral de como as publicações serão desenhadas, projetadas e coloridas:

Figura 37 – Arte final para publicação sob o tema “Aspecto Social/Legal para mulheres trans”



Fonte: Elaborado pelo autor

8.3 DESENVOLVIMENTO DA SOLUÇÃO

Após reavaliação sobre a iteração da publicação “Carteira social” apresentada durante o painel intermediário de avaliação deste trabalho, e considerando o aspecto da arte conceitual (Figura 32), e a proposta final do projeto, foram reconsideradas alguns aspectos gráfico-visuais das ilustrações, principalmente a estilização das personagens, em detrimento de um estilo mais “realista”, com proporções anatômicas mais condizentes com a figura humana, como apresentado na arte conceitual para as personagens principais. Tendo isso em mente, foram realizados novos rascunhos para os quadros, dessa vez usando mais referências de figuras humanas e dependendo mais delas para melhorar proporção anatômica (exemplos de imagens usadas como referência para mãos, rostos, poses etc).

8.3.1 Publicação “15 anos”

Para essa publicação, a ideia principal, como estabelecida, era de representar o ambiente escolar e a adolescência da mulher trans de forma positiva. É importante nesta publicação que os colegas de turma e a escola, no geral, fossem representados como parte do suporte emocional e aceitação que a personagem principal precisa. O rascunho inicial já indica (Figura 38), de forma sutil, o ambiente que se passará a história, com a inclusão de um quadro negro ao lado esquerdo da imagem. Também no primeiro quadro, com a visão clara da porta da sala, indica-se o subtexto de que algo em relação à porta irá acontecer.

Figura 38 – Rascunho “*thumbnail*” e rascunho inicial para a publicação “15 Anos”



Fonte: Elaborado pelo autor

O segundo quadro é dividido em dois, pois era necessário o tempo “extra” para indicar a presença de uma nova personagem, e também para indicar a relevância desta. Outro motivo para a divisão dos quadros é a mudança de estado do ambiente, como será visto na versão final da publicação (Figura 40). O terceiro quadro é o mais relevante e que informa mais o leitor sobre a história, pois apresenta outros quatro personagens, entendendo que são diversas pessoas presentes na “festa surpresa”; foi considerada a diversidade quanto ao design dos personagens, para representar da melhor forma possível a demografia de uma escola pública brasileira (Figura 39); a faixa, ao fundo, com o texto “15+1 Anos” implica o conceito da festa: um aniversário de 15 anos, com a importância social que um aniversário de 15 anos tem para uma menina, porém um ano atrasado, sendo assim um aniversário de 16 anos. O último quadro, concluindo a história, representa, principalmente, a aceitação, mas também o afeto e carinho pela personagem principal vindo dos colegas de escola. A fala da personagem principal, “achei que nunca teria uma festa de debutante”, subentende o possível obstáculo que houve para que ela não tivesse uma festa de 15 anos.

Figura 39 – Rascunho com definições de posição para balões de fala e texto



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 40 – Versão finalizada para a publicação “15 Anos”



Fonte: Elaborado pelo autor

O texto complementar confirma, apontando como o suporte de colegas dentro do ambiente escolar é importante para meninas trans:

A adolescência é um período de muitas mudanças e de rituais importantes na vida. Muitas vezes a oportunidade de ter esses momentos é perdido para mulheres trans, como a festa de 15 anos. Na escola, o apoio dos colegas, professores e corpo docente faz a diferença na vida delas, que muitas vezes, por preconceito, acabam desistindo dos estudos.

8.3.2 Publicação “Carteira Social”

Na publicação “Carteira Social”, a mensagem que tem a intenção de ser passada é mais de informação sobre um serviço já existente, mais do que das outras publicações, que tem a intenção de conscientização e visibilidade da vivência de mulheres trans. O primeiro quadro estabelece o local em que a publicação vai se passar em frente a uma casa noturna à noite, em que é necessário identificar-se para a entrada. Um dos elementos gráficos que apontam essa identificação obrigatória é a faixa delimitadora na parte inferior da ilustração. Outra informação importante do primeiro quadro é a visualização do que a personagem está entregando à outra, que guarda a porta: devido ao tamanho, não é possível identificar especificamente, na primeira ilustração, que tipo de documento é. No entanto, como é demasiadamente importante para a história, foi necessário contrastar o objeto do restante da cena. Para isso, foram evitadas cores esverdeadas na ilustração, além de manter linhas integradas na ilustração que convergem ao objeto. Como estabelecido na geração de alternativas, uma das estratégias para dar mais ênfase é a utilização de *grids*, como o *grid* de terços ou regra dos terços. Nos primeiros *sketches* dessa ilustração (Figura 41), é possível observar que o ângulo e a distância dos personagens era maior, e isso acabava debilitando a legibilidade da ação, que é tão importante quanto estabelecer o local em que a ação está ocorrendo. Dessa forma então foi desenhado um novo quadro em que a ação é aproximada ao leitor (Figura 42), dando mais ênfase à ação representada: a entrega do documento à personagem. Além disso, o primeiro rascunho desta publicação ilustra apenas uma pessoa à porta, o que depois trazia confusão no terceiro quadro, em que a personagem que subverte o pensamento da primeira não é apresentada, dando a impressão que surge “do nada”.

Figura 41 – Rascunho inicial para a publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

Então na nova iteração do painel, foi adicionada uma nova personagem à porta junto ao homem que recebe o documento de identificação, que depois também interage com o último no terceiro painel, substituindo a personagem original.

Figura 42 – Segundo Rascunho para a publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

A segunda ilustração tem como foco o objeto que foi entregue ao personagem que estava à porta, revelando ser uma carteira de nome social. Já que o objetivo da mensagem é a informação de algo já existente, é importante que a representação da carteira seja a mais próxima possível de como visualmente é na realidade, então foi usada como referência uma carteira de nome social real. O uso de duas cores ao fundo, com formato de círculo, foi utilizado de forma a contrastar com a forma retangular da carteira, dando mais ênfase (Figura 43). Da mesma

Figura 43 – Desenvolvimento do segundo quadro da publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

forma, o uso da cor magenta como contraste do verde claro do objeto de destaque. Aqui, o que desenvolve a história é os balões de fala, que demonstram a confusão do homem que verificou a carteira de nome social da personagem principal, Júlia. O segundo balão, vindo de outra direção – o que aponta diálogo de outra personagem –, confirma a legitimidade do documento, e continua sua fala na terceira ilustração, explicando para o homem com a identificação de Júlia que é um documento válido, pois contém foto e é vinculado ao RG (Registro Geral) dela.

Então, no terceiro quadro o leitor consegue visualizar que quem questionou a fala do primeiro personagem é o outro funcionário do local, e aponta como no documento apresentado contém a informação necessária para identificação (número do RG). Nos primeiros rascunhos desta publicação (Figura 41), este quadro apresentava uma personagem diferente, mas não mantinha a mesma clareza dos acontecimentos e entendimento de um personagem a outro, o que comprometia a compreensão da publicação, então após avaliação, foi alterado.

Por fim, no último quadro da publicação, a atenção é voltada para Júlia e sua amiga (que estavam no primeiro quadro, aguardando permissão para entrar no local), agradecendo a atitude do segundo personagem à porta, que libera a entrada de Júlia utilizando a carteira de nome social. Além de finalizar a cena, essa ilustração é importante para reforçar a atitude positiva do funcionário, e que tanto a Júlia quanto sua amiga são gratas pela ação. No último quadro foi redesenhado após reconsiderar que os primeiros rascunhos estavam muito cartunescos (Figura 44-45).

Figura 44 – Mudança no último quadro da publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 45 – Versão finalizada da publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

O texto complementar da publicação explica de forma curta o que é a carteira social e como ela funciona:

É assegurado o direito do nome social para todas as pessoas trans, transexuais e travestis. A carteira de nome social é feita pelos órgãos públicos e pode substituir outros documentos oficiais, como o RG!

8.3.3 Publicação “Família”

Na publicação intitulada “Família”, a mensagem que se propõe a transmitir é a da importância do suporte familiar, principalmente de pais, guardiões e outras figuras maternas ou paternas, na vida de mulheres trans (KOKEN et al, 2009). Inicialmente, a ideia era de representar a narrativa de forma visual apenas com fotos antigas, mostrando a personagem principal quando nenê, criança de 6-7 anos e na pré-adolescência no primeiro, segundo e terceiro quadro respectivamente, visualmente parecendo desconfortável na forma em que se apresenta, com roupas consideradas masculinas e “de menino”, para ao final o leitor ser apresentado a uma foto mais atual, com a personagem principal já em processo de transição e apresentando felicidade (Figura 46). No entanto, a narrativa não era clara o suficiente mesmo com a inserção de diálogo,

Figura 46 – Rascunho inicial da publicação “Família”



Fonte: Elaborado pelo autor

que também comprometeria a legibilidade das ilustrações. Novo rascunho então foi estabelecido, de acordo com roteiro escrito. Neste, a publicação se inicia com duas personagens, uma delas apontando para um retrato (que está de costas para quem está lendo a publicação), enquanto conversa com a amiga (Figura 47). A escolha para este ângulo em específico é de razão da percepção e cognição do usuário. Toda forma e desenho evoca uma resposta de quem a percebe, e nem sempre a função do projeto é de ser o mais claro e informativo possível, já que o design não é neutro (FRASCARA, 2004). Como parte integral das publicações são de manter a atenção de quem está lendo até o final, é importante manter a atenção e certa curiosidade ao leitor. Desta forma, é possível que a imagem de uma pessoa vendo um retrato cause esta curiosidade e crie a resposta adequada ao leitor, de continuar a publicação até o final. Então, no segundo quadro, é revelado o que as duas personagens estavam vendo: uma foto de família da

Figura 47 – Rascunho inicial da publicação “Família”



Fonte: Elaborado pelo autor

personagem principal, constituída por ela, seu pai e mãe. Nesta ilustração é importante que a expressão da personagem – uma criança entre 4 e 6 anos –, fosse claramente triste e desgostosa (Figura 48), para melhor representar o diálogo da personagem que refere à narrativa de muitas mulheres trans sobre o que vivenciam durante a infância, já que a maioria sente desconforto em apresentar-se no gênero masculino desde cedo (KOKEN et al, 2009). O terceiro quadro tem como informação mais relevante o diálogo da menina trans, a personagem principal, com sua amiga, e sua expressão melancólica confirma como aquele foi um momento difícil. Ao final, no último quadro, é possível observar um segundo retrato à mesa que havia o retrato antigo: é novamente uma foto de família, agora atual. (Figura 49-50). Tanto os pais quanto a personagem sorriem e parecem felizes. Junto ao diálogo da personagem, que diz que assim que os pais dela

Figura 48 – Segundo quadro para a publicação “Família”



Fonte: Elaborado pelo autor

a ajudaram e a acolheram, entendendo-se que apoiam a sua transição de gênero, é de extrema importância que a publicação seja finalizada desta forma, já que a intenção da mensagem é a da importância do suporte familiar. O texto complementar reforça essa ideia de que o suporte familiar é de extrema importância para a mulher trans (e para qualquer jovem LGBT+):

A família é importante para todo o jovem, mas principalmente para mulheres trans. Num mundo em que a estigmatização delas é tão comum, o apoio, conforto e aceitação de pais, irmãos e outros parentes é essencial!

Figura 49 – Último quadro para a publicação “Família”



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 50 – Versão final para a publicação “Família”

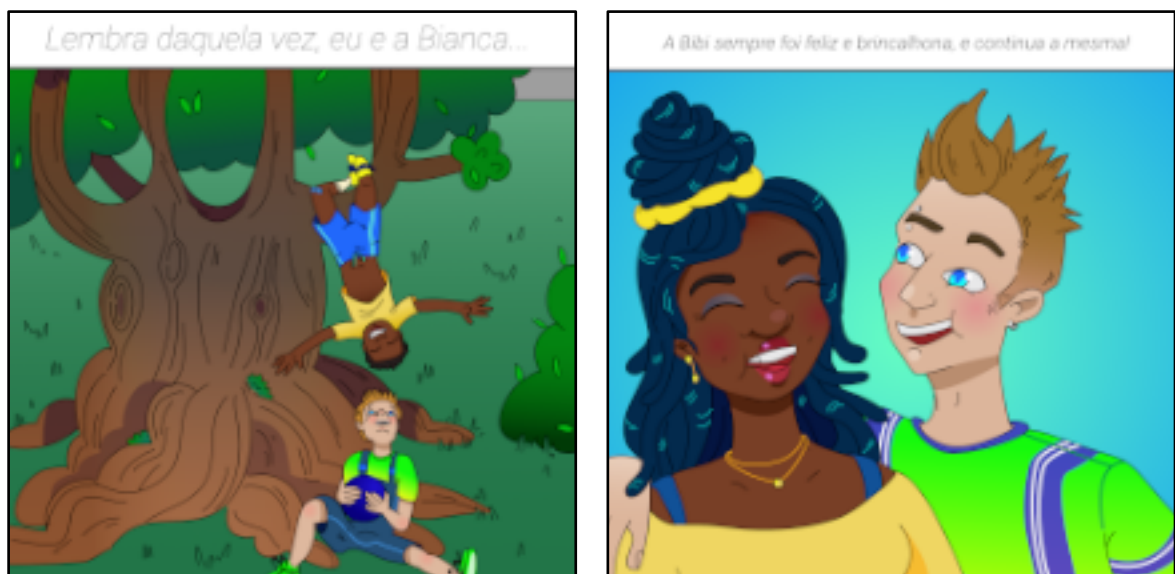


Fonte: Elaborado pelo autor

8.3.4 Publicação “Infância”

Finalmente, na quarta publicação, intitulada “Infância”, a mensagem principal a ser comunicada é a do aspecto pessoal, individual da mulher trans, como sua experiência com o passado e sua transição não difere de outras pessoas que cresceram e mudaram de alguma forma. O primeiro quadro representa uma lembrança, simbolizada pelo texto em barra na parte superior da imagem, significando uma narração. Em alguns contextos a tipografia em itálico também simboliza diálogo ou texto passado. Na ilustração são apresentadas duas personagens, aparentemente dois meninos, brincando em uma área verde junto a uma árvore. Junto ao texto, o entendimento esperado é que se considere o eu lírico e Bianca como as duas crianças apresentadas. Uma consideração importante acerca das cores utilizadas nesta publicação, é importante para a identificação dos personagens com o decorrer do tempo. Assim, foram utilizadas a mesma paleta e cores para as duas personagens do primeiro quadro (Figura 51). No segundo quadro, é apresentada outras duas personagens. O jovem que está olhando para a mulher sentada é uma das crianças da primeira ilustração, e quem estava tendo a lembrança que o primeiro quadro representa. Para manter a distinção em design de personagens quando sua idade muda, é necessário manter um ou mais elementos gráficos consistentes no personagem. No caso do jovem (que para questões de comunicação do relatório, é chamado Lucas), o formato do cabelo, espetado na parte da frente e loiro, foi mantido durante sua representação já como homem adulto. Em umas das iterações, foi utilizado cabelo colorido (azul) na sua aparição adulta, porém comprometeria o entendimento da publicação, de que são a mesma pessoa (Figura 52).

Figura 51 – Relação de paleta de cores entre os personagens



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 52 – Teste com cores no cabelo do personagem Lucas



Fonte: Elaborado pelo autor

No terceiro quadro, originalmente a amiga de Lucas, Bianca, estaria junto durante a conversa com a mãe dele (Figura 53). No entanto, foi percebido como uma possível afronta à identidade da personagem de ser questionada dessa forma na frente dela, então outro rascunho foi elaborado em que Lucas visualiza mentalmente a amiga e equiva sua existência quando criança com sua existência atual, ou seja, que são a mesma pessoa. No último quadro, novamente o diálogo

Figura 53 – Rascunho inicial com Bianca no terceiro quadro com Lucas



Fonte: Elaborado pelo autor

complementa e reforça a mensagem trazida pela ilustração do penúltimo, assim como Frascara (2004) afirma: “O uso de repetição como clarificação acontece muitas vezes quando a informação é apresentada de diferentes formas – às vezes usando diferentes sistemas de códigos – para garantir que a informação seja entendida” (FRASCARA, 2004, p. 8). A ilustração do último quadro também, de outra forma, reforça a mensagem trazida pelo primeiro quadro, de amizade e alegria de dois amigos não foi alterada pela transição de gênero de Bianca (Figura 54). O texto complementar à publicação também é uma outra forma de repetir a informação:

Todo mundo cresce, muda, se transforma. Mulheres trans também, de forma diferente. Lidar com esse crescimento de forma natural inclui a existência de pessoas trans dentro do que consideramos normal e saudável!

Figura 54 – Versão final da publicação “Infância”



Fonte: Elaborado pelo autor

9 AVALIAÇÃO

Foram elaboradas então as quatro publicações de conscientização, chamadas: 15 Anos, Carteira Social, Família e Infância, que abordam os aspectos escolares, sociais, familiares e pessoais da vivência da mulher trans, como anteriormente definido. Para a avaliação do conteúdo e qualidade gráficas destas publicações, foram consideradas as avaliações de três especialistas: uma professora de escola pública de Porto Alegre que, além da formação em educação, é jornalista; uma psicóloga atuante com mestrado em psicologia social; e um designer, para avaliação e validação de aspectos visuais, como composição, tipografia, cores, etc. O método de avaliação foi por meio de entrevista semi estruturada, em que os participantes recebiam perguntas abertas sobre o projeto e elaboravam um documento escrito com suas observações e sugestões. Para a avaliação do conteúdo, as perguntas foram:

- A mensagem geral das publicações: Elas fazem sentido dentro do contexto de jovens? Fazem sentido dentro da vivência de uma mulher trans?
- Compreensão do texto de acordo com o público-alvo (jovens de 13 a 17 anos);
- O texto e as figuras são fáceis de entender? É possível entender sem o texto, ou sem as figuras? (Considerar o público-alvo)

Para a avaliação do aspecto gráfico visual do projeto, as perguntas apresentadas foram:

- Cores utilizadas nas ilustrações: saturação; paleta de cores; contraste.
- Tipografia: tamanho dos tipos; legibilidade; cor; peso; posição.
- Estilo de ilustração: compreensão dos objetos e figuras humanas; distinção e compreensão de cenários.
- Composição, de forma geral.

As avaliações dos especialistas são as descritas a seguir.

9.1 ESPECIALISTA: PSICÓLOGA

Inicialmente gostaria de destacar a relevância do tema escolhido para o projeto. Transgêneros frequentemente têm histórias conturbadas de passagem pela adolescência e ingresso na vida adulta, com pouco entendimento sobre sua própria condição e dificuldade em aceitá-la. Além disso, vivenciam episódios de preconceito, em parte pelo desconhecimento e falta de informações de nossa sociedade sobre o tema, sendo comuns relatos de depressão e tentativas de suicídio.

Desta forma, a proposta deste estudo me parece bastante pertinente, uma vez que busca educar os jovens sobre a realidade da mulher trans, visando à conscientização e facilitando a inclusão social da mulher trans.

A proposta de publicações em redes sociais me parece extremamente adequada. As ferramentas digitais são, atualmente, um instrumento central na vida dos adolescentes, onde permanecem muitas horas de seu dia, sendo, conseqüentemente, uma excelente via de acesso a eles. A ideia de histórias em quadrinhos, com linguagem simples, direta e de fácil compreensão, com certeza aproxima o trabalho ao público alvo.

A diversificação dos temas escolhidos para os quadrinhos é bastante interessante, pois traz temas e situações cotidianas próprias da vida jovem, tais como danceteria, festa de 15 anos, interação com a família e mudanças corporais.

A história “Carteira Social” refere-se a uma questão central na vida da mulher trans: a construção e legitimação de sua nova identidade. O uso da carteira com o nome social permite a exteriorização de que todos, independentemente de seu sexo ou gênero são iguais, portanto, merecem respeito ao se identificarem ou se apresentarem socialmente. Segundo NARDI, SILVEIRA e MACHADO (2013):

(...) O nome social é um elemento central na construção das suas novas identidades. Esse novo nome, que podemos inicialmente compreender como nome social, é cuidadosamente escolhido e passa a ser utilizado para se relacionar com outras pessoas e se apresentar socialmente. (...) a aceitação do uso do nome social por parte da população e das instituições de forma geral é encarada por essas pessoas como uma forma de respeito à sua construção identitária. Esse fato possibilita a expressão de suas construções de gênero com menos risco de discriminação ou preconceito (NARDI, SILVEIRA e MACHADO, 2013, p. 54)¹³.

“15 anos” resgata um dos rituais de passagem de enorme significado simbólico na adolescência, quando a menina é apresentada a sociedade como uma “moça”. A mulher trans muitas vezes não tem a oportunidade de vivenciar este evento imbuído de significados simbólicos codificados pelas tradições culturais. Assim, acho de extrema sensibilidade a escolha deste tema para a história, que permite identificação com as/os jovens desta faixa etária.

As duas últimas histórias trazem a insegurança da família e dos pares em tratar e lidar com a mulher trans e suas modificações. O processo de transexualização de uma pessoa acarreta não apenas mudanças em seu corpo, mas em seu significado de vida e na compreensão de si, de seus direitos e de seus afetos. Estas mudanças são vividas por todo o sistema familiar e de relacionamentos.

Finalmente, penso que as quatro histórias tiveram o mérito de apresentar situações cotidianas saudáveis relacionadas a mulher trans. Fugindo do lugar e do discurso tradicional do preconceito, trazem situações leves e que dão um modelo positivo de relacionamento saudável e inclusivo da mulher trans ao público adolescente.

¹³ Referência bibliográfica: NARDI, Henrique Caetano, SILVEIRA, Raquel da Silva, MACHADO, Paula Sandrine. Diversidade Sexual, relações de gênero e políticas públicas. Porto Alegre: Sulina, 2013.

9.2 ESPECIALISTA: PROFESSORA E JORNALISTA

Estou certa de que a mensagem geral faz sentido dentro do contexto dos jovens. Quanto a fazer sentido no contexto das vivências de mulheres trans, minha experiência é bastante reduzida, mas, me parece que sim, uma vez que aborda de modo simples e direto sentimentos e experiências que, embora do cotidiano, podem ser marcantes.

Os textos são de fácil compreensão para a maioria dos jovens de 13 a 17 anos, porque além de redigidos com clareza e linguagem adequadas abordam situações do cotidiano. A “novidade” para a maioria dos jovens talvez seja o texto sobre carteira social, já que a existência do documento não é amplamente conhecida. Mesmo assim, o conjunto quadrinhos-texto de apoio é perfeitamente compreensível.

Acredito que os quadrinhos e os textos são compreensíveis independentemente uns dos outros, embora os quadrinhos sejam, evidentemente, mais atrativos.

Sugiro algumas alterações nos textos, visando maior clareza.

A adolescência é um período de muitas mudanças e de rituais importantes na vida. Muitas vezes, a oportunidade de ter esses momentos é perdida pelas mulheres trans – como a festa de 15 anos. Na escola, o apoio dos colegas, professores e corpo docente faz a diferença na vida delas, que muitas vezes, vítimas de preconceito, acabam desistindo dos estudos.

É assegurado o direito ao nome social para todas as pessoas trans, transexuais e travestis. A carteira de nome social é feita por órgãos públicos e pode substituir outros documentos oficiais, como o RG (carteira de identidade).

Todo mundo cresce, muda, se transforma. Mulheres trans também, só que de forma diferente da maioria. Para lidar com esse crescimento de forma natural, é preciso incluir as pessoas trans dentro do que consideramos normal e saudável.

Sugiro que apenas o texto de apoio do Família mantenha o ponto de exclamação, no final.

9.3 ESPECIALISTA: DESIGNER

Comentário geral sobre arte: Está bem legal! A ilustração tem um estilo bem específico que me lembra algo MTV’90-2000. Mas a diagramação e a tipografia vão para outro lado, achei que não funcionou bem. Minha sugestão é utilizar uma tipografia *comic* toda em caixa alta e tornar os quadros mais irregulares, assim fica tudo mais coerente. Além da questão estética, a tipografia geométrica pode dar problemas de leitura também, principalmente utilizando com o

entrelinhas mais apertado como tu ta fazendo. Em relação a compreensão de cenários e personagens tá bem legal no geral. Alguns casos específicos eu fui comentando ponto a ponto.

Comentário geral sobre as legendas: Normalmente os textos de redes sociais começam com algo mais instigante que reforça o tom da postagem, já que é a única parte que vai ser lida a não ser pela pequena parcela que vai expandir a legenda. Sugestão, algo como: "Vai ter festinha de debutante sim!", "Pode dar carteirada!"...

Comentário Específico "15 Anos"

Quadro 1 - a fonte light é utilizada para dar sentido de cochicho. Normalmente é utilizado o espaço vazio do balão para isso (reduzir o tamanho da fonte e deixar espaço vazio ao redor). Recomendo acrescentar tons de azul nas cores, para dar mais sensação de escuridão.

Quadro 2a e 2b - com pouca separação, numa primeira impressão parecem duas portas com duas pessoas.

Quadro 3 - alguns personagens (2o e 3o) com pescoço maior do que nos demais quadros, talvez fosse uma boa uniformizar mais.

Quadro 4- Uma das principais características da personagem é o cabelo, que aqui ficou tapado pelo balão. Tem pouco espaço, mas seria legal rediagramar.

Comentário Específico "Carteira Social"

Quadro 1 - utilizar mais tons frios e de roxo/verde pode ajudar a dar uma sensação de noite /luz artificial

Quadro 3 - O ponto de luz amarela no canto inferior chama muita atenção, talvez inverter o gradiente ou algo assim seja interessante

Comentário Específico "Família"

Quadro 3 - cuidado com a variação do tamanho da fonte entre quadros, às vezes fica um pouco estranho.

Quadro 3 e 4 - A separação de fala entre quadros normalmente é feita com ... , não -. Outro ponto é que as partes destacadas "não" e "pais" acho que seria melhor destacar toda a parte que dá sentido, "não era" no primeiro e "meus pais" no segundo.

Quadro 4 - Cuidado com a leitura confusa "meus pais me ajudaram muito depois" (ajudaram muito ou muito depois). Sugiro algo como "...mas depois meus pais me ajudaram muito, aí ficou muito mais fácil!"

Comentário Específico "Infância"

Aqui como a história acontece em três espaços (passado distante, presente e passado recente), seria legal rever alguns elementos pra deixar mais claro com o texto

Quadro 1 - Parece muito o início de um conto, não de um diálogo, talvez trocar por "Você lembra aquela vez que eu e a Bianca -" (aqui usa o - para indicar interrupção). Aqui o uso do

itálico até é relativamente comum, mas o light não entendi muito bem.

Quadro 2 - iniciar com um balão de "..." no personagem de vermelho, para indicar que é ele que foi interrompido, e a esquerda o balão de "Naquela época..." do outro personagem

Quadro 2 e 4 - Talvez utilizar um tratamento parecido com o quadro 2 da história anterior, para indicar outro tempo que não o atual.

Quadro 4 - Cuidar a variação de tamanho de fonte entre quadro 1 e este. Se necessário, quebrar em duas linhas.

Outras observações:

Achei os gradientes que tu usou pra preenchimento de fundo estão tirando a atenção dos personagens. Por vezes a fonte parece mudar de espessuras, o que faz com haja uma falta de consistência entre cada quadro. Talvez trocar por uma fonte que se comporte melhor com diferentes tamanhos de texto. Ou quebrar mais os textos pra cada balão comportar menos palavras. Além disso no "Infância" o texto do primeiro e quarto quadro estão muito finos.

De forma geral entendi o que cada desenho quer representar, mas eu sugeriria que no "15 anos" a personagem estivesse com uma cara de surpresa no terceiro quadrinho, pois entendo que ali era já estaria vendo o pessoal todo na sala e tal. Atualmente ela me passou um sentimento de indiferença.

10 DETALHAMENTO

Com as considerações propostas pelos especialistas, algumas mudanças foram realizadas nas publicações. Essas mudanças visam melhorar o entendimento das mensagens e trazer mais clareza às situações propostas nas publicações. Onde há comparação entre antes e depois entre quadros, o anterior está sempre à esquerda, e o final, com a alteração, à direita.

10.1 PUBLICAÇÃO “15 ANOS”

A maior mudança nesta publicação foi no segundo quadro, em que a expressão da personagem principal foi alterada para denotar mais o sentimento de surpresa (Figura 55). Considerando a situação que é contada na história, a expressão surpresa é mais lógica. Outra mudança importante foi o deslocamento do balão de fala no quarto quadro, pois estava em frente ao cabelo da personagem principal, o que interfere na silhueta da personagem, o que pode dificultar na identificação (Figura 56).

Figura 55 – Alteração no quadro dois da publicação “15 Anos”



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 56 – Alteração no balão de fala do último quadro de “15 Anos”

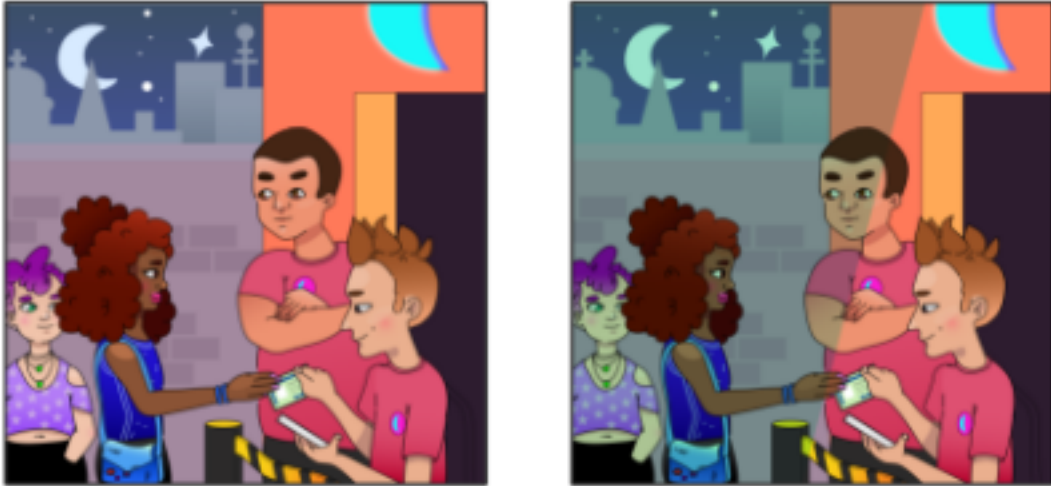


Fonte: Elaborado pelo autor

10.2 PUBLICAÇÃO “CARTEIRA SOCIAL”

Nesta publicação, a sugestão considerada e que aprimorou o projeto é a de sobrepor tons esverdeados e azulados no primeiro quadro, para melhor denotar o tempo em que se passa a história, à noite (Figura 57). Também, no terceiro quadro, o gradiente ao fundo foi alterado para melhor

Figura 57 – Mudança do primeiro quadro da publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

destacar a interjeição adicionada ao personagem. Na versão avaliada, a cor mais vibrante dava destaque ao canto inferior esquerdo da imagem, que não tem relevância para a situação do quadro (Figura 58).

Figura 58 – Mudança do primeiro quadro da publicação “Carteira Social”



Fonte: Elaborado pelo autor

10.3 PUBLICAÇÃO “FAMÍLIA”

Nesta publicação, os diferentes usos de peso e tamanho no texto estavam chamando atenção excessivamente, o que não é relevante para a história ou compreensão da história (Figura 59). Por sugestão do especialista, o texto foi ajustado para manter o mesmo tamanho e peso em todos os quadros e, no terceiro quadro, foi quebrado entre dois “balões”, para melhorar a legibilidade e o ritmo de leitura (Figura 60).

Figura 59 – Alteração nos tamanhos e pesos dos tipos na publicação “Família”



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 60 – Quebra no texto e balões de fala para melhorar o ritmo de leitura



Fonte: Elaborado pelo autor

10.4 PUBLICAÇÃO “INFÂNCIA”

Tanto no primeiro quadro quanto no último, foi aplicado uma sobreposição sobre as ilustrações, pois melhoram a mudança de tempo na história (Figura 61-62). Primeiramente, uma lembrança de um passado distante, e ao final de um passado recente, tendo os dois quadros do meio passados no presente, na história. Além disso, o texto apresentado em barra foi uniformizado no primeiro e últimos quadros. Para isso, foi necessário quebrar o texto em uma segunda linha no último quadro. Essa decisão foi feita considerando a homogeneidade das situações (ambas são ilustrações do “passado” do personagem) e melhor legibilidade do texto.

Figura 61 – Sobreposição no primeiro quadro da publicação “Infância”



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 62 – Sobreposição no último quadro da publicação “Infância”



Fonte: Elaborado pelo autor

No segundo quadro, um “balão” adicional com reticências foi posicionado à esquerda do balão de fala da mãe do personagem, para denotar a interrupção que ela fez a Lucas, pois é ele quem está falando no primeiro quadro (Figura 63). Graficamente essa interrupção também é demonstrada pela sobreposição do balão da mãe de Lucas ao dele.

Figura 63 – Sobreposição no último quadro da publicação “Infância”



Fonte: Elaborado pelo autor

10.5 VERSÕES FINAIS

Após a avaliação do conteúdo e os aspectos gráficos das publicações, e mudanças nos seus detalhes, as versão finais das publicações são as seguintes (Figura 64-67).

Figura 64 – Versão final da publicação “15 Anos” após avaliação



Fonte: Elaborado pelo autor

Texto complementar para a publicação “15 Anos”:

Vai ter festa! A adolescência é um período de muitas mudanças e de rituais importantes na vida. Muitas vezes, a oportunidade de ter esses momentos é perdida pelas mulheres trans – como a festa de 15 anos. Na escola, o apoio dos colegas, professores e corpo docente faz a diferença na vida delas, que muitas vezes, vítimas de preconceito, acabam desistindo dos estudos.

Figura 65 – Versão final da publicação “Carteira Social” após avaliação



Fonte: Elaborado pelo autor

Texto complementar para a publicação “Carteira Social”:

Documento super válido! É assegurado o direito ao nome social para todas as pessoas trans, transexuais e travestis. A carteira de nome social é feita por órgãos públicos e pode substituir outros documentos oficiais, como o RG (carteira de identidade).

Figura 66 – Versão final da publicação “Família” após avaliação



Fonte: Elaborado pelo autor

Texto complementar para a publicação “Família”:

Aquele carinho especial... a família é importante para todo o jovem, mas principalmente para mulheres trans. Num mundo em que a estigmatização delas é tão comum, o apoio, conforto e aceitação de pais, irmãos e outros parentes é essencial.

Figura 67 – Versão final da publicação “Infância” após avaliação



Fonte: Elaborado pelo autor

Texto complementar para a publicação “Infância”:

De criança pra adulto, assim como todo mundo. Todo mundo cresce, muda, se transforma. Mulheres trans também, só que de forma diferente da maioria. Para lidar com esse crescimento de forma natural, é preciso incluir as pessoas trans dentro do que consideramos normal e saudável.

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A existência e sobrevivência da população trans, principalmente de mulheres trans, é por muitas vezes conturbada e cheia de incertezas, dificuldades e preconceitos. Muitas das injustiças que elas experienciam são originadas, em grande parte, pela ignorância da sociedade e da cultura que vivemos, que alimenta o medo, o desprezo e o nojo que muitas pessoas têm em relação a essa parcela da população tão marginalizada. A realização deste projeto tenta reivindicar esse sentimento da maioria da população brasileira: de desgosto, da relação errônea entre a transexualidade e travestilidade com a prostituição, sexo, drogas, abandono, violência e que mulheres trans tentam enganar homens cis. A comunicação efetiva e clara pode trazer mudanças de hábito, que podem mudar reações, o que, com o tempo, pode mudar toda a percepção de uma cultura ou sociedade. De fato, considerando o tempo em que vivemos, é de grande dificuldade realizar a conversa necessária para mudança de visão, principalmente em adultos, pessoas que já consideram sua forma de ver a vida e a sociedade em que vivem, totalmente inflexível. No entanto, as novas gerações podem ser mais progressivas, se oferecidas os dois lados do argumento. É importante ressaltar que, para mulheres trans, travestis e a população trans em geral, não pode-se existir argumento: suas existências não devem ser questionadas ou sofrerem retaliação simplesmente por existirem, por tentarem viver suas vidas normalmente, buscar educação, um emprego, um companheiro, filhos, família, etc. Se existe uma mensagem principal para este projeto, é de que a existência da população trans deve ser aceita e respeitada independente de qualquer coisa.

O desenvolvimento deste projeto teve suas dificuldades. É difícil avaliar com o público-alvo, por exemplo, por serem menores de idade e, por questões legais, não podem oficialmente consentir à pesquisas ou entrevistas estruturadas ou semi estruturadas sem a autorização dos pais. Além disso, pela suspensão das aulas presenciais devido à pandemia do vírus COVID-19, não foi possível qualquer tipo de atividade ou teste com uma turma de ensino médio em sala de aula, o que seria uma situação que melhoraria a pesquisa para este projeto. Mesmo assim, as análises de avaliação do projeto por uma psicóloga e uma professora e jornalista foram muito enriquecedoras para validar a importância de que a mensagem das publicações trouxesse informações compreensíveis, interessantes e relevantes para o público-alvo. O tempo de projeto foi curto para poder estabelecer outras necessidades para o projeto, como identidade visual, ou um possível nome para campanha de conscientização. De qualquer forma, os resultados estabelecidos estão de acordo com os objetivos esperados, apesar das diversas adversidades, principalmente para a avaliação do projeto.

De qualquer forma, mesmo com resultado dentro do esperado para este projeto, tenho como objetivo deste trabalho também a própria existência deste, dentro do âmbito acadêmico. Poder realizar um trabalho que possa auxiliar projetos e trabalhos na mesma área no futuro, que possa de alguma forma representar a preocupação que existe a essas mulheres e que há várias formas para ajudá-las. Muitas vezes é visto o trabalho do designer como algo de pouca relevância, de caráter estético ou até frívolo, porém não acredito que esta seja a essência do

design ou do design de comunicação visual. O design não é neutro, e assim como muitas partes da nossa existência como seres humanos vivendo em sociedade, o design também é político. A representação de um personagem em uma campanha, publicação no Instagram, a consideração específica de um público e como será apresentada essa mensagem não são decisões neutras. Então, ativamente apresentar uma mensagem que apresente as mulheres trans, negras, jovens, como outras tantas pessoas jovens, que precisam de suporte familiar, que devem ser acolhidas pela escola, que devem ser aceitas, é fundamental para que, no futuro, exista alguma chance que a mera existência como pessoa trans cause dor e sofrimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADESINA, Precious. My Brother's Name is Jessica: Author John Boyne criticised for trans novel. **Pink News**. Disponível em: <<https://www.pinknews.co.uk/2019/04/16/my-brothers-name-is-jessica-john-boyne-criticised/>> Acesso em: 30 set 2020.

AIRBNB, 2021. Your face here: Creating illustration guidelines for a more inclusive visual identity. Disponível em: <<https://airbnb.design/your-face-here/>> Acesso em: 21 mar 2021.

ANDERSON, Monica; JIANG, Jingjing. Teens, Social Media & Technology 2018. **Pew Research Center**. Maio 2020. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>> Acesso em: 02 nov 2020.

ANDRADE, Paulo. Laerte: heroína trans ou homem vestido de mulher? **Jornal da USP**, Ciências Humanas. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP), Jun 2017. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-humanas/laerte-heroina-trans-ou-homem-vestido-de-mulher/>> Acesso em: 29 out 2020.

APOLINÁRIO, Eleonora Beatriz Ramina. et al. As representações do movimento de Stonewall nos Estados Unidos (1969) - “Stonewall - A Luta Pelo Direito de Amar” (1995) e “Stonewall: Onde o Orgulho Começou” (2015). **Epígrafe**, São Paulo, v.7, n.7, pp.97-108, 2019.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ANTRA). **Sobre**. Porto Alegre. Disponível em: <<https://antrabrasil.org/sobre/>> Acesso em: 26 out. 2020.

BARIFOUSE, Rafael. **STF aprova a criminalização da homofobia**. BBC News Brasil. Fev 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>> Acesso em: 06 nov 2020.

BENEVIDES, Bruna G. BONFIM, Sayonara Naider. **Dossiê dos assassinatos e da violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2019**. Nogueira (Orgs). – São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE, 2020. Disponível em: <<https://antrabrasil.org/assassinatos/>> Acesso em 17 out 2020.

BENGOZI, Bruna. **Diversidade na literatura**: 10 livros com representatividade trans. Livro & Café, 2020. Disponível em: <<https://livrocafe.com/2020/06/11/diversidade-na-literatura-10-livros-com-representatividade-trans/>> Acesso em: 29 out 2020.

BLANK, Cíntia Kath; GONÇALVES, Renata Braz. A leitura na adolescência: um estudo em escolas públicas e particulares de ensino médio. **Revista Didática Sistemática**, v. 13, n. 2, 2011. Universidade Federal do Rio Grande, Instituto de Educação. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/redsis/article/view/1763/1274>> Acesso em: 02 nov 2020.

BRASIL. **Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989**. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, 1989. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17716.htm> Acesso em: 06 nov 2020.

BRASIL, Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais da Educação Básica**. Brasília: MEC, SEB, DICEI, 2013. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/media/seb/pdf/d_c_n_educacao_basica_nova.pdf> Acesso em: 29 out 2020.

CAVANAUGH, Timothy; HOPWOOD, Ruben; LAMBERT, Cei. Informed Consent in the Medical Care of Transgender and Gender-Nonconforming Patients. **AMA J Ethics**. 2016;18 (11): 1147-1155. Disponível em: <<https://journalofethics.ama-assn.org/article/informed-consent-medical-care-transgender-and-gender-nonconforming-patients/2016-11>> Acesso em: 17 set 2020.

COMPTON, Julie. “You can't undo surgery”: More parents of intersex babies are rejecting operations. **NBC News**, out 2018. Disponível em: <<https://www.nbcnews.com/feature/nbc-out/you-can-t-undo-surgery-more-parents-intersex-babies-are-n923271>> Acesso em: 10 nov 2020.

QUASE a totalidade de pessoas no Brasil usam o celular para acessar a internet. **Computer World**, Maio de 2020. Disponível em: <<https://computerworld.com.br/negocios/quase-a-totalidade-de-pessoas-no-brasil-usam-o-celular-para-acessar-a-internet/>> Acesso em: 02 nov 2020.

DEUTSCH, Maddie, MD. **Overview of Feminizing Hormone Therapy**. UCSF Health System: University of California, San Francisco. 2020. Disponível em: <<https://transcare.ucsf.edu/article/information-estrogen-hormone-therapy>> Acesso em: 17 out 2020.

DISCLOSURE. Sam Feder, Amy Scholder. *Field of Vision*, Bow and Arrow Entertainment, 2020. Distribuído pela Netflix.

FLOOD, Alison. More than 200 writers and publishers sign letter in support of trans and non-binary people. **The Guardian**, 30 set 2020. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2020/sep/30/more-than-200-writers-and-publishers-sign-letter-in-support-of-trans-and-non-binary-people>> Acesso em: 30 set 2020

FRASCARA, Jorge. **Communication Design: Principles, Methods, and Practice**. Allworth Press, New York, 2004.

FUENTES, Rodrigo. **A prática do design gráfico: Uma metodologia criativa**. São Paulo, Editora Rosari, 2006.

FURLANETTO, Milene Fontana. et al. Educação sexual em escolas brasileiras: revisão sistemática da literatura. **Cadernos de Pesquisa**. v.48 n.168 p.550-571 abr./jun. 2018.

PARA 63,7% dos brasileiros, cor ou raça influencia na vida, aponta IBGE. **G1**, 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/07/para-637-dos-brasileiros-cor-ou-raca-influencia-na-vida-aponta-ibge.html>> Acesso em: 24 out 2020.

GAY & LESBIAN ALLIANCE AGAINST DEFAMATION (GLAAD). **Our Work**. Los Angeles. Disponível em: <<https://www.glaad.org/programs>> Acesso em: 26 out. 2020.

_____. **Where We Are On TV 2019-2020**. GLAAD. Los Angeles, 2019. Disponível em: <<https://www.glaad.org/whereweareontv19>> Acesso em: 10 nov 2020.

GHERINI, Pamela Michelena De Marchi; VALENTIM, Giovanna; BENEVIDES, Bruna; DAIER, Felipe Brandão; **Guia para retificação do registro civil de pessoas não-cis-gêneras**. 2019. Disponível em: <https://www.casuum.org/wp-content/uploads/2020/01/Guia_retificacao_genero-V10-1.pdf> Acesso em 17 set 2020.

GREEN, Richard, MD. Transsexualism: **Mythological, Historical, and Cross-Cultural Aspects**. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20070810091912/http://www.symposion.com/ijt/benjamin/appendix_c.htm>. Acesso em: 24 ago. 2020.

_____. Promote an Instagram post. **Instagram**, 2020. Disponível em: <<https://help.instagram.com/2090822074310288>> Acesso em: 09 nov 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), ed. (2018). **Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/25844-desigualdades-sociais-por-cor-ou-raca>> Acesso em 24 out 2020.

JANSSEN, Diederik F. Transgenderism Before Gender: Nosology from the Sixteenth Through Mid-Twentieth Century. **Archives of Sexual Behavior**, 49, 1415–1425 (2020)

JORDÃO, Fernando. Lei que torna racismo crime completa 30 anos, mas ainda há muito a se fazer. **Jornal Estado de Minas**, 2019. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2019/01/05/interna_nacional,1019014/lei-que-torna-racismo-crime-completa-30-anos-mas-ainda-ha-muito-a-se.shtml> Acesso em: 24 out 2020.

KOKEN, Juline A. et al. Experiences of Familial Acceptance–Rejection Among Transwomen of Color. **Journal of Family Psychology**, Vol. 23, No. 6, 853–860, 2019.

KOLIRIN, Lianne. JK Rowling's new book sparks fresh transgender rights row. **CNN**, Set 2020. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2020/09/15/entertainment/jk-rowling-troubled-blood-book-trans-gbr-scli-intl/index.html>>. Acesso em: 29 out 2020.

KOYMASKY, Andrej & Matt. **Famous GLBT Biographies**. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20071010080625/http://andrejkoymasky.com/liv/fam/bioel/el-bel.html>> Acesso em: 24 ago. 2020.

KRELL, Elías Cosenza. Is Transmisogyny Killing Trans Women of Color? **TSQ: Transgender Studies Quarterly**. Volume 4, number 2, maio 2017, Duke University Press.

LOPEZ, German. Police used to raid gay bars. Now they march in Pride parades. **Vox**, jun 2017. Disponível em: <<https://www.vox.com/identities/2017/6/14/15768274/police-lgbtq-pride-stonewall>> Acesso em: 01 nov 2020.

MALTA, Roberta. Liniker: “Ser uma mulher com um pau é revolucionário”. **Revista Marie Claire**, mar 2019. Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Noticias/noticia/2019/03/liniker-ser-uma-mulher-com-um-pau-e-revolucionario.html>> Acesso em: 29 out 2020.

MCCOWN, Miina. Opinion: The “corporate” art style and why it doesn’t feel like real art. *The Broadside*, Fev 2021. Disponível em: <<https://thebroadsideonline.com/2021/02/opinion-the-corporate-art-style-and-why-it-doesnt-feel-like-real-art/>> Acesso em: 18 mar 2021.

HOMOPHOBIA. *In*: MERRIAM-WEBSTER.com Dictionary, Merriam-Webster, Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/homophobia>> Acesso em: 11 nov 2020.

TRANSPHOBIA. *In*: MERRIAM-WEBSTER.com Dictionary, Merriam-Webster, Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/transphobia>> Acesso em: 11 nov 2020.

MEYER, Doug. **Violence against queer people**: race, class, gender, and the persistence of anti-LGBT discrimination. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2015.

MORITA, Julia Harumi. Jup do Bairro: Transgressão e Pretitude de um Corpo Sem Juízo. **Revista Rolling Stone**, jun 2020. Disponível em: <<https://rollingstone.uol.com.br/noticia/jup-do-bairro-transgressao-e-pretitude-de-um-corpo-sem-juizo/>> Acesso em: 29 out 2020.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, Martins Fontes, 2006.

NETA, Maria Aurora. O quê os jovens leem? Ressignificando leitores e leitoras. **Anais do 17º Congresso de Leitura do Brasil (COLE)**, 2013. Disponível em: <http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais17/txtcompletos/sem12/COLE_1140.pdf> Acesso em: 02 nov 2020.

NUNES, Ronayre; NADER, Vinicius. Espaço para atores negros na tevê brasileira é muito pequeno. **Jornal Correio Braziliense**. 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/06/04/interna_diversao_arte,685838/negros-em-novelas.shtml> Acesso em 24 out 2020.

Organização Mundial da Saúde (OMS). **Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde**. (10ª Ed., versão 2018), (11ª Ed., versão 09/2020) . Disponível em: <<https://www.who.int/classifications/icd/en/>>. Acesso em: 09 nov. 2020.

ORNELLAS, Adriana Silva; ALENCAR, Patrícia Vargas. A relação entre a empatia e a prática da leitura literária e sua influência para o bibliotecário de referência. **XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVI ENANCIB)**. João Pessoa, 2015. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2892/1059>> Acesso em: 02 nov 2020.

PAREKH, Ranna. What Is Gender Dysphoria? **American Psychiatric Association (APA)**, fev 2016. Disponível em: <<https://www.psychiatry.org/patients-families/gender-dysphoria/what-is-gender-dysphoria>> Acesso em: 02 nov 2020.

PETRY, Analidia Rodolpho. **Migrações sexuais e de gênero**: Experiência de mulheres transexuais. 2011. Tese de doutorado (Título de doutora em Enfermagem) – UFRGS, Porto Alegre, 2011.

PRATES, Andrielle. **Racismo no Brasil: entenda como funciona a Lei**. UFRGS, 2019. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/humanista/2019/11/18/racismo-no-brasil-entenda-como-funciona-a-lei/>> Acesso em 24 out 2020.

ROCHA, Claudio. **Novo Projeto Tipográfico**: análise e produção de fontes digitais. São Paulo, Editora Rosari, 2012.

SCHULZ, Sarah L. The Informed Consent Model of Transgender Care: An Alternative to the Diagnosis of Gender Dysphoria. **SAGE Journals**, 2018;56 (1). Disponível em: <<https://doi.org/10.1177%2F0022167817745217>>. Acesso em: 17 set 2020.

SOLL, Bianca M. et al. Gender incongruence: a comparative study using ICD-10 and DSM-5 diagnostic criteria. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 174-180, Junho 2018 . Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44462018000200174>. Acesso em: 26 out. 2020.

SWEENEY, Deborah. Sex and Gender. In Elizabeth Froom, Willeke Wendrich (eds.), UCLA. **Encyclopedia of Egyptology**, Los Angeles. 2011. Disponível em: <<https://escholarship.org/content/qt3rv0t4np/qt3rv0t4np.pdf?t=q9q2or>>. Acesso em: 24 ago. 2020.

THE DEATH and Life of Marsha P. Johnson. David France, L. A. Teodosio, Joy A. Tomchin, KimberlyReed. Public Square Films, 2017. Distribuído pela Netflix.

_____. Trans Media Watch, **Trans Timeline**. Disponível em: <<http://www.transmediawatch.org/timeline.html>>. Acesso em: 24 ago. 2020.

TRÓI, Marcelo de. Linn da Quebrada: O ‘cis-tema’ só valoriza os saberes heterossexuais. **Revista Cult**, ago 2017. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/entrevista-linn-da-quebrada/>> Acesso em: 29 out 2020.

_____. UFMG. **Transfobia compromete a saúde de mulheres trans**. 16 mar 2020. Disponível em: <<https://www.medicina.ufmg.br/enquanto-existir-transfobia-saude-das-mulheres-trans-estara-comprometida/>> Acesso em 29 out 2020.

_____. Como aumentar o seu alcance. **Twitter**, 2020. Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/managing-your-account/increase-twitter-reach>> Acesso em: 09 nov 2020.

WEISS, Hannah. 11 books that star trans and non-binary characters in epic fantasy and sci-fi adventures. **The Insider**, Julho 2020. Disponível em: <<https://www.insider.com/books-starting-trans-non-binary-characters-fantasy-literature-2020-6>> Acesso em: 30 set 2020.

WOLF, Giovana. Brasil tem 230 mi smartphones em uso. **UOL Economia**. Abril de 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2019/04/26/brasil-tem-230-mi-de-smartphones-em-uso.htm>> Acesso em: 02 nov 2020.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS DO PÚBLICO-ALVO

Neste apêndice estão transcritas, na íntegra, as 10 perguntas estruturadas utilizadas no formulário online, disponibilizado online na ferramenta *Google Forms* no intuito de coletar dados sobre o público-alvo desde projeto.

Pergunta 1:

Tu te considera uma pessoa...

Opções:

- 1) Feminina
- 2) Masculina
- 3) Um pouco dos dois
- 4) Nunca pensei sobre isso. Sou homem.
- 5) Nunca pensei sobre isso. Sou mulher.
- 6) Nenhuma das opções acima
- 7) Prefiro não responder
- 8) Outro...

Pergunta 2:

Qual a tua etnia?

Opções:

- 1) Branca
- 2) Parda
- 3) Preta
- 4) Amarela
- 5) Indígena

Pergunta 3:

Quais redes sociais e sites utiliza com mais frequência (pelo menos uma vez por semana)?

Opções:

- 1) Discord
- 2) Facebook
- 3) Instagram
- 4) Skype
- 5) Snapchat
- 6) TikTok
- 7) Twitch
- 8) Twitter
- 9) Tumblr
- 10) YouTube
- 11) Zoom
- 12) Outro...

Pergunta 4:

No teu tempo livre, como gostas de passar o tempo? Marque todas as opções que aplicam.

Opções:

- 1) Assisto vídeos no YouTube
- 2) Jogo videogames
- 3) Assisto séries e filmes na Netflix/Prime Video/HBO/plataformas de streaming
- 4) Converso com amigos por mensagem pelo WhatsApp/Discord/Messenger/Instagram
- 5) Converso com amigos por chamada de áudio pelo WhatsApp/Discord/Messenger
- 6) Leio na internet (blogs, Twitter, Medium, Reddit, outros sites)
- 7) Leio livros físicos
- 8) Leio ebooks
- 9) Assisto livestreams e vídeos na Twitch/Mixer
- 10) Assisto vídeos no TikTok
- 11) Faço conteúdo e posto na internet (YouTube, Twitter, Reddit, TikTok, etc)
- 12) Pratico esportes e/ou atividades físicas
- 13) Faço outras atividades fora da internet
- 14) Outro...

Pergunta 5:

Tu sabes o que é a sigla LGBT?

Opções:

- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Já ouvi falar, mas não tenho certeza
- 4) Nunca ouvi falar

Pergunta 6:

Numa escala de 0 a 6, qual o teu nível de preocupação em relação à homofobia no Brasil? Considerando 0 (zero) como "Zero preocupação (homofobia não existe)" e 6 (seis) "Alta preocupação".

Pergunta 7:

Numa escala de 0 a 6, qual o teu nível de preocupação em relação ao racismo no Brasil? Considerando 0 (zero) como "Zero preocupação (racismo não existe)" e 6 (seis) "Alta preocupação".

Pergunta 8:

Tu sabes como são as mulheres trans, ou conhece alguma mulher trans?

Opções:

- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Talvez
- 4) Sei quem são, mas não conheço nenhuma mulher trans
- 5) Outro...

Pergunta 9:

Se "sim" para a pergunta acima, a mulher trans que conheces é:

Opções:

- 1) Amiga
- 2) Parente próxima (irmã, mãe, prima, tia)
- 3) Parente distante
- 4) YouTuber ou streamer
- 5) Pessoa pública
- 6) Conhecida (não é uma pessoa próxima)
- 7) Outro...

Pergunta 10:

Gostaria de saber mais sobre pessoas LGBT e mulheres trans?

Opções:

- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Se o conteúdo for acessível, eu leria/assistiria sobre
- 4) Se o conteúdo for curto, eu leria/assistiria sobre
- 5) Outro...

ANEXO A – THE DESIGN PROCESS, JORGE FRASCARA (2004)

Para validação da tradução do método de design de Frascara (2004), e para melhor legibilidade do texto original, aqui está transcrita parcialmente, no inglês original, a seção "The Design Process".

Given the variety of situations that communication design deals with, it is not easy to establish a sequence of steps that can be applied to any visual communication design project. Some essential steps, however, can be defined. The sequence of the design process could be outlined as follows:

1. *Commission of the project:* First definition of the problem and the budget
2. *Collection of information:* About the client, the product, the competition (if it exists), and the public
3. *Second definition of the problem:* Analysis, interpretation, and organization of the information collected
4. *Definition of objectives:* What should the product do? Definitions of communication channels (how to get the product physically to the public), arguments (how to cognitively and affectively communicate with the public), form (how to perceptually and aesthetically reach to the public), as well as the preliminary study of implementation
5. *Third definition of the problem:* Production specifications, putting the problem in design and production terms, and writing the design brief
6. *Development of the design proposal:* Considerations of form, content, media, and technology
7. *Presentation to the client:* An informational and persuasive act
8. *Organization of production:* Preparation of the final design ready for production
9. *Supervision of implementation*
10. *Evaluation of performance:* Comparison of results with the established operational objectives, eventual adjustments based on the evaluation, and further adjusted implementation