Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design | FAUeD

ARTE E DESIGN: O USO DA ILUSTRAÇÃO DIGITAL COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO DO DESIGN SOCIOEDITORIAL

Gabriela Savoldi Barbosa

Trabalho de Conclusão de Curso referente ao curso de Design da FAUeD para obtenção do título de Bacharel em Design

Orientação: Prof.(a) Dr.(a) Cristiane Alcântara

Uberlândia 2024

NOTA DE ESCLARECIMENTO

O presente trabalho foi desenvolvido **exclusivamente para fins acadêmicos**, com intento reservado a atender as demandas de design - num projeto de pesquisa para conclusão da graduação.

Reitera-se que **não há quaisquer intenções comerciais ou vínculo direto as marcas** citadas no projeto.

Portanto, trata-se de um produto fictício a partir de um briefing hipotético, sem correlação com a realidade.

APRESENTAÇÃO

Caro leitor (a), seja muito bem-vindo (a)!

O caderno de pesquisa que você está prestes a conhecer irá narrar e desenvolver todo o **processo de concepção de um livro social de folhas soltas** direcionado as mulheres no mercado de trabalho, numa collab fictícia entre marcas.

Antes de iniciar a leitura, te convidamos a **apreciar o produto completo** através das ferramentas disponibilizadas abaixo.

Fique à vontade para acessar na íntegra, aquele que mais lhe interessar – o vídeo do material impresso ou o documento do projeto do material, clicando nos botões abaixo:

VÍDEO DO LIVRO | **DOCUMENTO DO PROJETO**

Para **acessar e baixar as ilustrações concebidas**, você também poderá direcionar a câmera do seu dispositivo para o QR-Code abaixo e carregá-las consigo, para se inspirar ou compartilhar com outras mulheres:

AGRADECIMENTOS

Não considero que, chegar até aqui, foi um feito ordinário ou, tão pouco, obra exclusiva das minhas ações. Ouso dizer, segura de mim, que se me encontro onde estou, é reflexo da obra de muitas mãos. Antes mesmo de ter a certeza do possível sucesso ou de celebrar tamanha vitória, eu escrevo essas singelas palavras, com muita gratidão no meu peito, a todos que cruzaram meu caminho - durante os árduos e longos anos de graduação - e que escolheram caminhar ao meu lado.

Primeiramente, eu derramo minha gratidão a Deus, por Sua infinita graça e Seu inexplicável amor por mim. Com toda benevolência, Ele me acompanhou nessa jornada, desde a menor semente plantada, do "E se você fizer design? Você tem jeito pra isso" - mensagem emitida por um tipógrafo desconhecido que mudou toda a minha trajetória de vida. Obrigada Deus por ser meu abrigo, sobretudo nos momentos que eu nem queria mais estar aqui, Você esteve. Toda sabedoria é dádiva dEle, já que não havia viabilidade alguma neste "plano", confirmando assim que eu estava no caminho certo.

À minha amada mãe Marcela, minha fiel escudeira e melhor amiga, eu agradeço por nunca desistir de lutar ao meu lado, abraçando meus sonhos como seus e acolhendo minhas falhas com compaixão - não porque eu sou sua filha, mas porque bondade é sua essência. Você acreditou incessantemente no meu potencial, de maneira até estranhamente encorajadora, e me abasteceu com todo amparo que eu pudesse precisar, mesmo geograficamente longe de casa. Você me inspira, dentre tantas outras coisas, a estudar e seguir buscando meu crescimento intelectual, ao ver como o ensino mudou sua história.

À minha querida avó Terezinha, eu sou imensamente grata pelas vastas horas dedicadas à minha formação, me acompanhando desde pequena nos estudos, com mansidão e ternura. Suas comidinhas preparadas com afeto, todos os domingos que eu precisava retornar à Uberlândia, me fizeram sentir seu amor e entender que, mesmo de longe, nós estávamos conectadas. Agora, eu poderei responder com êxito à sua constante pergunta: sim, eu acabei a faculdade - e não precisarei mais ir embora.

Ao meu paidrasto Magnus, que caiu de paraquedas na época mais louca e mais maravilhosa da minha vida, eu agradeço pela paciência em conhecer quem eu realmente sou, por me dedicar um amor de filha que eu nem sabia faltar em mim. Sua temperança é algo que eu almejo alcançar, sempre compreensivo e prudente ao me dar o tempo necessário para construir meu caminho. Obrigada por ressignificar o conceito de casa para verdadeiro lar.

Aos meus padrinhos, Marcelo e Edna, sou grata por me mostrarem que a vida pode ser mais leve, que temos o poder de enxergá-la com mais humor e con-

tento. Vocês sempre se fizeram presente nas minhas conquistas - por menor que fossem, então não faria sentido cruzar a linha de chegada sem tê-los aqui para dividir o momento.

Aos meus muitos primos, mais chegados que irmãos - Júlia, Laura, Rafael e Hugo, eu sou muita grata por constantemente enaltecerem minha trajetória - mesmo que eu, muitas vezes, não soubesse onde tal caminho iria culminar. A fé e credibilidade depositada em mim, como "irmã mais velha", foi o combustível que me motivou a tomar decisões precisas e focadas, porque eu sabia que deveria devolver isso a vocês. Especialmente a Júlia, parte pulsante do meu coração em outro continente, obrigada por me ensinar a ver o copo meio cheio e por sempre me lembrar que, se tudo der errado, a gente ainda se tem.

Ao meu querido avô Cicero (*in memorian*), que chegou tão perto de ver esse sonho se concretizar, eu agradeço por todo amor confiado a mim, além de sempre investir seu tempo para estar comigo – sim, eu moveria mundos e fundos só para ficar mais cinco minutos com ele. É, a vida prega umas peças na gente, mas finalmente eu posso dizer: vovô, a nenê conseguiu.

Aos meus amigos de casa, Fellipe e Deborah, eu agradeço pelos momentos simples, mas proporcionalmente especiais, que tivemos o prazer de compartilhar no canil. Apesar de nunca ter verbalizado, eu notei sim todo esforço e dedicação de vocês ao me ajudar nas tarefas de casa durante o árduo período do TCC. Eu sou muito grata por isso, por terem assumido tais funções para que eu pudesse me dedicar à minha formação. Fellipe, obrigada por ser um símbolo de irmandade, mesmo não existindo laços familiares. Toda vez que eu me via sem saídas, você esteve lá para me ajudar – em casa, na faculdade ou na vida - sem contar toda a paciência diária exercitada ao me ouvir elaborar temáticas aleatórias. Deborah, obrigada por ser essa amiga tão atenta e sempre disposta a me aconselhar sabiamente, como uma irmã mais velha. Essa jornada, com certeza, se tornou mais leve ao dividi-la com vocês.

Às minhas amigas artistas – Viviane, Ana Vitória, Maria Gabriela, Ana Flávia e Bianca – sou grata pelas risadas e por todo tempo de qualidade que tivemos juntas. Entre os dias banais até os mais orquestrados, o que importava era estarmos reunidas por aí. Agradeço por me mostrarem que podemos ser felizes com pouco e, principalmente, por me motivarem a acreditar no meu trabalho.

À minha amiga de curso Júlia, com quem eu tive o prazer de dividir a casa por quatro anos, obrigada pelas nossas trocas diárias, que eu tenho imensas saudades, e por ser meu suporte – dentro de casa e na faculdade. À minha outra amiga de curso Noêmia, eu agradeço por caminhar ao meu lado, mesmo em meio à momentos caóticos. Correr a maratona da graduação acompanhada da amizade de vocês foi essencial para que eu não desanimasse, porque eu sabia que não estava sozinha.

À santíssima trindade tricolor - Atlética das Artes, Artilharia e Arlekings – eu deixo meus sinceros agradecimentos pelo acolhimento e toda disposição em fazer o sonho acontecer. Ser parte ativa das três entidades me proporcionou memórias inesquecíveis, além de me permitir criar experiências profissionais únicas e interdisciplinares. Sinto que a minha trajetória pela universidade só foi bem sucedida porque - além dos âmbitos acadêmicos - eu tive a oportunidade de dançar, jogar, tocar, torcer e viver verdadeiramente as Artes.

Aos amigos que eu findei na minha jornada profissional - Filipe, Angeline e Pedro – eu sou muito grata por todos os ensinamentos compartilhados e pelos momentos de diversão que vivenciamos, mesmo em regime clt – brincadeira. Especialmente ao Filipe, meu muito obrigada por ter sido um amigo tão dedicado e além disso, um líder exemplar. Sua garra e determinação me inspiram a alçar voos cada vez mais altos.

Às minhas amigas de Ribeirão Preto, Júlia e Beatriz, eu agradeço por resistirem nessa amizade, quase uma década depois. Cursar uma faculdade em outro estado, onde eu não conhecia ninguém, foi deveras desafiador, mas vocês permaneceram me acompanhando, cada uma a sua maneira. Obrigada por se fazerem presente, principalmente nesta etapa, e por sempre dedicarem um tempo para nos vermos – mesmo que sejam apenas três vezes no ano.

À minha professora e orientadora Cristiane, eu deixo meus agradecimentos por aceitar me guiar nessa fase final da graduação e por toda a credibilidade depositada no meu potencial trabalho. Sua metodologia foi extremamente eficaz para o meu desenvolvimento, trazendo confiança e autonomia para o trabalho. Agradeço por acreditar, desde o princípio, no que eu era capaz de entregar.

Certamente ainda há de existir uma dúzia de pessoas para agradecer por seus diversos feitos. Entretanto, meus singelos agradecimentos acabam aqui, já que não quero ser taxada como demasiadamente sentimental. Encerro deixando uma citação que recebi em 2019, que diz: *"Não fui eu que ordenei a você? Seja forte e corajoso! Não se apavore nem desanime, pois o Senhor, o seu Deus, estará com você por onde você andar"* - Josué 1:9.

GABRIELA SAVOLDI BARBOSA

SUMÁRIO

PESQUISA E ANÁLISE

1. PROBLEMA PROJETUAL 10

1.1 FUNDAMENTAÇÃO DA RELAÇÃO ARTE E DESIGN 10

1.1.1 MOVIMENTO ARTS AND CRAFTS 11

1.1.2 MOVIMENTO ART NOVEAU 13

1.1.3 SURGIMENTO DA BAUHAUS 14

1.1.4 ESCOLA DE ULM E PRIMEIRAS ESCOLAS DE DESIGN NO BRASIL 15

1.2 CONCEITUAÇÃO DOS PRODUTOS DE DESIGN 16

2. TEMA 17

2.1 RECORTE FEMININO HISTÓRICO-SOCIAL 18

2.2 MULHERES DESIGNERS ILUSTRADORAS 19

2.2.1 CIPE PINELES GOLDEN 19

2.2.2 GAIL ANDERSON 20

2.2.3 ANNIE ATKINS 21

3. ANÁLISE DE SIMILARES 22

3.1 POR UMA VIDA MAIS COLORIDA (2023) 23

3.1.1 ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL 23

3.2 O QUE EU APRENDI ATÉ AGORA (2019) 24

3.2.1. ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL 24

3.3 SABEDORIA DE MÃE (2022) 25

3.3.1. ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL 26

4. PÚBLICO-ALVO 26

4.1 QUESTIONÁRIO 27

CRIATIVIDADE E EXPERIMENTAÇÃO

5. BRIEFING DE PROJETO 30

6. TÉCNICAS DE CRIATIVIDADE E PROCESSOS DE EXPERIMENTAÇÃO 32

6.1 CONTEÚDO 33

6.2 PROJETO EDITORIAL 36

6.2.1 FORMATO E ESTRUTURA 37
6.2.2 TIPOGRAFIA E PALETA DE CORES 38
6.2.3 COMPOSIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO 39
6.2.4 ORGANIZAÇÃO TEXTUAL 42
6.2.4.1 PRÉ TEXTUAL 42
6.2.4.2 TEXTUAL 43
6.2.4.3 PÓS TEXTUAL 47
6.3 ILUSTRAÇÕES 51
6.3.1 VISUALIDADE 51
6.3.2 DESENVOLVIMENTO INICIAL 52
6.3.3 ESTRUTURA METODOLÓGICA DE ILUSTRAÇÃO 54
6.3.4 ILUSTRAÇÕES FINALIZADAS 60

VERIFICAÇÃO E SOLUÇÃO

7. APURAÇÕES FINAIS 66
7.1 MONTAGEM NO INDESIGN 66
8. PRODUTO SOCIOEDITORIAL ALCANÇADO 68
8.1 MOCKUPS DIGITAIS 68
8.2 LIVRO IMPRESSO 77
9. CONCLUSÃO 80

REFERÊNCIAS

10. BIBLIOGRAFIA 82
11. SIMILARES ANALISADOS 82
12. FRASES ILUSTRADAS 82

PESQUISA E ANÁLISE

1. PROBLEMA PROJETUAL

O objetivo deste trabalho é estabelecer uma discussão sobre a relação entre a arte e o design, a fim de entender como a ilustração digital pode ser utilizada como ferramenta de comunicação visual, dentro das peças impressas do design socioeditorial. O estudo levantado propõe verificar quais são os limiares abrangidos que podem ser incorporados ao design pós-moderno e como seu uso pode ser aplicado em produtos gráficos e editoriais, voltados para as demandas da indústria, porém abordando pautas pertinentes ao contexto social global.

Traz-se como temática, com propósito de gerar embasamento à pesquisa e fundamentar a concepção do projeto socioeditorial, a seguinte perspectiva: as vivências das mulheres no mercado de trabalho. É notório que, diariamente, milhares de produtos gráficos e editoriais são lançados ao mundo. Entretanto, percebe-se que apenas uma pequena parcela destes mostra um caráter social, disruptivo e ao mesmo tempo acolhedor, principalmente ao público feminino inserido no mercado de trabalho. A partir disso, nessa era da informação, emerge a necessidade da disseminação deste conhecimento, de uma forma crítica, porém afável, utilizando-se das ferramentas mais adequadas que o design pode nos oferecer. Neste projeto, a editoração será peça fundamental de comunicação gráfica, podendo ser amplamente difundida, além de carregar consigo um caráter experimental e artístico na concepção dos materiais.

As motivações pessoais que fundamentam a concepção deste trabalho cercam-se no desejo individual de tornar notório as necessidades coletivas de um público tão pouco visado: as mulheres, especialmente em seus ambientes profissionais. Além disso, o apreço pela ilustração - na construção de letterings, a partir do desenho das tipos - foi outro fator cativante que ocasionou na produção deste projeto.

Assim sendo, a metodologia aplicada no projeto foi realizada a partir das ferramentas editorais juntamente às perspectivas do design autoral, apoiando-se no processo experimental e individual da autora. Tal concepção nasceu de maneira orgânica e espontânea, investindo na busca por resultados originais e coerentes com a temática proposta. Destaca-se que, ainda como proposta de projeto, não existe um produto pré definido a ser executado - dentro das possibilidades socioeditoriais disponíveis. Ao permitir esta minuciosa investigação, o processo especulou e provou das melhores soluções, até chegar no resultado mais adequado.

1.1 FUNDAMENTAÇÃO DA RELAÇÃO ARTE E DESIGN

> *"A arte e o design compartilham uma história em que costuram diálogos, conceitos e técnicas."* (Sniker, 2009, p.17)

É inegável que a arte e o design se entrelaçam. Desde a Idade média, é possível

observar um despertar, ainda que sútil, de um novo viés, anteriormente dominado pelas artes, no desenrolar das primeiras técnicas de produção artesanal. Ao longo dos séculos, ambos os campos foram se consolidando e, até hoje, caminham lado a lado na construção da sociedade contemporânea a qual conhecemos. Entretanto, estaria o design sempre conectado à arte? Qual o ponto, o limiar que - por um lado os une, porém também os reparte em suas individualidades e particularidades?

Como mencionado anteriormente, os primeiros traços do que conhecemos como design se manifestam, em pequenos pontos focais, na transição de um modelo rudimentar de trabalho para o início de uma produção artesanal, ainda na Idade Média. Sniker cita Meygide ao relembrar que:

> *"...desde o século XVI, nota-se uma delimitação processual dos conceitos atrelados às artes, em que a sua subdivisão vai ao encontro da formação do design como uma disciplina autônoma."* (Meygide in Sniker, 2009, p.17)

Nesse contexto, o artesanato é redirecionado para atender as necessidades do cotidiano das pessoas, com a produção de objetos feitos à mão, criando assim uma atividade autônoma às artes. Por isso, de acordo com Sniker, podemos apontá-lo – ainda que sua origem esteja vinculada ao fazer artístico – como uma atividade precursora do design, devido às suas funções e características, pois foi a partir das primeiras organizações de artistas e artesãos, que se desdobraram, no decorrer da história, as funções de artífices, artesãos superiores ou mestres, artistas e, finalmente, designers. (Sniker, 2009, p.34)

No século XIX, com o início da Revolução industrial, urge a necessidade de responder as demandas e necessidades do mercado, as quais a produção artesanal não era mais capaz de suprir. A produção em massa, munida do surgimento de novas tecnologias e do novo modelo de consumo social, fizeram com que o design se consolidasse com mais vigor, agora dentro da indústria. A partir desse momento, começam a surgir os primeiros movimentos precursores do design como Arts and Crafts e Art Noveau, até culminar na abertura da renomada Bauhaus, conhecida também como a primeira escola de design do mundo.

1.1.1 MOVIMENTO ARTS AND CRAFTS

Inicialmente, o movimento inglês Arts and Crafts – expressão em português: Artes e ofícios, surge, na segunda metade do século XIX, como resposta crítica ao desenvolvimento desenfreado de produção pela indústria. John Ruskin (1819-1900), um dos principais nomes associados ao movimento, propaga a retomada da qualidade estética dos produtos desenvolvidos pelas máquinas, juntamente com uma melhoria na execução dos produtos em si e uma capacitação dos tra-

balhadores. Ou seja:

> *"Neste sentido, Ruskin deu o pontapé inicial a uma série de ideias e atitudes que confluíam numa relação mais harmônica entre a arte, a produção e os operários. Como solução, Ruskin pretendia melhorar as condições de trabalho, por meio de uma reforma social e do retorno ao modelo de trabalho exercido na Idade Média, fundamentado no que podemos determinar como um procedimento metodológico presente no artesanato (...). Segundo Ruskin, não adiantaria refazer todos os projetos a serem executados na indústria, sem antes repensar todo o sistema de ensino e de fabricação, para que todos atingissem um padrão aceitável de satisfação e bem-estar no trabalho."* (Sniker, 2009, p.44-45)

No auge do Arts and Crafts, Ruskin e seu legado de críticas teóricas que consolidaram o movimento, abrem portas para seu sucessor, aluno e futuro principal líder da causa, Willian Morris (1834-1896). Dando continuidade à trajetória de John Ruskin, Morris - além de reafirmar os inúmeros problemas encontrados na produção industrial, retoma o ideal de trabalho aplicado nas guildas medievais, onde o artesão era o principal responsável pela concepção do projeto e pela execução do produto.



Figura 01: Cadeira Morris – design datado de 1895.
Fonte: https://artsandcraftshomes.com/interiors/evolution-of-the-morris-chair

Estabelecendo uma solução metodológica para o modelo de produção do século XIX, diversas associações começam a nascer na expectativa de inovar os artefatos desqualificados, que eram fabricados pela indústria, por produtos mais eficientes - produzidos por profissionais capacitados e com materiais de qualidade, uma premissa do que, hoje, conhecemos por design.

É fundamental ressaltar que, para Morris, a arte deveria ser popularizada e destinada ao povo, já que ela era produzida pelo povo. Todavia, o alto rigor formal ocasionou um aumento significativo no preço das peças, inviabilizando a acessibilidade tão desejada pelo artista. Observando por outro âmbito, Sniker cita Dennis ao refletir que:

> *"Para Denis, Morris foi o primeiro designer a apostar a sua sobrevivência comercial na ideia de que o consumidor estaria disposto a pagar mais para ter o melhor (...)."* (Denis in Sniker, 2009, p.46)

1.1.2 MOVIMENTO ART NOVEAU



Figura 02: Capa de revista Art Noveau – 1990.
Fonte: https://www.bancantiga.coM.br/20a2d5/revista-o-correio-da-unesco-art-nouveau-outubro-de-1990

Apesar de apresentar ideais distintos, é ao final do século XIX que surge um dos últimos movimentos da era, o Art Noveau. Com origens no Arts and Crafts, o novo estilo artístico europeu rapidamente se espalha pelo mundo, preservando a valia do trabalho artesanal, porém adaptado à produção em massa dentro da indústria.

Ao atrelar a arte e a tecnologia, se tornou possível desenvolver utilitários de qualidade – unindo o valor estético e à um custo acessível. Segundo Sniker, o movimento Art Noveau foi uma resposta projetual aos problemas enfrentados na primeira fase de industrialização, uma vez que, agora, os projetistas poderiam usufruir do potencial das máquinas. (Sniker, 2009, p.47)

Marcado pelo uso de elementos da natureza – como flores e animais, juntamente com formas assimétricas, curvas e linhas – o estilo revaloriza a beleza, desnuviando todo caráter racional e inexpressivo empregado anteriormente. O movimento ganha tamanha força que, aquilo que era somente aplicações em peças específicas, se potencializa em diversas áreas, espalhando-se nos mais diferentes campos comerciais. Em outras palavras:

> *"O Art Nouveau, segundo Denis, foi o primeiro estilo verdadeiramente moderno e internacional (DENIS, 2004, p. 85), assim como também foi o primeiro a ser difundido em larga escala, atingindo uma proporção massificada de consumidores, por meio de uma variedade muito grande de artigos e objetos, que incluíam desde capas de livros, cartazes e revistas até móveis, joias, vasos, prédios e pinturas."*



Figura 03: Cartaz da 1ª Bienal de São Paulo – 1951.
Fonte: https://artsandculture.google.com/asset/cartaz-da-1%C2%AA-bienal-de-s%C3%A3o-paulo/bwEXJ8NLpP3-MA?hl=pt-br

(Denis in Sniker, 2009, p.48)

A fim de gerar destaque e diferenciação no mercado, mediante à concorrência, começam a surgir os primeiros indícios de marketing e campanhas publicitárias. As empresas, anteriormente desconhecidas, inauguram a era das marcas, com construção de identidades e com a elaboração de estratégias que facilitem a comunicação do produto aos consumidores. Mediante ao cenário, é possível considerar que o movimento da "Arte Nova" foi fundamental dentro do processo de industrialização, ao favorecer a setorização de áreas da produção, culminando no surgimento de novas especialidades profissionais no mercado – como designers, publicitários, profissionais de marketing etc.

Além disso, é interessante observar que Sniker, ao citar Zimmermann, afirma que o cartaz, desenvolvido durante esse período, é o primeiro exemplo do que se chamou "arte publicitária" ou "arte aplicada". (Zimmermann in Sniker, 2009, p.50)

1.1.3 SURGIMENTO DA BAUHAUS

Em 1919, buscando responder formalmente às necessidades de união entre a arte e a indústria, Walter Adolf Gropius (1883-1969) declara a abertura da Staatliches Bauhaus, na Alemanha – ou somente, Bauhaus. Ao conciliar a Academia de Belas Artes à Escola de Artes Aplicadas de Weimar, Gropius inaugura a primeira escola de design do mundo.



Figura 04: Prédio da Bauhaus em Dessau – 1926.
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/805820/classicos-da-arquitetura-bauhaus-dessau-walter-gropius

Retomando ideais já vistos no movimento Arts and Crafts, o principal objetivo da Bauhaus era promover uma reconciliação entre a arte e o artesanato, enriquecendo a produção industrial com aspectos formais e estéticos, fugindo do sistema das belas artes. Dessa maneira, o projeto pedagógico adotado pela escola foi imprescindível para fundamentação do design como uma nova esfera projetual, destinada a atender as demandas sociais, sem ausentar seu rigor formal e plástico. Conforme Sniker:

> *"(...) muitas discussões foram geradas no encontro da arte com os processos de industrialização, no começo do século XX. Algumas das cor-*

rentes modernistas daquele momento buscavam conciliar as pesquisas estéticas modernas com as técnicas industriais e possibilitaram o nascimento do design como a atividade projetual da sociedade industrial. Assim, é certo então que o design nasceu ligado à indústria, mas manteve seu vínculo com a arte moderna.

No decorrer do período moderno, a Bauhaus constitui o exemplo mais claro dessa ponte entre arte e indústria." (Sniker, 2009, p.54-55)

Historicamente, ainda no início do século XX, surge também a célebre citação do arquiteto Louis Sullivan: "Form follows function"- no português, forma segue função. Base do que viria a ser nominado como design moderno e funcionalista, o princípio se alastra pelos críticos da época, sendo adotado ainda dentro da própria Bauhaus. "Menos é mais" e "Simplicidade na multiplicidade" são outras passagens deste período que compilam, em poucas palavras, tudo aquilo que a escola representava. Em síntese, todo tipo de ornamentação é deposto em detrimento à funcionalidade do produto – preocupação de extrema relevância. Neste momento, o design toma frente e é reconhecido como uma atividade projetual independente, uma especialidade profissional autônoma à belas artes.



Figura 05: Atual sede do IAC – 2020.
Fonte: https://artequeacontece.com.br/guia/sao-paulo/instituto-de-arte-contemporanea/

1.1.4 ESCOLA DE ULM E PRIMEIRAS ESCOLAS DE DESIGN NO BRASIL

Apesar de ser fechada em 1932 – efeito colateral da segunda guerra mundial e do nazismo, a Bauhaus formou diversos críticos vanguardistas por todo o mundo, além de manter contato com diversos movimentos da época como modernismo, funcionalismo e construtivismo russo. Max Bill (1908-1994), antigo aluno da Bauhaus, foi um dos responsáveis pela construção da Escola Superior da Forma ou Escola de Ulm, na Alemanha. Considerando a existência de diferentes áreas do conhecimento, o principal objetivo de Ulm era formar profissionais tecnicamente e artisticamente capacitados para atuarem na indústria, restaurando pensamentos empregados na Bauhaus.

Os princípios adotados na Escola de Ulm, originalmente bauhausianos, também obtiveram grande notoriedade na cons-



Figura 06: Primeira instalação da ESDI – 1963.
Fonte: https://www.esdi.uerj.br/historia



Figura 07: Prédio da FAU USP – 1969.
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/01-12942/classicos-da-arquitetura-faculdade-de-arquitetura-e-urbanismo-da-universidade-de-sao-paulo-fau-usp-joao-vilanova-artigas-e-carlos-cascaldi

trução das primeiras escolas de design no Brasil. O Instituto de Arte Contemporânea (IAC), a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) e a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) são exemplos de instituições brasileiras que tiveram influência direta destes projetos pedagógicos. Alexandre Wollner (1928-2018), Geraldo de Barros (1923-1998) e Lina Bo Bardi (1914-1992) foram importantes nomes na formação do design no Brasil, seja na fundação de escolas ou na construção dos primeiros estúdios de design no país.

1.2 CONCEITUAÇÃO DOS PRODUTOS DE DESIGN

O design – substantivo ou verbo, em inglês, originado do latim di'zajn – representa, mais fidedigno do que sua tradução literal, todo o processo inerente à concepção, criação, desenvolvimento e elaboração de um projeto. Logo, a fundamentação de toda a atividade se estabelece a partir da geração de um produto. Neste sentido, podemos considerar que toda geração dentro do design culmina na constituição um produto.

Entretanto, qual seria o propósito da constituição de inúmeros artefatos? A resposta é simples. O principal intuito dos produtos de design é atender as necessidades do mercado, ou seja, responder as demandas sociais através de uma ciência aplicada. Diariamente, centenas de urgências emergem em nossa sociedade, que precisam de uma resolução - prática, rápida e eficaz. Consequentemente, é inevitável que surjam maneiras e caminhos para responder a isto.

Assim sendo, podemos elencar alguns campos do design – dentre vários, responsáveis pela produção de projetos como design gráfico, de serviços, de moda, de interiores, especificamente de produtos, entre outros. Embalagens, joias, automóveis e mobiliários são certos objetos que podem ser gerados pelo design de produtos. Ambientes residenciais, comerciais, cenários e paisagismos são outros tipos de produtos, elaborados pelo design de interiores. Já no design gráfico, podemos citar a editoração, sinalização, comunicação visual e a ilustração como instrumentos capazes de solucionar problemas projetuais.

Historicamente, a ilustração é uma atividade que nasce nos primórdios do período paleolítico - com suas primeiras aparições na França, datadas em 30.000 anos a.C. Atrelada às belas artes, a ilustração foi se construindo como um campo de atuação destinado à documentação de atividades cotidianas e a expressão pessoal dos indivíduos. Valter do Carmo Moreira aponta que a ilustração foi àquela que registrou as conquistas do homem, interpretando-as de uma forma que não era possível antes do nascimento da fotografia. (Moreira, 2018, p.18)

Presente nos principais movimentos artísticos, ela se firma com identidade em diversos formatos através das pinturas, gravuras e desenhos da época. Entretanto, com a explosão da revolução industrial e com o embrionário desabrochar do design na sociedade, a ilustração toma, como parte de sua essência, a inestimável qualidade de comunicação. Moreira coloca que:

> *"No século XX, a ilustração tornou-se indissociável de quaisquer veículos de comunicação, impressos ou digitais, e converteu-se em parte integral da vida moderna, inevitavelmente mediada pelas imagens produzidas hoje, no século XXI, numa escala astronômica."* (Moreira, 2018, p.11)

Desde então, diretamente inserida nos mais amplos meios de comunicação, a ilustração vem se manifestando à sociedade – associada a conteúdos textuais, como informação visual viva, capaz de transmitir ideias e disseminar conceitos, através de formas, figuras, imagens, texturas e cores. Em vista disso, ela tem sido copiosamente empregada - não somente como componente das artes plásticas, mas também no âmbito do design. Capaz de difundir pensamentos, gerar questionamentos e levar o espectador às reflexões, a ilustração coloca-se precisamente como uma ferramenta de design que fomenta a comunicação - ou seja, a propagação de informação.

2. TEMA

Podemos considerar que, historicamente, a arte e o design partem de uma mesma trajetória cronológica. Todavia, a partir da conexão entre arte e indústria, arte e consumo, arte e tecnologia, o design – concessão aberta ao design autoral[1] - se desenvolve como atividade projetual independente às belas artes, podendo ser entendido como "artes ou ciências aplicadas". É importante ressaltar que, as duas especialidades podem utilizar de ferramentas e técnicas similares em suas concepções - estando em constante comunicação, entretanto, aplicando-se de modos distintos em cada campo. Como explica Sniker:

---

1 Design autoral: vertente particular do design, onde o designer atua como artista, desenvolvendo produtos de caráter pessoal e participativo. Neste campo, o profissional segue como autor das próprias críticas e indagações empregados na concepção do produto, comunicando-se assim, com maior proximidade, das atividades empregadas nas artes plásticas.

> *"Ao estabelecermos um olhar acerca dos fenômenos que envolvem a rede de comunicações, é até redundante dizer que estes abarcam contingentes demasiadamente complexos de possibilidades. A rede além de possibilitar uma gama muito grande de aplicações, também gera a cada dia novas formas de utilização. Uma dessas possibilidades implica em tomarmos arte e design como fenômenos de linguagem em diálogo constante, muitas vezes inseridos num contexto relacional muito maior, devido ao caráter flexível das informações digitais.*
>
> *Assim sendo, o diálogo entre arte e o design não se restringe tão somente ao projeto de produtos, mas envolve também a disposição estrutural das informações na rede, tecendo novas relações. Ao abarcar o caráter múltiplo e flexível destas informações, este diálogo se estabelece e se atualiza em seu tempo tomando uma configuração projetual capaz de lançar novas situações aos seus usuários."* (Sniker, 2009, p.104)

Sendo assim, em uma simples analogia, podemos considerar que, dentro de um diálogo, a arte é aquela que levanta um questionamento, aponta um problema, traz uma indagação para a sociedade. Em contrapartida, o design se apresenta como a resposta, aquele que propõe e soluciona os obstáculos encontrados na sociedade, como um gerador de infinitas alternativas para a resolução de problemas. Logo, coloca-se socialmente benéfico uma relação entre os campos da arte e do design.

Portanto, a fim de operar o exercício de design – em todas suas facetas e complexidades, é necessário selecionar um ponto de partida base deste ofício. Assim, levanta-se como temática, para o desenvolvimento desta narrativa, a seguinte perspectiva: as vivências das mulheres no mercado de trabalho. A partir deste momento, iremos abordar e compreender de modo mais aprofundado qual foi a trajetória estabelecida até aqui, assim como os dilemas enfrentados na sociedade contemporânea, para que possamos gerar respostas coerentes aos problemas de design.

2.1 RECORTE FEMININO HISTÓRICO-SOCIAL

Indubitavelmente, as mulheres são figuras pertencentes e participantes ativas da sociedade como um todo. Todavia, ao longo da história, elas são vistas, ouvidas e recordadas, pela primeira vez – tomando parte de cenários sociais mais complexos, a partir da revolução industrial.

Neste período, recortes cronológicos da luta feminina começam a ecoar com certa assiduidade em busca de liberdade, igualdade, direitos trabalhistas e direito ao voto. Anteriormente silenciadas pelo patriarcado e pelas construções sociais tradicionalistas, as mulheres começaram a buscar autonomia de trabalho

e liberdade em suas ações, estabelecendo novos papéis e transformando as relações até então conhecidas.

De Bertha Lutz à Malala Yousafzai, podemos citar inúmeros nomes de mulheres pioneiras que lutaram e lutam, até hoje, para que direitos sejam alcançados e a igualdade seja estabelecida. A partir deste momento, todo o desdobramento da luta feminina pelo mundo culminou na geração de demandas sociais voltadas às mulheres, até os dias de hoje.

2.2 MULHERES DESIGNERS ILUSTRADORAS

Assim como em qualquer campo social de pesquisa, existem diversas mulheres notáveis dentro do design que fizeram história. Desde a ascensão da Bauhaus, é possível encontrar figuras femininas ilustres na construção do design – cada uma delas desenhando seu árduo caminho da profissão e, de ser mulher no mercado de trabalho. Seria utópico afirmar que podemos citar uma a uma, sem negligenciar outra.

No entanto, para desenvolvermos uma narrativa coesa e compatível com a perspectiva abordada, não poderíamos deixar de apresentar 3 mulheres, exímias designers, que escolheram trabalhar com a ilustração - a fim de atender demandas sociais.

2.2.1 CIPE PINELES GOLDEN

Cipe Pineles Golden (1908-1991) foi uma designer gráfica - nascida na Áustria, que fez história no Estados Unidos, como a primeira diretora de arte das grandes revistas americanas. Glamour, Vogue, Mademoiselle e Seventeen – na qual teve a oportunidade de contratar o artista plástico Andy Wahrol – foram renomadas revistas em que Pineles pode explorar e experimentar ferramentas de design, como diretora-chefe de arte.

Na Seventeen, Cipe começou a desfrutar dos recursos da ilustração para compor capas e editorar o interior das revistas, fugindo dos tradicionais modelos até então utilizados pela indústria da moda.

Em 1945, Pineles desenvolve um projeto,



Figura 08: Cipe Pineles Golden por Trude Fleischmann.
Fonte: https://www.themarginalian.org/2017/10/19/leave-me-alone-with-the-recipes-cipe-pineles-book/ https://www.themarginalian.org/2017/10/19/leave-me-alone-with-the-recipes-cipe-pineles-book/

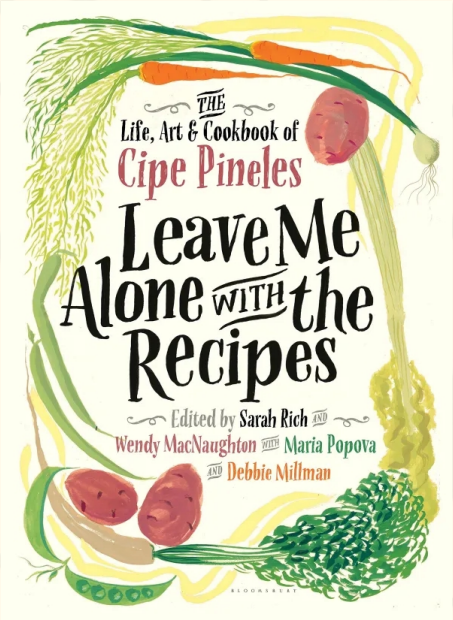


Figura 09: Capa do livro "Deixe-me em paz com as receitas".

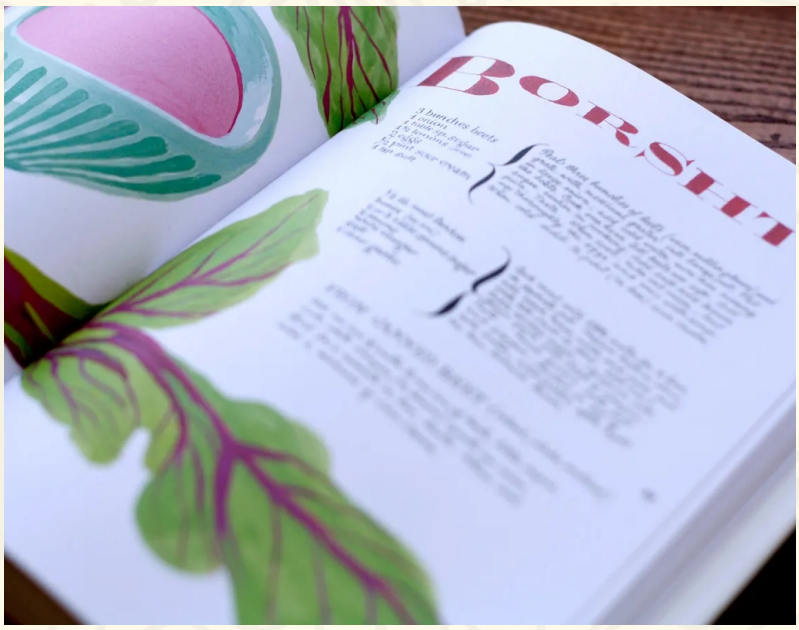


Figura 10: Miolo do livro "Deixe-me em paz com as receitas".

Fonte: https://www.themarginalian.org/2017/10/19/leave-me-alone-with-the-recipes-cipe-pineles-book/

de cunho pessoal e inédito, que futuramente seria uma referência a carreira da designer. ˜Leave me alone with my recipes" - em português, "Deixe-me em paz com as receitas" - foi um caderno encontrado, composto por diversas receitas judaicas do Leste europeu, totalmente ilustrado, recheado de cores vibrantes, letras desenhadas e ricos recortes culturais da autora.

Em 2017, o material foi compilado e publicado pela Bloomsbury USA com o objetivo de apresentar o trabalho de Cipe à nova geração, juntamente com fragmentos de sua história e da gastronomia judia. A qualidade e dedicação às ilustrações tornaram este livro um produto de design único, exuberante e contemporâneo - mesmo que tenha sido elaborado há mais de 65 anos.



Figura 11: Gail Anderson.

Fonte: https://sva.edu/faculty/gail-anderson

2.2.2 GAIL ANDERSON

Gail Anderson é outro grande nome feminino no design gráfico que se faz pertinente para este trabalho por suas notórias habilidades tipográficas, handlettering e na construção de pôsteres. Nascida em 1962, nos Estados Unidos da América, Gail ainda é uma referência moderna na concepção e desenvolvimento dos produtos de design em conexão com os campos artísticos.

Formada na "School of Visual Arts" - Faculdade de arte e de design, em Nova York – Anderson

traça um caminho de sucesso em diversas editoras, jornais e revistas americanas, como a "Rolling Stones" – ocupando o lugar de diretora de arte sênior, no auge dos seus 25 anos.

Apesar de seu notório trabalho – incluindo seu exercício no campo da educação, lecionando no departamento de design e publicidade da instituição em que estudou - Gail Anderson ganha uma exímia visibilidade em suas produções no campo da tipografia.

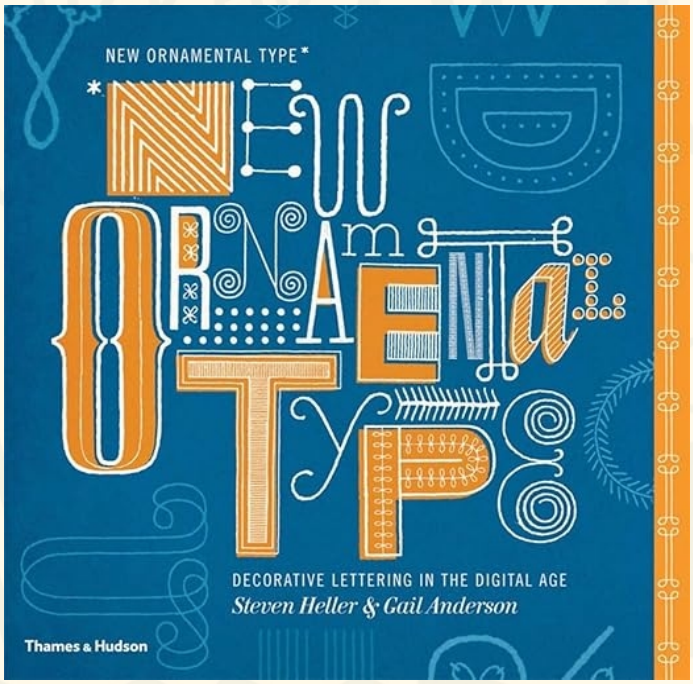


Figura 12: Capa do livro "New Ornamental Type: Decorative Lettering in the Digital Age".

Fonte: https://www.amazon.com/New-Ornamental-Type-Decorative-Lettering/dp/0500515026

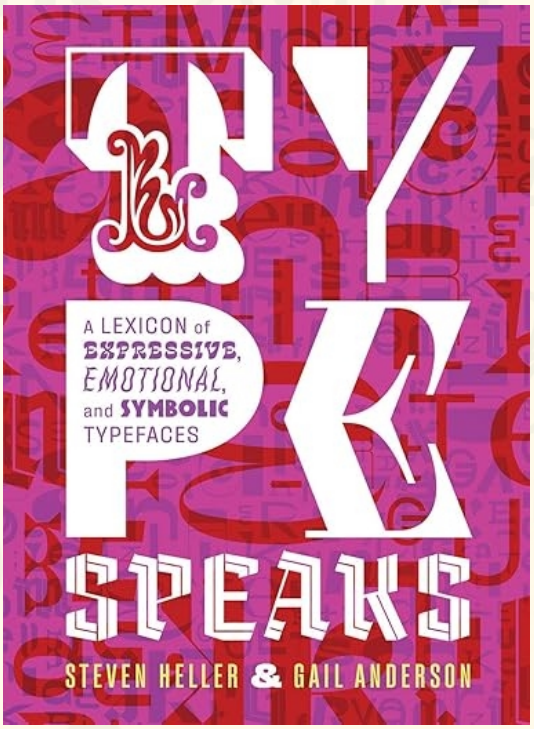


Figura 13: Capa do livro "Type Speaks: A Lexicon of Expressive, Emotional, and Symbolic Typefaces".

Fonte: https://www.amazon.com/Type-Speaks--Expressive-Emotional-Typefaces/dp/1419738054

A designer lançou, em coautoria com a Steven Heller, 10 livros sobre tipografia incluindo "New Ornamental Type: Decorative Lettering in the Digital Age", "New Vintage Type: Classic Fonts for the Digital Age" e "Type Speaks: A Lexicon of Expressive, Emotional, and Symbolic Typefaces". As publicações de Gail Anderson como designer - unindo sua habilidade de contar histórias visualmente à abordagem meticulosa da composição gráfica - marcaram uma era no mundo editorial.

2.2.3 ANNIE ATKINS

Por fim, Annie Atkins é a terceira profissional selecionada cujo trabalho gráfico tem sido fundamental na expansão do design pelo mundo do cinema.



Figura 14: Annie Atkins por Tristan Hutchinson.

Fonte: https://www.annieatkins.com/press

Nascida no País de Gales, Annie – desde muito cedo, sabia que gostaria de trabalhar com design, uma vez que sua mãe era artista e seu pai designer gráfico. Mais tarde, dando vazão ao desejo, Atkins se forma em comunicação social pela "Ravensbourne University London" - universidade britânica reconhecida nos campos do design e comunicação. Em 2007, Annie retorna aos estudos iniciando um mestrado em produção cinematográfica pela "University College Dublin"- apesar de já ter trabalhado como diretora de arte numa agência de publicidade na Islândia.

É, após a conclusão do seu mestrado, que Annie Atkins se encontra profissionalmente e consegue unir suas vocações em um só cenário. Ao acoplar seu talento com o design gráfico - e excelentes habilidades na tipografia – ao seu amor pela produção, Atkins encontrou seu caminho na indústria cinematográfica, onde teve a oportunidade em criar diversos adereços e produtos autênticos que dão vida aos cenários e personagens.



Figura 15: Capa do livro "O grande hotel Budapeste".



Figura 16: Embalagem para set de filmagem "O grande hotel Budapeste".

Fonte: https://www.annieatkins.com/films/the-grand-budapest-hotel

Seu trabalho de maior renome foi no aclamado filme "O Grande Hotel Budapeste", em 2014, com direção de Wes Anderson. No filme, Annie meticulosamente utilizou do design gráfico na construção dos adereços para assim criar uma atmosfera visualmente imersiva e notória ao mundo do cinema – rendendo à produção o Oscar de Melhor Design de Produção, na 87ª edição da premiação.

3. ANÁLISE DE SIMILARES

Para o desenvolvimento da análise de similares, foram selecionados 3 produtos do design editorial publicados pela Mol Editora. Desde 2007, a empresa vem desenvolvendo, com grande sucesso, centenas produtos socioeditoriais com o objetivo de apoiar, gerar visibilidade e ampliar os recursos financeiros de diversas

instituições pelo Brasil. É de extrema relevância, para a sociedade e para o desenvolvimento deste trabalho, que possamos conhecer e explorar cenários onde o design está atuando ativamente para atender demandas sociais.

3.1 POR UMA VIDA MAIS COLORIDA (2023)



"Por uma vida mais colorida" é um caderno de folhas soltas desenvolvido pela Mol Editora, em colaboração com a empresa C&A Modas, pelo diretor Dilson Branco - no ano de 2023. Composto por 30 cartões destacáveis, o material apresenta mensagens de autoestima e diversidade para quem ama moda, a fim de incentivar a busca pela verdade dentro de si.

O livro é ilustrado por artistas brasileiros de grupos minorizados, que compartilham suas histórias inspiradoras e reflexões sobre o mundo da moda e a busca pela valorização própria.

Figura 17: Capa do livro "Por uma vida mais colorida".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/157-por-uma-vida-mais-colorida

3.1.1 ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL

- **Estrutura:** Caderno de folhas soltas, na vertical – 160mm x 120mm, com lombada na parte superior. Produto reciclável desenvolvido com papel misto e tinta advinda de matérias-primas renovadas. Capa com material de maior gramatura, sendo a primeira e quarta ilustradas, com segunda e terceira capas chapadas, na cor vermelho.
- **Impressão:** Offset.
- **Tipografia:** Utilização de uma família tipográfica sem serifa, com variações entre suas versões - tipo "bold" para o título, além de uma alternância entre tipo "medium" e "regular" para o corpo do texto. Aplicação da fonte, sobretudo, em caixa baixa.
- **Paleta:** Uso de diversas cores na capa e nas ilustrações, em tons saturados, com predominância do



Figura 18: Miolo do livro "Por uma vida mais colorida".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/157-por-uma-vida-mais-colorida

vermelho, azul, verde e rosa. A cor branca é utilizada como base para o título e corpo do texto.

- **Composição:** Folhas destacáveis com ilustração sangrada aplicada na frente do cartão, enquanto o box para dedicatórias e texto de apoio – não justificado e alinhado à esquerda - estão aplicados no verso do cartão, juntamente com os logos e com um QR-Code de acesso digital da ilustração.
- **Linguagem visual:** Construção diversificada com o emprego de diferentes estilos de ilustração, desenvolvendo o material a partir de uma frase-chave e prezando pela utilização do handlettering. A linguagem é contemporânea, jovial e visualmente agradável, além de uma aplicação de cores, predominantemente, vibrantes e em diferentes tonalidades.

3.2 O QUE EU APRENDI ATÉ AGORA (2019)



"O que eu aprendi até agora" é um livreto doação da coleção "TODOS" elaborado pela Mol Editora, em uma ação social com a rede Drogasil, organizado pelo diretor editorial Dilson Branco - no ano de 2019. Através de 50 conselhos inspiradores de quem já viveu mais de 50 anos, o produto traz lições baseadas na experiência de pessoas comuns que construíram trajetórias inspiradoras.

As páginas são compostas de frases ilustradas – tanto por profissionais independentes quanto por colaboradores da editora, como se fossem pequenos cartazes cheios de ensinamentos.

Figura 19: Capa do livro "O que eu aprendi até agora".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/48-o-que-eu-aprendi-ate-agora

3.2.1. ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL

- **Estrutura:** Livreto, na vertical – 190mm x 130mm, com lombada na lateral esquerda. Folhas em papel misto e com material de maior gramatura para as capas - sendo todas ilustradas, mas com diferencial nas internas, compostas por uma padronagem de palavras.
- **Impressão:** Offset.
- **Tipografia:** Uso de fontes desenhadas (I), sem serifa e em caixa alta, para

composição da primeira e quarta capa, além de uma fonte sem serifa (II) em sua variação tipo "thin" para o texto de apoio. No corpo do texto – majoritariamente rodapés de descrição da ilustração, ainda é empregada a fonte sem serifa (II) em negrito e itálico, em caixa baixa e em caixa alta.



Figura 20: Miolo do livro "O que eu aprendi até agora".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/48-o-que-eu-aprendi--ate-agora

- **Paleta:** Uso de diversas cores na capa e nas ilustrações, em tons saturados, com predominância do vermelho, azul, verde e amarelo. A cor branca é utilizada como base para o título, corpo do texto e para o fundo das páginas.
- **Composição:** 50 ilustrações em formato retangular, aplicadas na frente e no verso das páginas, com margens em branco e rodapé de descrição da imagem – não justificado e centralizado - aplicado na parte inferior da página, abaixo da ilustração.
- **Linguagem visual:** Construção diversificada com o emprego de diferentes estilos de ilustração, desenvolvendo o material a partir de uma frase-chave e prezando pela utilização do handlettering. A linguagem é contemporânea, jovial e visualmente agradável, além de uma aplicação de cores, predominantemente, vibrantes e em diferentes tonalidades.

3.3 SABEDORIA DE MÃE (2022)

"Sabedoria de Mãe" é um caderno de cartões postais destacáveis realizado pela Mol Editora, agora em collab com a empresa Pernambucanas.

Sob direção de Dilson Branco, o produto foi lançado em 2022, combinando 30 cartões com as mais tradicionais frases maternas, a fim de celebrar todas as mães que criam com amor.



Figura 21: Capa do livro "Sabedoria de Mãe".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/114-sabedoria-de-mae

Os cartões são feitos de frases ilustradas – coletadas com 72 mães de colaboradores Pernambucanas.

3.3.1. ANÁLISE GRÁFICA E CONCEITUAL

- **Estrutura:** Caderno de cartões postais destacáveis, na horizontal – 95mm x 130mm, com lombada na lateral esquerda. Folhas em papel misto e com material de maior gramatura para as capas, todas ilustradas.
- **Impressão:** Offset.
- **Tipografia:** Uso de uma fonte desenhada (I) no título, além de uma fonte sem serifa (II) em caixa alta para textos de apoio. No corpo do texto – majoritariamente no verso dos cartões postais, ainda é empregada a fonte sem serifa (III) em suas variações tipo "thin" e itálico, em caixa baixa.
- **Paleta:** Para a capa são empregadas as cores azul, amarelo e branco. Já nos cartões são empregadas diversas cores nas ilustrações, em tons saturados.



Figura 22: Miolo do livro "Sabedoria de Mãe".
Fonte: https://editoramol.com.br/projeto/114-sabedoria-de-mae

- **Composição:** Páginas destacáveis com ilustração sangrada aplicada na frente do cartão, enquanto o box para dedicatórias e texto de apoio – não justificado e alinhado à esquerda - estão aplicados no verso do cartão, juntamente com um selo e com os logos.
- **Linguagem visual:** Construção diversificada com o emprego de diferentes estilos de ilustração, desenvolvendo o material a partir de uma frase-chave e prezando pela utilização do handlettering. A linguagem é contemporânea, jovial e visualmente agradável, além de uma aplicação de cores, predominantemente, vibrantes e em diferentes tonalidades.

4. PÚBLICO-ALVO

Inicialmente, o produto de design proposto – ainda de caráter especulativo - seria produzido para a indústria, abrangendo a sociedade e suas necessidades, num espectro coletivo e generalista. Dessa maneira, o material poderia contem-

plar diversos públicos e atender as demandas de design em canais distintos, através da ilustração como ferramenta de comunicação social. Entretanto, seria ilusório acreditar que, em um único produto, poder-se-ia abordar uma gama ampla de problemáticas do universo feminino no mercado de trabalho, e ainda solucioná-los.

Partindo desse pressuposto, foi decidido que o grande propósito do material seria provocar uma transformação da escala micro à macrossocial – na qual as mulheres poderiam intrinsicamente se identificar com o conteúdo comunicado e expandir esse conhecimento para a sociedade, reverberando a informação para um coletivo não abrangido até então.

Sendo assim, juntamente com o auxílio da orientação, observou-se que a melhor alternativa para o projeto seria a definição de um público-alvo direto. Através da aplicação de um questionário direcionado ao entendimento das vivências das mulheres no mercado do trabalho foi possível assimilar e definir, com mais clareza, para quem será destinado este produto de design.

Logo, determina-se que o público-alvo será formado por indivíduos adultos, que se identifiquem como mulher, de nacionalidade brasileira, inseridos no mercado de trabalho – voltado para espaços corporativos ou de convívio interpessoal, que tenham entre 18 e 35 anos. Vale ressaltar que optamos por incluir o público jovem adulto no grupo, já que estes se mostraram uma parcela ativa no mercado de trabalho, mediante as respostas obtidas no questionário.

4.1 QUESTIONÁRIO

A fim de compreender e exemplificar as vivências destas mulheres – a partir de uma fundamentação em panoramas reais, foi aplicado um questionário digital ao público feminino que está inserido no mercado de trabalho. Foram obtidos um total de 32 respostas, sendo 100% destas autorizadas para uso das informações com fins acadêmicos e sem identificação dos indivíduos. Em suma maioria, 62,5% das mulheres possuem idade entre 21 e 25 anos - seguido por 21,9% entre 26 e 30 anos, 9,4% acima de 35 anos e 6,3% de 18 a 20 anos.

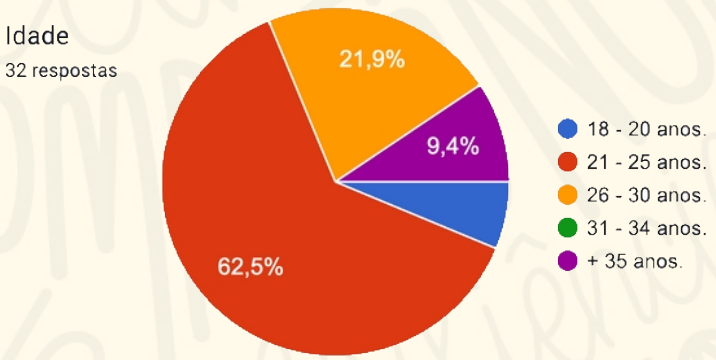


Figura 23: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.

De acordo com os resultados obtidos, foram identificados mais de 10 campos diferentes de atuação no mercado de trabalho, dentre eles: marketing, imobiliário, administração, indústria, atendimento ao cliente, educação, saúde, produção artística, bancário e arquitetura.



Figura 24: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.

Para além da construção do público-alvo, o questionário também foi uma ferramenta utilizada para levantar alguns questionamentos às mulheres, que serão pertinentes para a concepção e desenvolvimento do próximo capítulo - nas técnicas de criatividade e nos processos de experimentação.

Sendo assim, posteriormente retomaremos a abordagem deste mesmo questionário para apresentar e levantar novos dados que já o foram obtidos.

CRIATIVIDADE E EXPERIMENTAÇÃO

5. BRIEFING DE PROJETO

A partir da pesquisa realizada e das análises destrinchadas no capítulo anterior – a relação entre arte e design, o emprego da ilustração, a temática das mulheres no mercado de trabalho, os similares analisados e o público-alvo definido – identificou-se a necessidade de construir um contexto, que pudesse compilar todas as informações de maneira coerente, dentro de uma única demanda de design. Dessa maneira, antes mesmo de adentrar na etapa de criatividade e de realizar as devidas experimentações, coloca-se como indispensável a estruturação de um briefing de projeto.

Briefing hipotético para produto socioeditorial:

Collab entre a Mol Editora e a marca Zinzane.

- **Título do Projeto:** "Mulher, coloque-se no seu lugar!"

  O título "Mulher, coloque-se no seu lugar!" levanta um trocadilho proposital e provocativo com uma frase, muitas vezes, usada de forma negativa para limitar a atuação feminina. No entanto, dentro deste projeto, o título deverá ressignificar esse conceito errôneo, reforçando a necessidade das mulheres se posicionarem e ocuparem os espaços que as pertencem.

  A principal proposta estabelecida é de transformar a mensagem, outrora de submissão, em um convite ao empoderamento feminino. Ao "colocar-se no seu lugar", a mulher toma o controle de sua própria trajetória, reivindicando para si aqueles espaços historicamente negados a elas. O título deverá refletir o tom inspirador e afirmativo que o material apresentará, através do projeto de design.

- **Objetivo geral:** Produto socioeditorial às mulheres no mercado de trabalho.

  Criar um produto socioeditorial que aborde as vivências das mulheres no mercado de trabalho – com todas as suas lutas e desafios diários, em uma collab entre a Mol Editora e a marca Zinzane. O produto deverá apresentar uma forte preocupação social e sua venda terá parte da verba arrecadada para projetos sociais que apoiam mulheres, atuando diretamente com o público feminino e corroborando ativamente em causas a favor da igualdade de gênero.

- **Público-alvo direto:** Mulheres, brasileiras, de 18 a 35 anos, inseridas no mercado de trabalho.

  O público-alvo é definido por mulheres minimamente interessadas em causas sociais e com algum despertar para temáticas como igualdade de gênero, empoderamento feminino e histórias de superação. É importante salientar que, tais mulheres dificilmente se direcionarão a comprar

um material complexo e robusto sobre a temática em questão. Daí empregara-se a estratégia de alcançá-las por meio da marca Zinzane, uma loja de roupas que veiculará, em suas lojas físicas, o produto socioeditorial – despertando assim o interesse indireto do público-alvo.

- **Objetivos Específicos:** Estabelecidos individualmente para cada uma das marcas colaboradoras.

  Mol Editora: realizar a publicação de um produto socioeditorial que inspire e empodere as mulheres no mercado de trabalho, além de reforçar as missões de impacto social e colaboração com parte das verbas para projetos sociais – neste caso, aqueles voltados para o público feminino.

  Zinzane: associar a marca à uma causa social relevante, vinculando o cenário da moda ao poder intrínseco às mulheres, disponibilizando um produto artístico e democrático em suas lojas.

- **Conteúdo principal:** Frases ilustradas em cartões destacáveis.

  O interior do produto socioeditorial será construído com frases inspiradoras extraídas de entrevistas com mulheres de diferentes ambientes profissionais. A partir de situações reais que deverão ser identificadas – por meio de pesquisas com o público-alvo, as frases serão elaboradas em linguagem acessível, direta, porém inspiradora, além de serem ilustradas para comunicar as realidades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho de maneira afável.

  As frases ilustradas deverão estar incluídas em cartões destacáveis, permitindo assim que sejam fisicamente compartilhadas. Além disso, um QR-Code deve ser adicionado ao projeto - para acesso digital as ilustrações, promovendo a democratização da informação e da arte. Tal ferramenta será essencial para facilitar o compartilhamento do material e ampliar o alcance das ideias, podendo até se conectar a um público-alvo indireto ao projeto.

- **Produção:** Produto com preocupação e consciência social.

  Todo o processo de produção deverá ser pensado otimizando os custos do projeto – desde a concepção da ideia até o consumidor final - sem comprometer a qualidade do produto, assegurando que o produto final seja acessível para a maior quantidade possível de pessoas, sem perder o caráter inspirador e social.

- **Distribuição:** Estabelecidos individualmente para cada uma das marcas colaboradoras.

  Zinzane: venda nas lojas físicas e online da Zinzane, com parte do valor arrecadado destinado diretamente aos projetos sociais voltados para o

público feminino.

Mol Editora: venda do produto através de seus canais de comunicação digitais habituais, ampliando seu alcance com mais um produto socioeditorial, aliado as grandes marcas, disponível no mercado - além de também reverter parte do valor arrecadado aos projetos sociais destinados as mulheres.

- **Expectativas:** o impacto do produto socioeditorial foi desmembrado em três metas de projeto.

  Ampliação das vivências femininas: Garantir que as situações reais enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho cheguem ao maior número de pessoas, fortalecendo a necessidade de discussões sobre igualdade de gênero e inclusão profissional.

  Democratização da arte e da informação: Facilitar o acesso as frases ilustradas por meio de cartões destacáveis e QR-Code, permitindo que a mensagem trabalhada seja disseminada em diversos formatos e alcance diferentes públicos.

  Impacto social positivo: Reverter a verba arrecadada para projetos sociais direcionado ao público feminino, que discutam o empoderamento e a inserção das mulheres no mercado de trabalho.

6. TÉCNICAS DE CRIATIVIDADE E PROCESSOS DE EXPERIMENTAÇÃO

A partir da construção do briefing hipotético de projeto, da criação de um produto socioeditorial para a collab entre a Mol Editora e a Zinzane, dar-se-á início ao desenvolvimento das técnicas de criatividade, juntamente com os processos de experimentação.

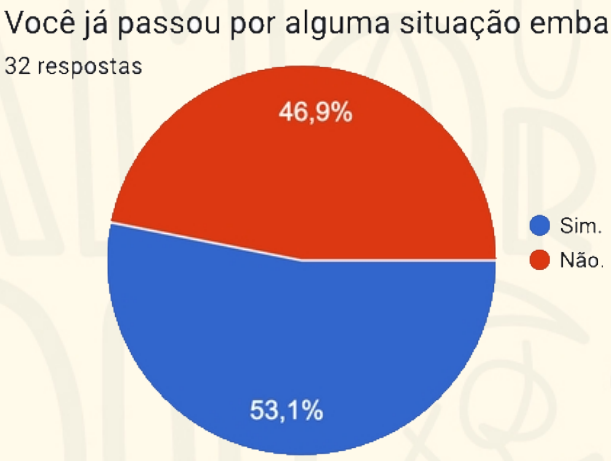
Dessa forma, a autora deste trabalho pede licença para relatar e registrar o exercício laborado em formato de diário. Assim sendo, a partir desta etapa, construir-se-á uma narrativa pessoal e documental para que seja possível apresentar o andamento de maneira fidedigna. Vale pontuar que todos os dados mencionados aqui são provenientes das pesquisas realizadas e dos estudos dentro do campo abordado – corroborado as expertises da orientadora.

Inicialmente, realizou-se a estruturação do conteúdo que será trabalhado no material, com a finalidade de elencar as situações reais vivenciadas pelas mulheres no mercado de trabalho, demanda mencionada no briefing de projeto e geradora de repertório para o produto. Posteriormente, dividiu-se o processo criativo e suas experimentações em dois canais de trabalho: projeto editorial e ilustrações. Tal organização foi estabelecida para que todos os registros sejam realizados individualmente, de modo ordenado e funcional. Apesar dessa divisão,

é fundamental salientar que as duas frentes definidas não adotaram uma metodologia hierárquica ou cronológica em seu desdobramento, ou seja, o decorrer das técnicas de criatividade e dos processos de experimentação das duas atividades foram realizados simultaneamente pela autora - vezes trabalhando nas ilustrações, outrora no projeto editorial.

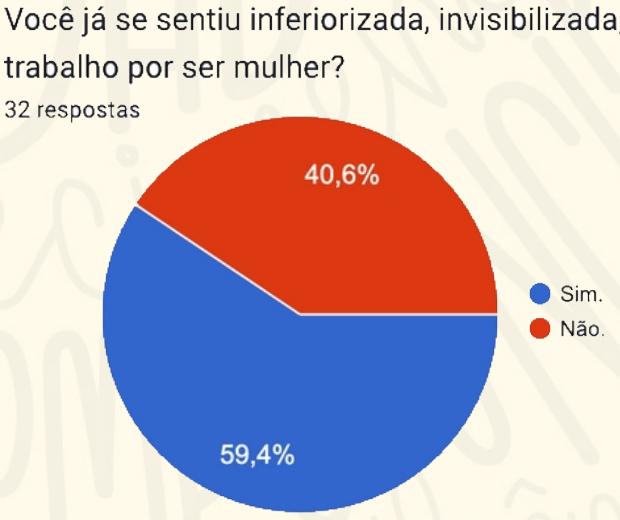
6.1 CONTEÚDO

Pertinente a curadoria do possível conteúdo, inicialmente foi realizada a aplicação de um questionário digital ao público feminino que está inserido no mercado de trabalho, já citado previamente. Além dos dados pertinentes obtidos para a construção do público-alvo, foram realizadas ainda três perguntas sobre as vivências destas mulheres em seus respectivos ambientes de trabalho. De forma especulativa, esses questionamentos buscavam identificar situações reais que se configurariam em cenários problemáticos - cenários estes que o design poderia adentrar para operar nessa demanda social.



A primeira pergunta trazia o seguinte questionamento: "Você já passou por alguma situação embaraçosa no ambiente de trabalho por ser mulher?" - obtendo um total de 53,1% para a alternativa "sim" e 46,9% para "não".

Figura 25: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.



Já na segunda pergunta: "Você já se sentiu inferiorizada, invisibilizada, silenciada ou constrangida no seu ambiente de trabalho por ser mulher?" - a porcentagem de respostas para a alternativa "sim" aumenta para 59,4%, enquanto para a alternativa "não" há 40,6% das respostas.

Figura 26: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.

Por fim, a terceira pergunta traz 87,5% das respostas para a alternativa "sim" e apenas 12,5% para "não" - através do seguinte questionamento: "Você acredita que materiais desenvolvidos para as mulheres - que vão ao encontro à essas

vivências - podem corroborar para um posicionamento ou empoderamento feminino nos espaços de trabalho?".

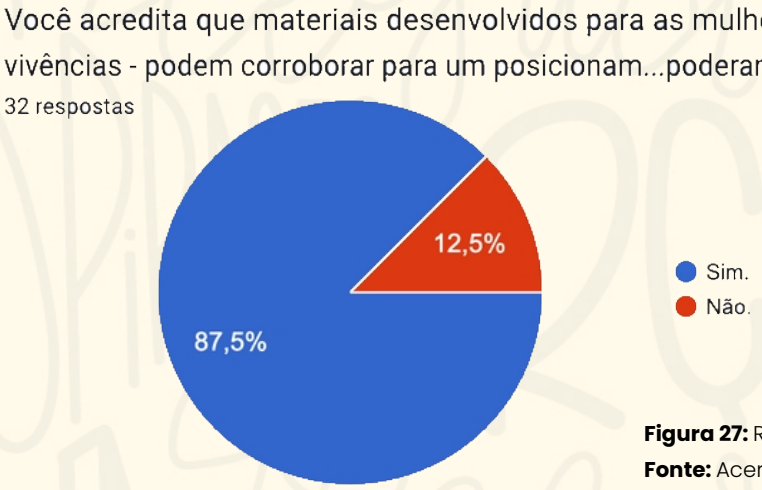


Figura 27: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.

É importante salientar que, ainda dentro do questionário, foram disponibilizados boxes para uma descrição mais detalhada tais como situações embaraçosas, sentimentos pejorativos e sugestões de materiais a serem desenvolvidos.

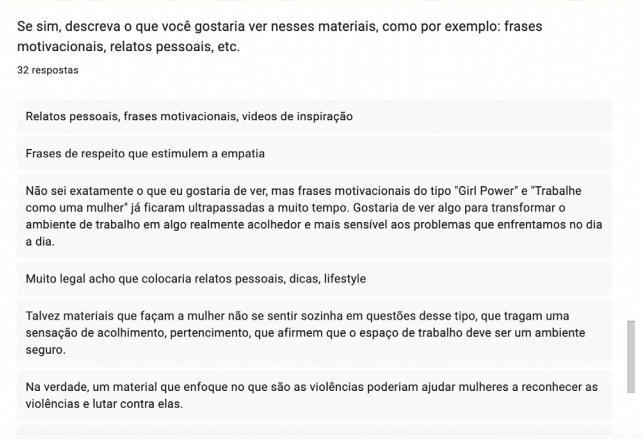


Figura 28: Recorte do questionário aplicado.
Fonte: Acervo da autora.

Através dos relatos obtidos, construiu-se um painel visual com todas as respostas separadas por participante afim de identificar episódios similares e estabelecer cenários padrões.

Em post-it laranja e amarelo estavam as respostas daquelas mulheres que responderam "sim" a, pelo menos, duas das perguntas citadas acima.

Em contraponto, no post-it rosa, estavam as respostas das mulheres de responderam "não", no mínimo, a duas respostas.

Visualizando os relatos de modo amplo e generalis-



Figura 29: Painel visual elaborado. . **Fonte:** Acervo da autora.

ta, tornou-se mais eficaz a conexão entre relatos e identificação de brechas, as quais o design pode atuar.

Em sequência, partindo da identificação de brechas, elencou-se - em um encontro com outras duas colaboradoras designers, sete cenários problemáticos do universo feminino no mercado de trabalho, sendo eles: objetificação e sexualização, assertividade de posicionamento, sobrecarga de tarefas, invisibilização de gênero, inferiorização intelectual, subordinação indevida e etarismo.

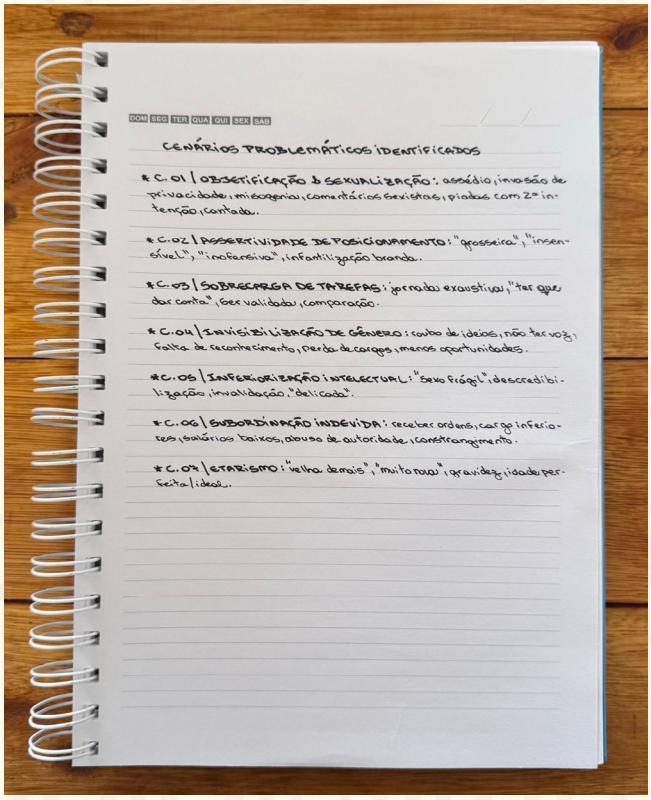


Figura 30: Cenários problemáticos identificados.
Fonte: Acervo da autora.

Cada um desses cenários contempla diversas situações mencionadas pelas mulheres, as quais foram vivenciadas em seus ambientes profissionais. Através desta categorização dos quadros problemáticos, foi possível nichar, com mais precisão, quais conteúdos seriam trabalhados no material.

Finalmente, unindo os relatos obtidos no questionário aos cenários coletivamente elencados, foram elaboradas e selecionadas frases que poderiam compor o material, indo diretamente de encontro com as características e singularidades do produto a ser produzido, além de alcançar o público-alvo definido.

Com 10 frases coletadas, realizou-se uma curadoria para selecionar as melhores alternativas, que se encaixariam corretamente com os cenários problemáticos identificados previamente – a fim de abranger todas as lacunas mencionadas. Tal seleção manifesta-se para aquelas sentenças que melhor resolviam as demandas detectadas, a partir de um padrão de design, sendo elas:

- **Cenário 01 | Objetificação e sexualização**

  "Não é sobre proteger as mulheres. É sobre educar os homens."

- **Cenário 02 | Assertividade de posicionamento**

  "Reconhecer sua potência e seu valor não te faz menos humilde."

- **Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas**

  "Seu processo não precisa ser validado por outras pessoas."

- **Cenário 04 | Invisibilização de gênero**

  "Não perca o respeito por si mesma para obter o respeito dos outros."

- **Cenário 05 | Inferiorização intelectual**

  "Sua ideia sobre mim não é da minha responsabilidade."

- **Cenário 06 | Subordinação indevida**

  "Eu não vou ficar quieta para que você permaneça confortável."

- **Cenário 07 | Etarismo**

  "Como mulher você sempre é muito jovem ou velha demais para fazer as coisas, já que a idade perfeita é ser homem."

Destaca-se aqui que, apesar de existirem outros contextos polêmicos do universo feminino optou-se por abordar apenas sete deles no projeto – que foram descritos nos estudos com o público-alvo, para que o material não se torne demasiadamente extenso e para que não tomemos propriedade de campo de pesquisa que não é de domínio acadêmico da autora deste trabalho.

Unindo a definição dos cenários problemáticos à seleção do conteúdo central – de acordo com as necessidades apontadas no briefing de projeto, adentraremos na concepção própria do material, a seguir-se pelos dois canais simultâneos de trabalho, citados no começo do capítulo - projeto editorial e ilustrações.

6.2 PROJETO EDITORIAL

Procurando explorar e definir todos os critérios pertinentes ao produto socioeditorial solicitado – ainda especulativo e desconhecido, primeiramente estabeleceu-se quatro categorias do projeto editorial que deveriam ser firmadas durante as técnicas de criatividade e os processos de experimentação. Sendo assim, será a partir das seguintes etapas – formato e estrutura, tipografia e paleta de cores, composição e diagramação e, por último, organização textual – que buscar-se-á consolidar todas as informações necessárias para a concepção do material desejado.

Reitera-se que o produto deverá apresentar traços de caráter social, não só em seu conteúdo voltado para uma demanda de design, mas também nas características inerentes ao projeto editorial solicitado.

Por isso, o produto proposto está nomeado como um projeto de design socioeditorial - buscando carregar consigo âmbitos sociais desde seu processo de produção, hipoteticamente realizado em larga escala, até as menores informações impressas em suas páginas.

6.2.1 FORMATO E ESTRUTURA

Na definição de um formato para o produto socioeditorial, considerou-se essencialmente a funcionalidade do material, os custos e os meios envolvidos em sua produção. A respeito do primeiro apontamento, ficou claro que o projeto deveria ser facilmente manuseado além de possuir alta portabilidade, já que ele deve ter a habilidade de ser compartilhado entre o público-alvo. Desse modo, afirma-se a proposta brifada de que as páginas ilustradas fossem destacáveis, gerando uma espécie de cartão presente, para que as mulheres pudessem trocá-los entre si, inclusive no ambiente de trabalho. Relacionado aos custos e meios de produção do produto, hipoteticamente projetado para uma produção em larga escala, o mesmo não deverá despender uma alta verba financeira ou um possuir modelo complexo de execução, especialmente por ser um projeto socioeditorial.

Assim sendo, unindo as necessidades do briefing à análise de similares realizada, ficou definido que o material desenvolvido será um livro social de folhas soltas no formato horizontal, nas medidas 130mm de largura por 90mm de altura, sem sobrecapa, com miolo impresso em papel sulfite 180g – colorido, no modelo offset – e capa impressa em papel couchê 300g – colorida, também no modelo offset. O agrupamento do miolo com a capa será realizado no estilo canoa, através de dois grampos, equidistantes entre si, e as páginas destacáveis terão o serviço de picote adicionado no acabamento da produção gráfica.

Todas as resoluções findadas tem como objetivo tornar os custos viáveis e os meios de produção acessíveis. Entretanto, a produção gráfica descrita acima poderá ser modificada, já que tais decisões podem ser influenciadas pela localidade de produção do livro e pelos recursos financeiros disponíveis para serviços gráficos. Apresenta-se, portanto, apenas uma das opções disponíveis - aquela que foi adotada para a produção do material pela autora.



Figura 31: Mockup miolo do livro.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 32: Mockup capa do livro.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 33: Mockup visto de cima.
Fonte: Acervo da autora.

A estrutura interna do material também seguiu os princípios levantados para o produto socioeditoral. Projetado para ser funcional e com valores razoáveis de fabricação, o livro de folhas soltas será compacto e sucinto, carregando as infor-

mações necessárias de maneira objetiva e direta. Formado por 24 páginas, sendo estas: 04 de capa, 02 de introdução, 14 compostas pelos conteúdos destacáveis e 04 de encerramento – todas elas foram elaboradas para uma impressão colorida, porém sem necessitar de mecanismos substancialmente complexos.

6.2.2 TIPOGRAFIA E PALETA DE CORES

Durante o processo de experimentações do livro social, simultâneo à concepção das ilustrações, foram estabelecidos os primeiros testes de cores e famílias tipográficas que constituiriam o projeto editorial. Inicialmente, propôs-se uma paleta com quatro cores quentes e análogas, com o objetivo de traduzir a vivacidade e potência do produto – linguagem visual reconhecida no conceito identificado, que será abordado adiante.

Seguindo uma lógica semelhante, a família tipográfica selecionada foi a "Poppins" por Ninad Kale - uma fonte geométrica, sem serifa, versátil e moderna, além de apresentar ampla variedade de pesos e estilos. A escolha de tal família para editorar o livro de folhas soltas foi firmada pois ela reverbera objetividade e clareza, principalmente em projetos tipográficos, podendo ser utilizada como fonte principal do produto editoral e ainda ser empregada nos textos de apoio.

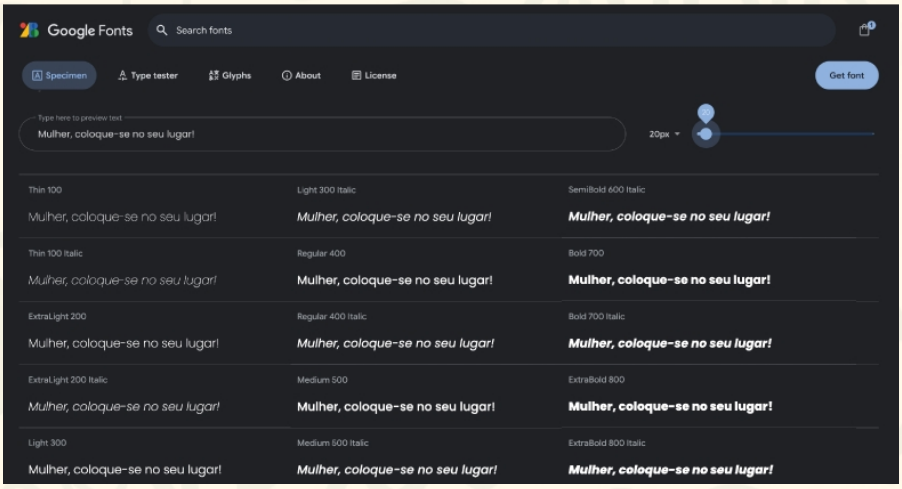


Figura 34: Família tipográfica Poppins por Ninad Kale.
Fonte: https://fonts.google.com/specimen/Poppins

Assim sendo, no primeiro atendimento com a orientadora para revisão dos avanços do projeto editoral, foram apresentados os processos relatados acima. A respeito da paleta proposta, discutiu-se a possibilidade de direcionar a escolha para cinco cores numa paleta ainda quente, porém com tonalidades complementares entre si.

Tal mudança nasce com a intenção de transmitir fidedignamente os conceitos intangíveis de "força, vivacidade e energia" através de uma paleta madura e mais ampla - funcionando como um catalizador nos sentidos tangíveis. Ainda



Figura 35: Paleta de cores definida.
Fonte: Acervo da autora.

dentro da decisão de cores, ficou definido que utilizaria-se uma cor mais clara e o preto como tonalidades neutras para complementar a base do material – parte textual e corpo das ilustrações. A família tipográfica "Poppins" também foi aceita com êxito, levando em consideração todas as informações favoráveis explanadas anteriormente.

6.2.3 COMPOSIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

O trabalho referente à composição do projeto editorial foi essencialmente desmembrado em três planos de atuação para conceber o núcleo do material: os cartões destacáveis, as páginas de apoio e as capas.

Cada cartão destacável foi desenhado para ter uma ilustração na parte dianteira da peça - composição que será abordada posteriormente - e, na parte traseira, haverá um fragmento textual tangível exemplificando o cenário problemático ilustrado. Além disso, também foi adicionado ao verso dos cartões um espaço dedicatório, caso o cartão seja compartilhado entre o público-alvo, e o QR-Code solicitado no briefing, para democratização do acesso as ilustrações.

As cores da paleta estabelecida anteriormente foram aplicadas em cada cartão de maneira individual, setorizando cada cenário identificado e explorando a profundidade das possibilidades de atuação.

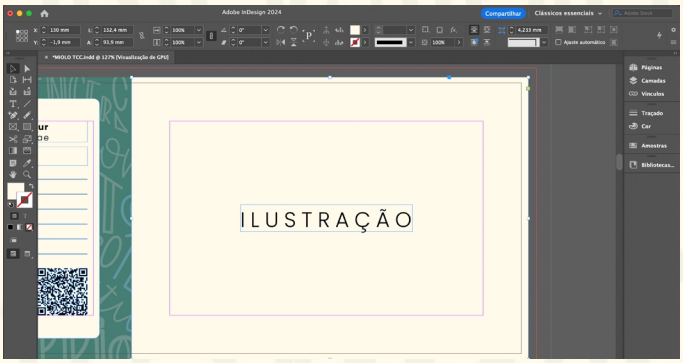


Figura 36: Frente cartão destacável..
Fonte: Acervo da autora.

Para compor o verso dos cartões, empregou-se as flores – elemento gráfico identificado e citado no processo de ilustração - além da padronagem ilustrativa desenhada para a segunda e terceira capa, como parte sutil ao fundo.



Figura 37: Verso cartão destacável.
Fonte: Acervo da autora.

Já para as páginas de apoio empregadas na composição, definiu-se que o material seria formado pela folha de rosto, por um texto de apresentação do produto – anteriores os cartões ilustrados, uma nota de agradecimento e um texto sobre o processo de concepção do livro de folhas soltas com a ficha técnica do projeto socioeditorial – ambos posteriores as ilustrações. Todos os textos serão apresentados em detalhes dentro da organização textual, apenas cita-se os neste período por fazerem parte do material.

As páginas com textos de apoio, desenvolvidas também em concordância com a visualidade das ilustrações, foram compostas com os grafismos do projeto: as flores e as formas orgânicas. Para evitar quaisquer excessos de informação visual, reduziu-se a amplitude de aplicação destes elementos nesta parcela do material - porém manteve-se a linguagem para gerar coesão e comunicação do todo. A folha de rosto e a ficha técnica foram as únicas páginas do projeto que não receberam aplicação dos elementos gráficos - composta somente pela tonalidade neutra ao fundo, para que as informações elementares ficassem em evidência.



Figura 38: Composição fundo página de apresentação.
Fonte: Acervo da autora.

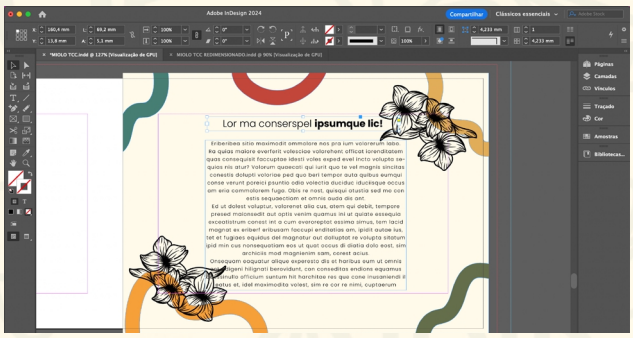


Figura 39: Composição fundo página agradecimentos.
Fonte: Acervo da autora.

Findando o processo de composição, as capas receberam a função de reunir todos os elementos gráficos e suas cores em um único corpo. Dessa forma, trabalhou-se a estrutura da primeira e da quarta capa de maneira contínua, assentando o título, o logo das marcas e um texto de apoio na primeira capa. Para a quarta capa, reservou-se um texto de apoio resumindo o conteúdo presente no material, novamente a aplicação dos logos e também o recorte de três ilustrações partes do livro.

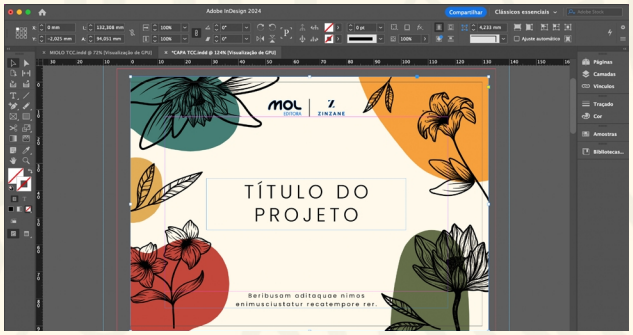


Figura 40: Composição do fundo primeira capa.
Fonte: Acervo da autora.

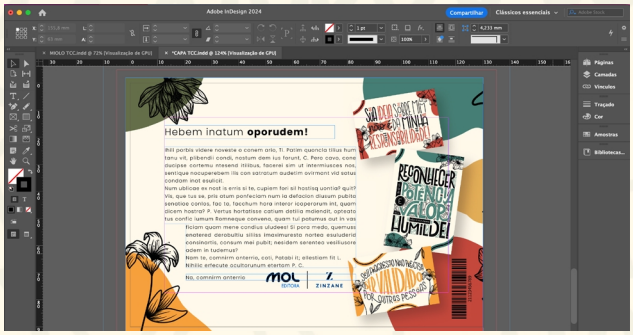


Figura 41: Composição do fundo quarta capa.
Fonte: Acervo da autora.

Na elaboração da segunda e terceira capa, apropriou-se da mesma metodologia da primeira e quarta capa, trabalhando o conteúdo de maneira contínua - tal qual uma única tela.

Entretanto, para estas designou-se a ilustração de palavras e sentimentos coletados a partir das entrevistas com o público-alvo. Dessa forma, a autora ilustrou 22

palavras, seguindo a mesma estrutura metodológica de ilustração que logo será apresentada, e compôs as duas capas como um mar de sentimentos.



Figura 42: Composição do fundo segunda e terceira capa.
Fonte: Acervo da autora.

Na diagramação do livro social de folhas soltas, utilizou-se de um grid hierárquico regular, hora com apenas uma coluna centralizada – na primeira capa, folha de rosto e nota de esclarecimento – e hora com duas colunas alinhadas a esquerda e justificadas – verso dos cartões destacáveis e textos de apoio sobre o processo de concepção do livro de folhas soltas.

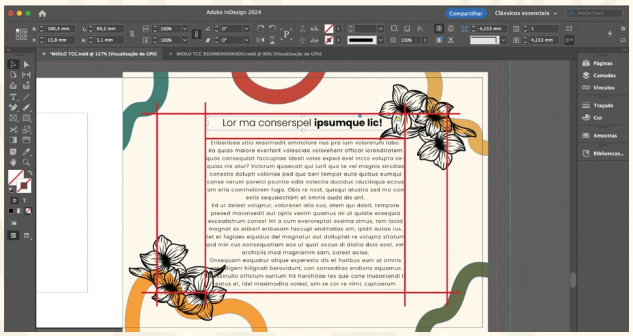


Figura 43: Grid hierárquico centralizado.
Fonte: Acervo da autora.

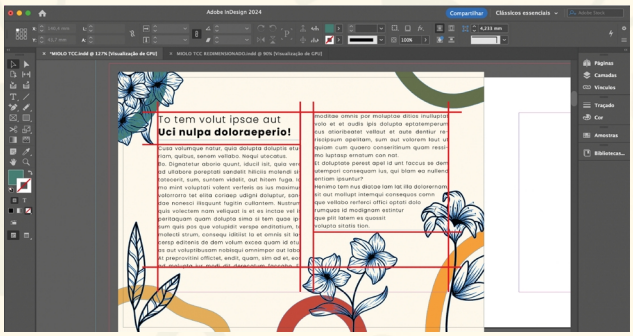


Figura 44: Grid hierárquico com duas colunas.
Fonte: Acervo da autora.

Para cada ilustração foram apresentados grids específicos, de acordo com a necessidade da peça. Já para o texto de apresentação do produto – anterior as ilustrações, utilizou-se de um grid ainda regular, porém com uma coluna alinhada à esquerda e justificada, assim como no texto de apoio resumindo o conteúdo presente no material – aplicado na quarta capa.

Por fim, a ficha técnica do projeto editorial foi destrinchada em três colunas alinhadas à esquerda e justificada.

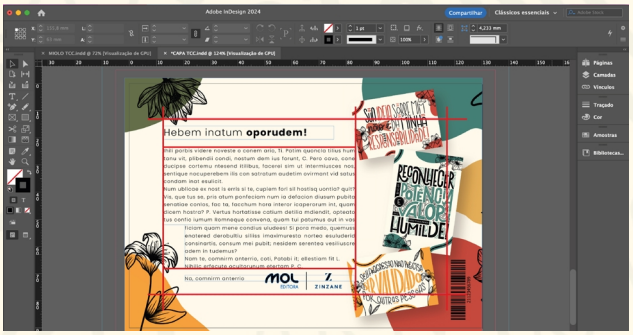


Figura 45: Grid hierárquico com uma coluna..
Fonte: Acervo da autora.

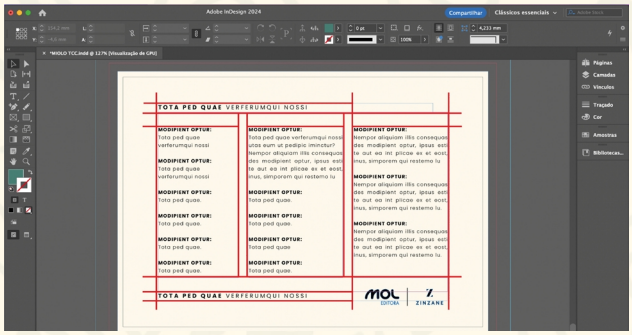


Figura 46: Grid hierárquico com três colunas.
Fonte: Acervo da autora.

6.2.4 ORGANIZAÇÃO TEXTUAL

Para facilitar a compreensão dos conteúdos inseridos em cada parte do projeto, realizara-se uma organização textual da seguinte maneira: conteúdo pré textual – aquele que está contemplado anteriormente as ilustrações, conteúdo textual – os cartões destacáveis com as ilustrações e os versos – e o conteúdo pós textual – aquele localizado posterior às ilustrações.

Vale ressaltar que, todos os textos pertinentes ao material foram escritos e elaborados pela presente autora do projeto. Apesar de não ser o campo de estudo aqui trabalhado, a mesma fez questão de redigir a próprio punho todo o conteúdo que seria editorado no livro, a fim de garantir total veracidade e coerência às pesquisas realizadas.

6.2.4.1 PRÉ TEXTUAL

O conteúdo pré textual adotado para o material se consolidou de maneira sucinta e objetiva, com a finalidade de contemplar as informações de introdução do produto sintetizado em poucas páginas.

Deste modo, para a estruturação da primeira capa em conteúdos textuais, acomodou-se o logo das marcas fictícias, a ilustração do título do projeto – futuramente abordada, e o seguinte texto de apoio:

> "7 cartões ilustrados para você destacar e compartilhar!"



Figura 47: Aplicação pré textual na primeira capa.
Fonte: Acervo da autora.

Já para a folha de rosto tem-se: número da edição, ano de publicação, a reaplicação da ilustração do título e do logo das marcas fictícias, além das informações de autoria da editoração e ilustração. Tem-se:

> " 1ª Edição | 2024 – Editorado e ilustrado por Gabriela Savoldi."

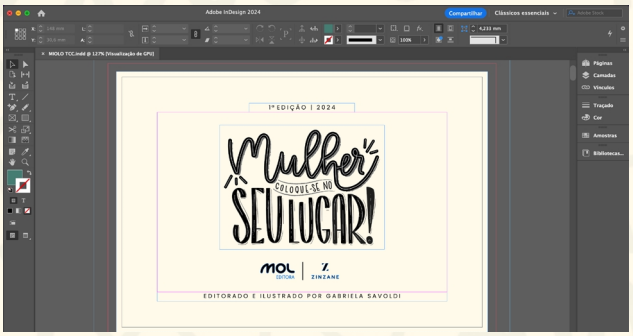


Figura 48: Aplicação pré textual na folha de rosto.
Fonte: Acervo da autora.

Para a apresentação do projeto, a autora trabalhou em um texto de apoio mais intimista e direto com o público-alvo, as mulheres no mercado de trabalho. O texto desenhou-se numa linguagem acessível e informal, em formato de diálogo entre o material e as leitoras – abrindo assim um acesso de proximidade, antes de entregar o material na integra. Logo, o texto disposto, com alinhamento a esquerda e justificado, no livro social é:

“Cada cartão, um abraço: nosso espaço importa!

Este livro de cartões destacáveis foi feito para nós, mulheres que enfrentam desafios diários no ambiente de trabalho. Sabemos que o caminho não é fácil e, muitas vezes, podemos nos sentir sozinhas, sobrecarregadas ou subestimadas.



Figura 49: Aplicação pré textual na apresentação do produto.
Fonte: Acervo da autora.

Por isso, criamos essa coleção de frases ilustradas para trazer acolhimento, força e, acima de tudo, para lembrar que você não está sozinha.

Cada cartão é um convite à reflexão sobre questões como a sexualização, a sobrecarga de tarefas, a descredibilização das nossas habilidades, e tantos outros obstáculos. Além disso, cada uma das mensagens nos traz a memória que somos capazes de transformar esses cenários.

Nossa força está em nos posicionarmos, em valorizarmos nossa jornada e, ainda, resistirmos às estruturas sociais impostas.

Esperamos que, ao destacar cada cartão, você se sinta mais conectada consigo mesma e com outras mulheres, sabendo que juntas somos mais fortes. Que este material seja um respiro, um abraço em forma de palavras, e um impulso para que, em cada espaço que você ocupar, sua voz seja ouvida e seu valor seja reconhecido.

Esse espaço é seu.”

6.2.4.2 TEXTUAL

O conteúdo textual elaborado pela autora para o livreto fundamentou-se no desdobramento dos cenários problemáticos identificados em textos de apoio para serem aplicados nos versos dos cartões destacáveis. A partir desse princípio, desenvolveu-se sete textos - compatíveis aos conteúdos produzidos para a frente do cartão - que foram aplicados para nortear o público alvo sobre o contexto trabalhado. Os fragmentos textuais se encontram com recuo a esquerda, justificado e com um título de orientação - a fim de facilitar a compreensão da ideia elaborada. Desta maneira, traz-se os textos desenvolvidos em correlação com os cenários previamente apresentados:

- **Cenário 01 | Objetificação e sexualização**

"Você não precisa ser protegida e sim, valorizada!

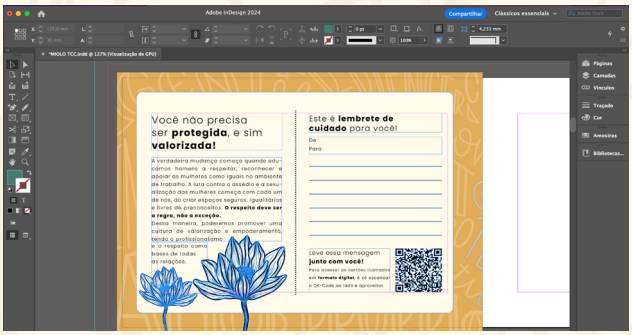


Figura 50: Aplicação textual no primeiro cartão.
Fonte: Acervo da autora.

A verdadeira mudança começa quando educamos homens a respeitar, reconhecer e apoiar as mulheres como iguais no ambiente de trabalho. A luta contra o assédio e a sexualização das mulheres começa com cada um de nós, ao criar espaços seguros, igualitários e livres de preconceitos. O respeito deve ser a regra, não a exceção.

Dessa maneira, poderemos promover uma cultura de valorização e empoderamento, tendo o profissionalismo e o respeito como bases de todas as relações."

- **Cenário 02 | Assertividade de posicionamento**

"Assuma suas qualidades!

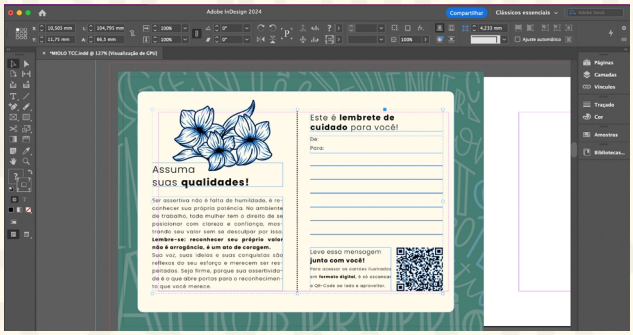


Figura 51: Aplicação textual no segundo cartão.
Fonte: Acervo da autora.

Ser assertiva não é falta de humildade, é reconhecer sua própria potência. No ambiente de trabalho, toda mulher tem o direito de se posicionar com clareza e confiança, mostrando seu valor sem se desculpar por isso. Lembre-se: reconhecer seu próprio valor não é arrogância, é um ato de coragem.

Sua voz, suas ideias e suas conquistas são reflexos do seu esforço e merecem ser respeitados. Seja firme, porque sua assertividade é o que abre portas para o reconhecimento que você merece."

- **Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas**

"Não se sufoque para agradar as pessoas!

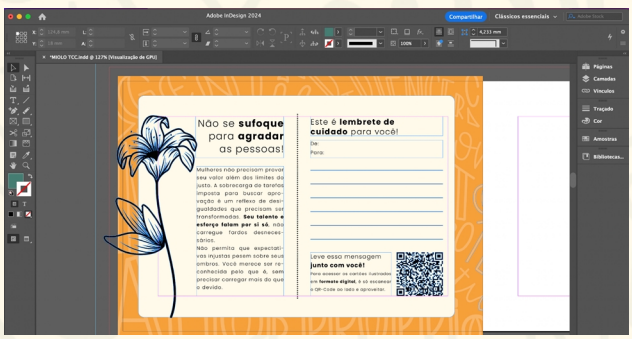


Figura 52: Aplicação textual no terceiro cartão.
Fonte: Acervo da autora.

Mulheres não precisam provar seu valor além dos limites do justo. A sobrecarga de tarefas imposta para buscar aprovação é um reflexo de desigual-

dades que precisam ser transformadas. Seu talento e esforço falam por si só, não carregue fardos desnecessários.

Não permita que expectativas injustas pesem sobre seus ombros. Você merece ser reconhecida pelo que é, sem precisar carregar mais do que o devido."

- **Cenário 04 | Invisibilização de gênero**

"A invisibilidade não faz parte da sua essência!

As mulheres são constantemente rotuladas, injustamente, no ambiente de trabalho como sensíveis demais, muito delicadas, ou até como grosseiras e frias - por apenas serem diretas e objetivas. Esses pré-julgamentos inibem o potencial e limitam a contribuição de cada uma.

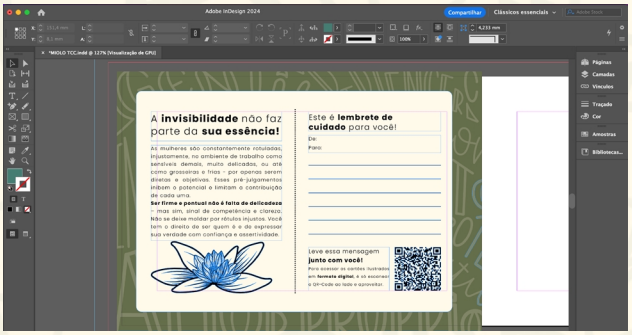


Figura 53: Aplicação textual no quarto cartão.
Fonte: Acervo da autora.

Ser firme e pontual não é falta de delicadeza – mas sim, sinal de competência e clareza. Não se deixe moldar por rótulos injustos. Você tem o direito de ser quem é e de expressar sua verdade com confiança e assertividade."

- **Cenário 05 | Inferiorização intelectual**

"Não se diminua para tentar se encaixar!

A inteligência de uma mulher não deve ser medida por estereótipos ou subestimada por preconceitos. Enfrentar tal inferiorização no campo profissional é uma forma de silenciamento que precisamos combater.

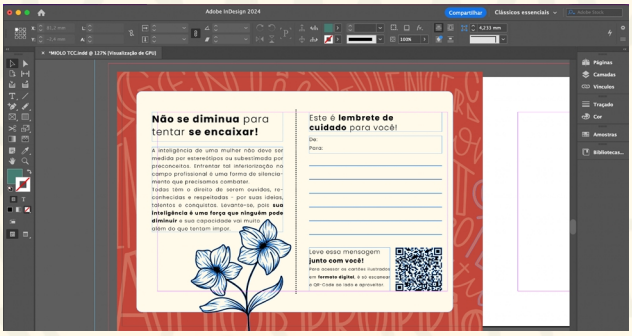


Figura 54: Aplicação textual no quinto cartão.
Fonte: Acervo da autora.

Todas têm o direito de serem ouvidas, reconhecidas e respeitadas - por suas ideias, talentos e conquistas. Levante-se, pois sua inteligência é uma força que ninguém pode diminuir e sua capacidade vai muito além do que tentam impor."

- **Cenário 06 | Subordinação indevida**

"Seu lugar é onde sua voz possa ser ouvida!

Nenhuma mulher deve se submeter a uma hierarquia que a silencie ou

que tente diminuir seu valor, ainda mais no ambiente de trabalho.

Posicionar-se com firmeza é um ato de coragem e autovalorização. Sua opinião tem valor, suas ideias tem potencial e sua presença é fundamental.

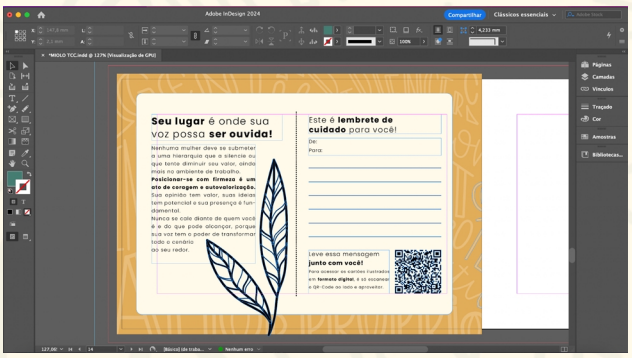


Figura 55: Aplicação textual no sexto cartão.

Fonte: Acervo da autora.

Nunca se cale diante de quem você é e do que pode alcançar, porque sua voz tem o poder de transformar todo o cenário ao seu redor."

- **Cenário 07 | Etarismo**

"A idade perfeita é a idade de agora!

A experiência não tem prazo de validade, e o talento não depende da idade. Mulheres são constantemente rotuladas como jovens demais ou muito velhas, mas essas percepções limitam o verdadeiro valor que cada uma traz consigo - experiências, talentos e perspectivas únicas.

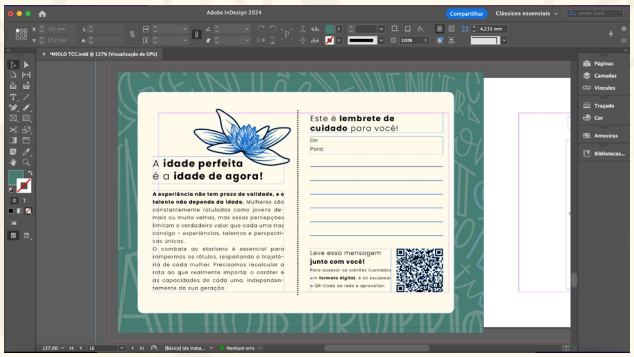


Figura 56: Aplicação textual no sétimo cartão.

Fonte: Acervo da autora.

O combate ao etarismo é essencial para rompermos os rótulos, respeitando a trajetória de cada mulher. Precisamos recalcular a rota ao que realmente importa: o caráter e as capacidades de cada uma, independentemente da sua geração."

Ainda aos versos dos cartões, adicionou-se uma frase motivacional à dedicatória anterior ao espaço disponibilizado para escrita. Ao final da página, inseriu-se um pequeno texto para acompanhar o QR-Code de acesso as ilustrações no formato digital. Assim sendo, segue-se:

"Este é um lembrete de cuidado para você!

De: Para:

Leve essa mensagem junto com você! Para acessar os cartões ilustrados em formato digital, é só escanear o QR-Code ao lado e aproveitar."

Além dos textos aplicados no verso dos cartões postais, as frases ilustradas foram estampadas na parte frontal das páginas. Tais peças serão apresentadas dentro do tópico ilustrações.

6.2.4.3 PÓS TEXTUAL

O conteúdo pós textual, totalmente produzido pela autora, foi construído em três subdivisões: uma página com a nota de agradecimento, duas páginas de sobre o processo de concepção do produto socioeditorial e uma página para a ficha técnica do material. Além disso, inclui-se também como conteúdo pós textual aquele depositado na quarta capa.

Para o conteúdo da nota de agradecimento, trabalhou-se um texto mais intimista numa comunicação direta com o público-alvo, as mulheres no mercado de trabalho – assim como o texto desenvolvido para a apresentação do projeto no conteúdo pré textual.

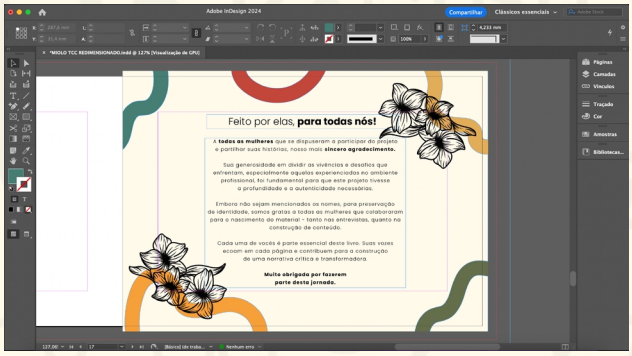


Figura 57: Aplicação pós textual nos agradecimentos.
Fonte: Acervo da autora.

A linguagem acessível e informal foi mantida, porém, desta vez, em diálogo sincero com as mulheres que colaboraram para o nascimento do produto socioeditorial, corroborando nas entrevistas e concepção de projeto. Portanto, tem-se:

> "Feito por elas, para todas nós!
>
> A todas as mulheres que se dispuseram a participar do projeto e partilhar suas histórias, nosso mais sincero agradecimento.
>
> Sua generosidade em dividir as vivências e desafios que enfrentam, especialmente aquelas experienciadas no ambiente profissional, foi fundamental para que este projeto tivesse a profundidade e a autenticidade necessárias.
>
> Embora não sejam mencionados os nomes, para preservação de identidade, somos gratas a todas as mulheres que colaboraram para o nascimento do material - tanto nas entrevistas, quanto na construção de conteúdo.
>
> Cada uma de vocês é parte essencial deste livro. Suas vozes ecoam em cada página e contribuem para a construção de uma narrativa crítica e transformadora.
>
> Muito obrigada por fazerem parte desta jornada."

Já nas páginas sobre o processo de concepção do produto socioeditorial, explorou-se as informações cedidas no briefing hipotético de collab entre as marcas, além de trazer os devidos ressalves sobre o real objetivo de produção do livro de folhas soltas – estritamente para fins acadêmicos, sem quaisquer vínculos comerciais. As duas páginas foram preenchidas em duas colunas de texto cada e, ao final do texto, inseriu-se o QR-Code novamente para acesso das ilustrações

em formato digital. Assim temos:

> “Sobre o projeto: Mulher, coloque-se no seu lugar!
>
> Este projeto editorial fictício nasce de uma colaboração hipotética entre a Mol Editora e a marca de moda Zinzane, com o propósito de discutir e dar visibilidade às vivências das mulheres no mercado de trabalho.
>
> Com uma forte preocupação social, a proposta de projeto busca não apenas compartilhar histórias inspiradoras, mas também contribuir ativamente com causas relevantes. A proposta fictícia é que a venda deste produto editorial seja revertida para projetos sociais que apoiam mulheres, fortalecendo a conexão entre o conteúdo do livro e o público-alvo, causando um impacto direto na sociedade.
>
> Intitulado “Mulher, coloque-se no seu lugar!”, o projeto ressignifica uma frase historicamente usada para limitar as mulheres, transformando-a em um chamado para que cada mulher ocupe o espaço que lhe é de direito - tanto no mercado de trabalho quanto na sociedade. O título traduz a proposta editorial: incentivar o posicionamento e a conquista do espaço por parte das mulheres.
>
> O conteúdo principal é composto por sete frases ilustradas, geradas a partir das informações extraídas das entrevistas com mulheres de diferentes áreas. Cada ilustração busca representar um dos cenários problemáticos identificados como parte do cotidiano profissional feminino. Desta forma, as frases abordam os seguintes desafios, nesta ordem: objetificação e sexualização, assertividade de posicionamento, sobrecarga de tarefas, invisibilidade de gênero, inferiorização intelectual, subordinação indevida e etarismo.

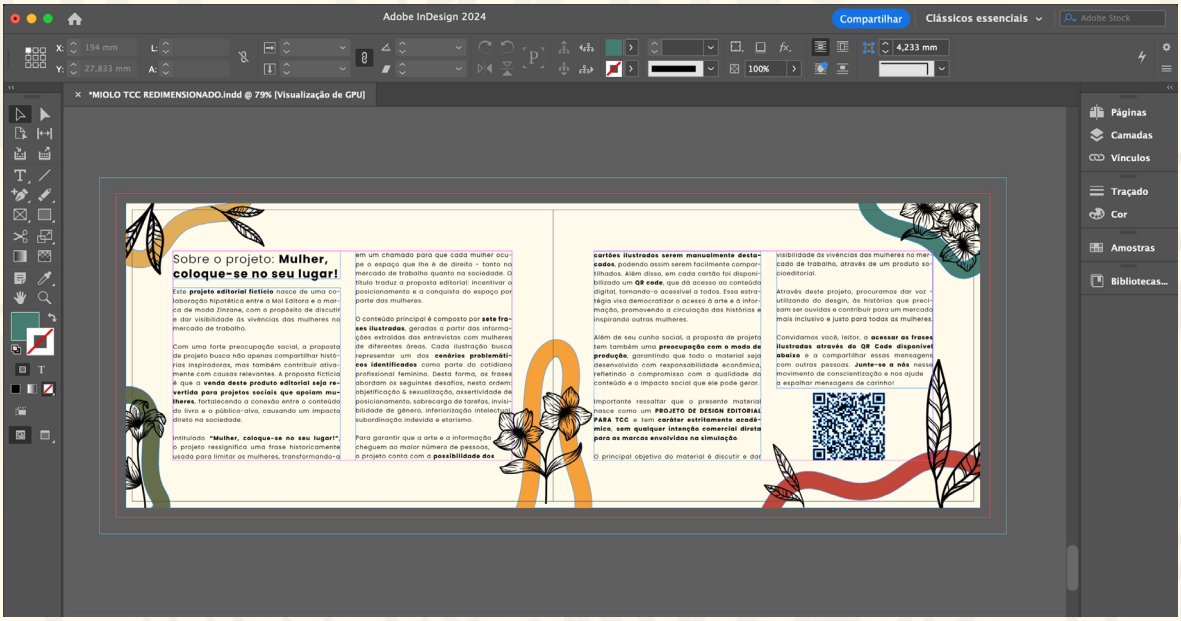


Figura 58: Aplicação conteúdo pós textual sobre o processo de concepção.

Fonte: Acervo da autora.

Para garantir que a arte e a informação cheguem ao maior número de pessoas, o projeto conta com a possibilidade dos cartões ilustrados serem manualmente destacados, podendo assim serem facilmente compartilhados. Além disso, em cada cartão foi disponibilizado um QR-Code, que dá acesso ao conteúdo digital, tornando-o acessível a todos. Essa estratégia visa democratizar o acesso à arte e à informação, promovendo a circulação das histórias e inspirando outras mulheres.

Além de seu cunho social, a proposta de projeto tem também uma preocupação com o modo de produção, garantindo que todo o material seja desenvolvido com responsabilidade econômica, refletindo o compromisso com a qualidade do conteúdo e o impacto social que ele pode gerar.

Importante ressaltar que o presente material nasce como um PROJETO DE DESIGN EDITORIAL PARA TCC e tem caráter estritamente acadêmico, sem qualquer intenção comercial direta para as marcas envolvidas na simulação.

O principal objetivo do material é discutir e dar visibilidade às vivências das mulheres no mercado de trabalho, através de um produto socioeditorial.

Através deste projeto, procuramos dar voz - utilizando do design, às histórias que precisam ser ouvidas e contribuir para um mercado mais inclusivo e justo para todas as mulheres.

Convidamos você, leitor, a acessar as frases ilustradas através do QR-Code disponível abaixo e a compartilhar essas mensagens com outras pessoas. Junte-se a nós nesse movimento de conscientização e nos ajude a espalhar mensagens de carinho!"

Para a ficha técnica do produto socioeditorial, incluiu-se apenas como parte textual as informações elementares pertinentes ao projeto, distribuídas em três colunas em formato de tópicos. Aplica-se, então:

"Ficha técnica do produto socioeditorial

- **Título do Projeto:** "Mulher, coloque-se no seu lugar!"
- **Temática:** As vivências das mulheres no mercado de trabalho.
- **Coordenação Editorial:** Cristiane Alcântara.
- **Redação & Pesquisa:** Gabriela Savoldi.

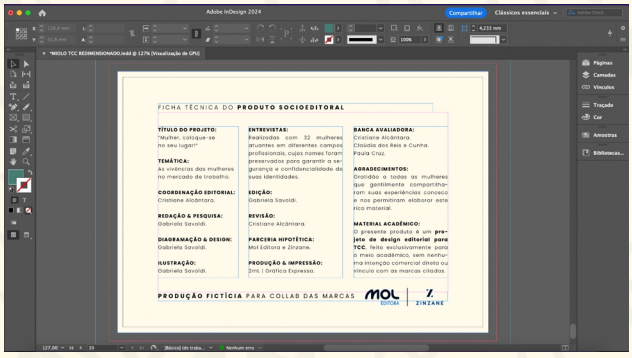


Figura 59: Aplicação pós textual na ficha técnica.

Fonte: Acervo da autora.

- **Diagramação & Design:** Gabriela Savoldi.
- **Ilustração:** Gabriela Savoldi.
- **Entrevistas:** Realizadas com 32 mulheres atuantes em diferentes campos profissionais, cujos nomes foram preservados para garantir a segurança e confidencialidade de suas identidades.
- **Edição:** Gabriela Savoldi.
- **Revisão:** Cristiane Alcântara.
- **Parceria hipotética:** Mol Editora e Zinzane.
- **Produção & Impressão:** 2mL | Gráfica Expressa.
- **Banca avaliadora:** Cristiane Alcântara | Claúdia dos Reis e Cunha | Paula Cruz.
- **Agradecimentos:** Gratidão a todas as mulheres que gentilmente compartilharam suas experiências conosco e nos permitiram elaborar este rico material.
- **Material acadêmico:** O presente produto é um projeto de design editorial para TCC, feito exclusivamente para o meio acadêmico, sem nenhuma intenção comercial direta ou vínculo com as marcas citadas.

  Produção fictícia para collab das marcas."

Por fim, para a quarta capa, elaborou-se um texto de apoio resumindo o conteúdo presente no material, como forma de esclarecer as leitoras sobre o que se trata o produto socioeditorial – antes mesmo de adentrá-lo. Portanto, empregou-se o seguinte resumo:

"Um abraço em cada palavra!

Este livro foi criado para acolher e inspirar, trazendo sete cartões destacáveis que abordam os desafios que muitas mulheres enfrentam no ambiente de trabalho como a sexualização e objetificação, sobrecarga de tarefas e inferiorização intelectual.

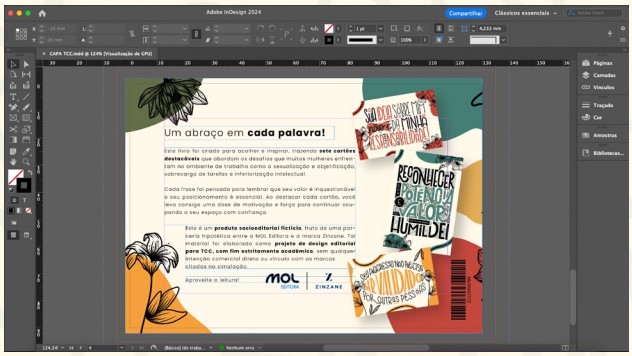


Figura 60: Aplicação pós textual na quarta capa.
Fonte: Acervo da autora.

Cada frase foi pensada para lembrar que seu valor é inquestionável e seu posicionamento é essencial. Ao destacar cada cartão, você leva consigo uma dose de motivação e força para continuar ocupando o seu espaço com confiança.

Este é um produto socioeditorial fictício, fruto de uma parceria hipotética entre a MOL Editora e a marca Zinzane. Tal material foi elaborado como projeto de design editorial para TCC, com fim estritamente acadêmico, sem qualquer intenção comercial direta ou vínculo com as marcas citadas na simulação.

Aproveite a leitura!"

6.3 ILUSTRAÇÕES

Para conceber e delinear as técnicas de criatividade em conjunto com os processos de experimentação pertinentes às ilustrações, designou-se algumas etapas de trabalho: visualidade, desenvolvimento inicial, estrutura metodológica de ilustração e ilustrações finalizadas. A primeira fase está direcionada a tradução das informações levantadas na laboração do conteúdo em visualidades gráficas. A principal meta desta etapa do processo criativo das ilustrações, é conseguir transpor as informações intangíveis do campo artístico para os meios de comunicação do design – para assim, responder a demanda social solicitada.

Para a segunda fase, ficou reservado a narrativa dos desdobramentos iniciais das ilustrações, em suas primeiras experimentações, descrevendo assim todo o processo criativo de design da autora. A partir disso, gerou-se a terceira etapa do processo de ilustrações, onde se designou a estrutura metodológica de trabalho aplicado – para assim, chegar-se na quarta fase com as ilustrações finalizadas. É importante salientar que, além das frases para os cartões destacáveis, outros elementos poderão ser ilustrados para comporem o livro de folhas soltas - como o título e padronagens para aplicação de fundo.

6.3.1 VISUALIDADE

A fim de gerar a visualidade das ilustrações, partindo de um conceito tangível, a etapa a seguir estreou-se na construção de um painel semântico baseado outrora em conteúdos intangíveis, para assim obter-se uma linguagem visual sólida ao livro social de folhas soltas. Terminologias como "maduro, abstrato e não figurativo" ganharam destaque durante o processo de construção do painel semântico pois refletiam, com coerência e objetividade, os cenários anteriormente enunciados pelo público-alvo.

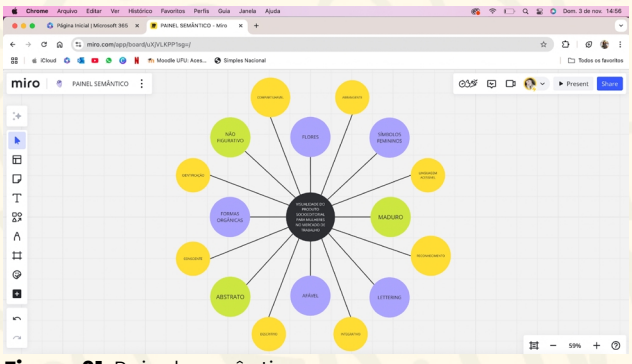


Figura 61: Painel semântico.
Fonte: Acervo da autora.

Dessa forma, foi possível elaborar um ponto de partida, conceitual e imagético,

para o progresso do trabalho de ilustração. Além disso, a busca constante por referências visuais - tanto contemporâneas quanto composições passadas, no design e nas artes visuais - foi fundamental para conseguir traduzir em palavras aquilo que poderia ser explorado na etapa de experimentação.

Posteriormente à construção do painel semântico, foram consideradas quais paletas e fontes constituiriam as ilustrações do livro de folhas soltas.

Como mencionado previamente, a família tipográfica firmada para o projeto editorial foi a "Poppins" por Ninad Kale.

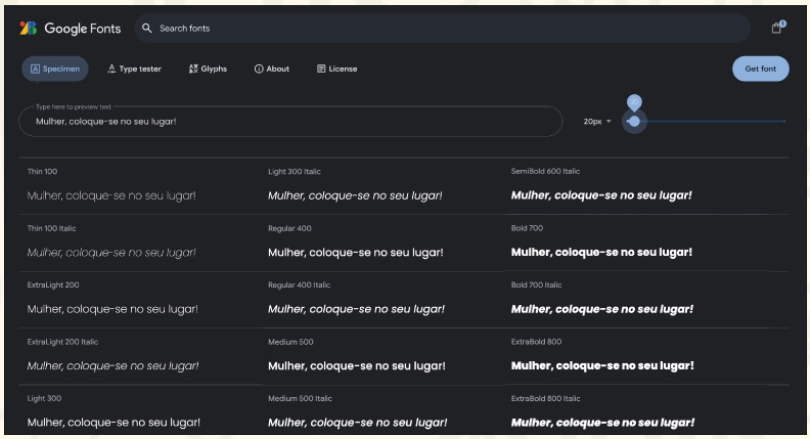


Figura 62: Família tipográfica Poppins por Ninad Kale.
Fonte: https://fonts.google.com/specimen/Poppins

Já para a composição das ilustrações, ficou pré estabelecido que todo o trabalho de ilustração das frases seria construído de maneira orgânica e manual pela autora do trabalho, concebendo assim uma espécie de letterings ou, até mesmo, o desenho das tipos. Caso haja necessidade, em demais partes textuais, utilizara-se a mesma fonte escolhida para a editoração.



Figura 63: Paleta de cores definida.
Fonte: Acervo da autora.

Sobre a ótica das cores, estipulou-se que a paleta empregada nas ilustrações deveria acompanhar a proposta levantada no projeto editorial, tornando o livro social uníssono, desde a capa ao miolo.

Posto isso, reitera-se que as cinco cores selecionadas expõem características complementares e tonalidades quentes, que evidenciam a potência e a expressividade requeridas pelo projeto em sua totalidade. Além disso, reafirma-se a utilização tonalidades neutras, como o preto e uma cor mais clara, para compor a base das ilustrações e toda a parte textual do material.

6.3.2 DESENVOLVIMENTO INICIAL

Em seguida, adentramos na fase de desenvolvimento dos primeiros sketches físicos, com a finalidade de materializar as propostas - até então intangíveis, em esboços fundamentados e consolidados. Os primeiros esboços de uma ilustração

nasceram a partir do título estabelecido para a capa do livro de folhas soltas: "Mulher, coloque-se no seu lugar!" - levando em consideração que tal peça carregará consigo a fachada do produto social. Diante das primeiras composições no papel, mediante a utilização de um dispositivo com escaneamento digital, chegou o momento de trazer o sketch, com a melhor solução de design encontrada, para a plataforma de ilustração selecionada – o Adobe Illustrator.



Figura 64: Sketch no papel.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 65: Sketch digitalizado.
Fonte: Acervo da autora.

Apoiado ao croqui digitalizado, foi possível aplicar a ferramenta "traçado da imagem em tons de cinza" – afim de vetorizar todos os componentes da peça com fidelidade – definir o grid hierárquico da ilustração e assim, realizar os devidos ajustes de posicionamento e alinhamento das palavras. Findando a primeira parte do processo de transposição, utilizou-se da mesa digitalizadora acoplada à plataforma do Illustrator, com o pincel uniforme – de três pontos e espessura arredondada, para traçar manualmente todas as palavras e detalhes do trabalho.

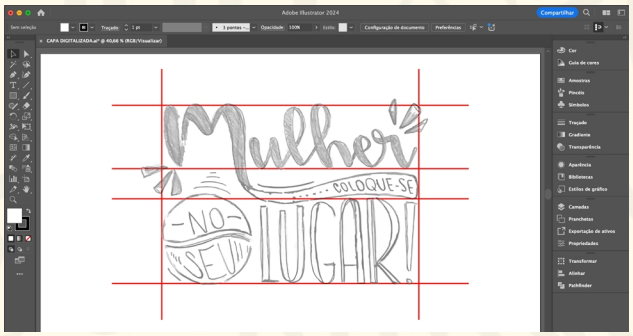


Figura 66: Sketch digitalizado em grid hierárquico.
Fonte: Acervo da autora.

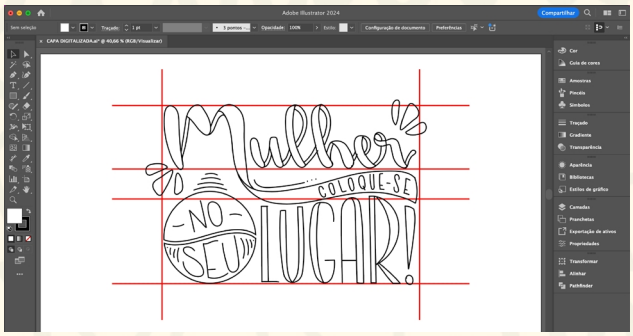


Figura 67: Frase traçada manualmente.
Fonte: Acervo da autora.

Vale ressaltar que, nesta fase de experimentação, as técnicas relatadas foram selecionadas a fim de explorar as melhores alternativas para o processo criativo, tendo completo potencial de aperfeiçoamento no decorrer da execução.

Durante o primeiro atendimento para verificação das ilustrações, os andamentos registrados nesta etapa foram apresentados à orientadora. A linguagem visual

apresentada foi acolhida positivamente, mantendo abertura para novos testes ilustrativos dentro da composição do miolo, que virá a ser desmembrado. Além disso, a percepção enunciada a respeito da fonte como ferramenta de apoio e da paleta de cores correspondente àquela do projeto editorial foram seguramente legitimadas.

Ainda no encontro de orientação, explorou-se ainda quais seriam os elementos gráficos que constituiriam o design do livro social – tanto das ilustrações quanto na editoração do projeto. Representações da flora, especialmente utilizando da ilustração de flores, surgiu com uma opção viável para revelar a diversidade das mulheres, além da potência inerte da luta feminina, com toda sua permanência e adaptação ao meio. Trazer as flores como principal componente gráfico designa ao produto uma capacidade de ressignificar sentidos comumente atribuídos ao público feminino e, ainda, de reforçar significados usuais que geram identificação na grande maioria das mulheres.

6.3.3 ESTRUTURA METODOLÓGICA DE ILUSTRAÇÃO

Partindo para a concepção do miolo, estabeleceu-se uma metodologia de trabalho para sistematizar o processo de ilustração das peças. Notara-se que, algumas etapas aqui descritas, já foram mencionadas na construção dos primeiros esboços da capa. Entretanto, foi somente nesta etapa de registro das ilustrações que se identificou tal processo como uma estrutura metodológica própria de design, digna assim de ser teorizada como parte do sistema de ilustração da autora.

Dessarte, o artifício do design autoral pode ser reavido, uma vez que a brecha criativa foi aberta para germinar um processo autônomo e original à maneira tradicional de ilustrar e de se ser design. Tem-se a estrutura metodológica de ilustração da seguinte forma:

- **1º | Construção dos sketches**

  Primeiramente, selecionou-se uma das frases pré-estabelecidas para representar os cenários problemáticos identificados e, numa folha de papel, verificou-se os elementos intrínsecos a ela – como formas e figuras concretas, para elaborar os primeiros sketches, além de destacar as palavras-chave da sentença.



Figura 68: Sketches frase Cenário 02 | Assertividade de posicionamento. (Esquerda)

Figura 69: Sketches frase Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas. (Direita)

Fonte: Acervo da autora.

- **2º | Seleção do melhor esboço**

Concebido os sketches, move-se para a segunda etapa na qual seleciona-se aquele com melhor design para transpor, ainda para o papel, com o objetivo de limpar o esboço e prepará-lo para a digitalização.



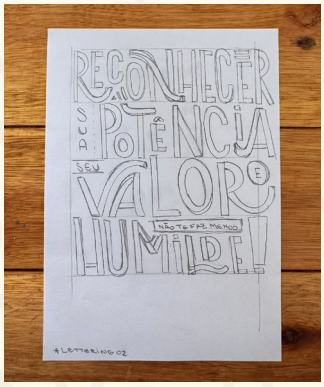


Figura 70: Melhor esboço Cenário 02 | Assertividade de posicionamento. (Direita)
Figura 71: Melhor esboço Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas. (Esquerda)
Fonte: Acervo da autora.

- **3º | Digitalização**

Assim, na terceira fase, foi feito a digitalização da peça obtida na etapa passada e a inserção da peça no programa selecionado - Adobe Illustrator.



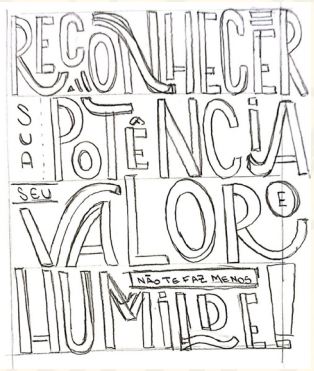


Figura 72: Frase digitalizada Cenário 02 | Assertividade de posicionamento. (Direita)
Figura 73: Frase digitalizada Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas. (Esquerda)
Fonte: Acervo da autora.

- **4º | Traçado de imagem**

Dando continuidade, a partir do sketch digitalizado, a quarta etapa consistiu em utilizar a função "traçado da imagem" na versão "tons de cinza" para vetorizar a ilustração com a maior riqueza de detalhes possível, sem perder nenhum elemento base.

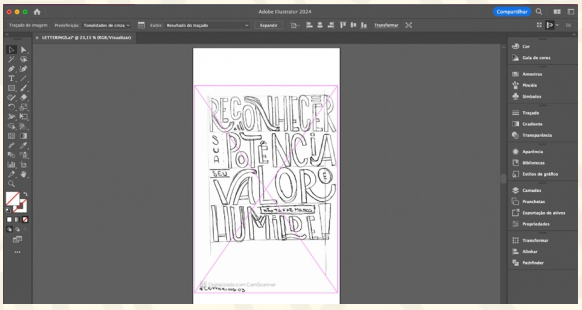


Figura 74: Traçado da frase Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 75: Traçado da frase Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.
Fonte: Acervo da autora.

- **5º | Limpeza e diagramação**

Na quinta fase do processo de ilustração, foram realizados os reajustes de posicionamento no vetor e a limpeza dos traçados obtidos, com o in-

tuito de escampar e sintetizar as composições ali presentes. Além disso, estabeleceu-se ainda o grid hierárquico de cada peça de acordo com os blocos espaciais trabalhados no rascunho e daqueles elementos identificados na primeira etapa da metodologia assentada.

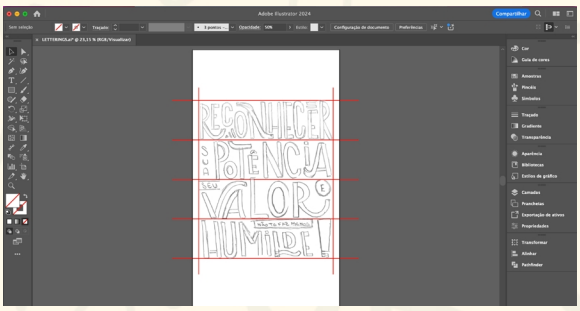


Figura 76: Grid hierárquico Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.

Fonte: Acervo da autora.

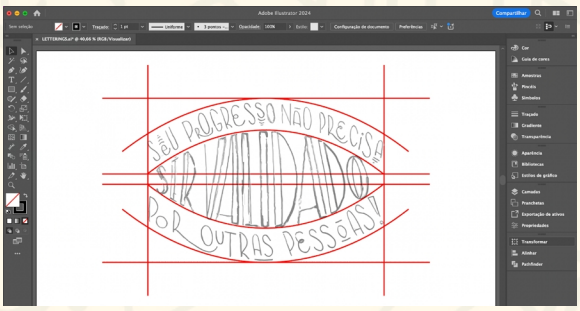


Figura 77: Grid hierárquico Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.

Fonte: Acervo da autora.

- **6° | Traçado manual**

Para traçar manualmente as palavras e informações existentes na ilustração, a autora usufruiu dos benefícios da mesa digitalizadora acoplada ao Adobe Illustrator na concepção da sexta etapa. Dessa maneira, foi possível garantir autenticidade e leveza à composição, além de agregar valor ao projeto manual. Como já mencionado, o pincel selecionado para decalque apresenta características, até o momento, pertinentes ao escopo como: traçado uniforme, com três pontos e espessura arredondada.

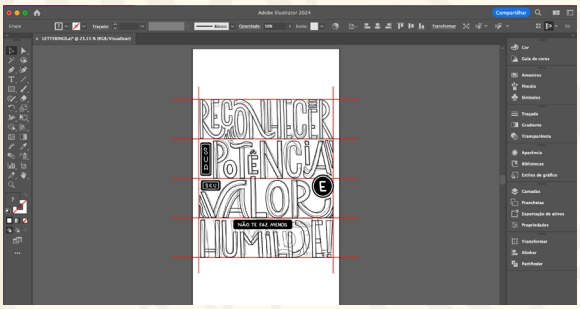


Figura 78: Traçado da frase Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.

Fonte: Acervo da autora.

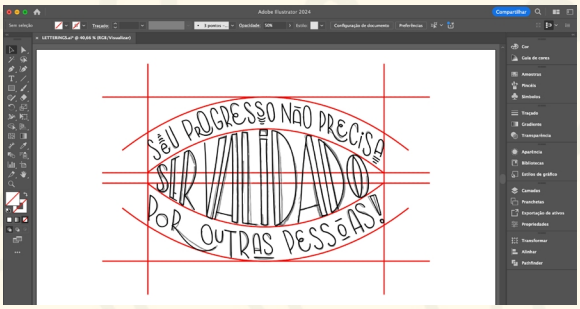


Figura 79: Traçado da frase Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.

Fonte: Acervo da autora.

- **7° | Ajustes e agrupamento**

Após realizar todos os traçados, na sétima fase do processo foi executado o ligamento dos pontos, ajuste das linhas e agrupamento das formas.

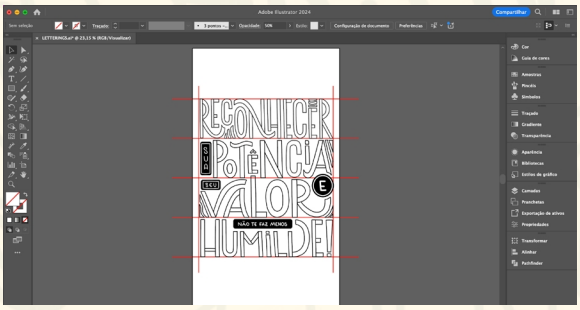


Figura 80: Agrupamento Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.

Fonte: Acervo da autora.

Tal tarefa foi essencial para moldar curvas e reparar encaixes de modo que o corpo do lettering se combinasse visualmente, com coesão e agradável ao público-alvo.

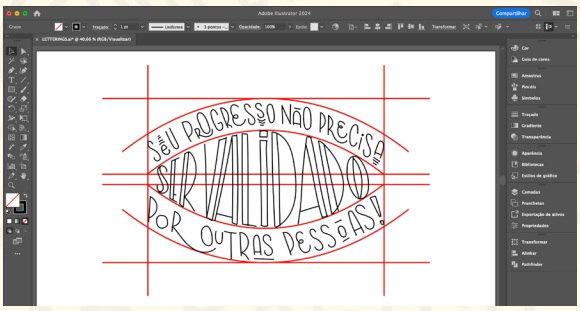


Figura 81: Agrupamento Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.

Fonte: Acervo da autora.

Apoderada de algumas criações e de toda técnica desdobrada - sistemática findada de maneira temporária, a autora recorreu ao segundo atendimento com a orientadora para mais uma revisão nos avanços da experimentação nas ilustrações. A metodologia elaborada foi bem recebida, registrando etapas funcionais e coerentes ao emprego do design como comunicador visual – com necessidade de ser continuada até a finalização das ilustrações.

Cada peça exposta recebeu as devidas considerações individuais para teste e aprimoramento da composição, de maneira que a transmissão dos sentimentos intangíveis seja verídica e perceptível aos olhos de quem vê. Assim sendo, alternativas foram encaminhadas para a fase de experimentação, contemplando também o desenvolvimento das demais frases ainda não exploradas. Dá-se que a estrutura metodológica de ilustração retoma a partir das seguintes fases:

- **8º | Refinamento**

  Dando continuidade à experimentação, na oitava etapa foram efetuadas as adaptações relevantes para cada peça, prezando pelo refinamento das criações - considerando os apontamentos levantados em atendimento. Tomou-se também a devida atenção para questões primordiais de design como legibilidade, espaçamento, hierarquia e, principalmente, ater-se ao conceito central de cada frase.



Figura 82: Refinamento da frase Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.

Fonte: Acervo da autora.

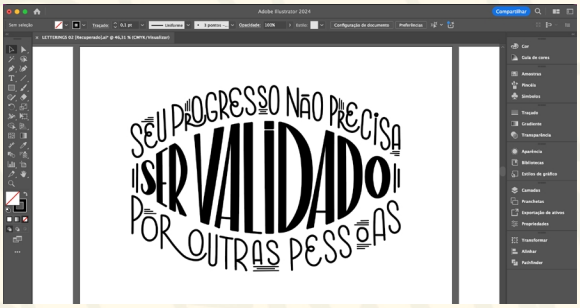


Figura 83: Refinamento da frase Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.

Fonte: Acervo da autora.

Cada peça teve seu refinamento realizado de maneira individual e particular – algumas com ajustes mais complexos, outras com pequenas modificações. Independentemente da amplitude do refinamento, é impor-

tante apontar que nesta etapa foi possível chegar na base estrutural das ilustrações, o fundamento criativo necessário para o desdobramento do material.

- **9º | Ornamentação e expansão**

A partir do corpo construído, procedeu-se para a nona fase de ornamentação das frases, trazendo alguns componentes adicionais à peça como sombreamento, textura, espessura aos traçados e detalhes decorais. Tal passo foi essencial para dar vida a composição, diferenciar a relevância de cada palavra e ainda, desenvolver o processo criativo de maneira orgânica e espontânea.



Figura 84: Ornamentação da frase Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.

Fonte: Acervo da autora.

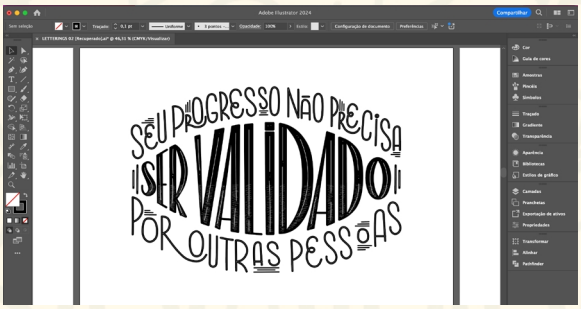


Figura 85: Ornamentação da frase Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.

Fonte: Acervo da autora.

Ainda nessa fase, após a ornamentação, aplicou-se a ferramenta "expandir aparência" do Adobe Illustrator para fixar a espessura dos traçados delimitados, transforma-los em preenchimento e para que, ao redimensionar a peça, não haja alterações na composição obtida.

- **10º | Construção do fundo e aplicação de cor**

Na décima etapa do processo de ilustração, partiu-se para construção do fundo das ilustrações. Entretanto, ficou claro que as frases poderiam adotar as cores empregadas no material e que, até então, seriam inseridas apenas na próxima fase, na formação dos elementos gráficos.

Dessa maneira, as experimentações de aplicação da paleta pré concebida foram empregadas e os resultados surpreenderam positivamente a autora. Determinou-se então que, em cada ilustração, iria se utilizar uma cor específica - a fim de delimitar visualmente a ideia central de cada cenário problemático identificado. De maneira didática e lúdica, as cores foram aplicadas individualmente em cada ilustração para facilitar a compreensão do público-alvo.

Para o fundo da ilustração, utilizou-se a cor mais clara definida como tonalidade neutra do material, deixando a atenção da espectadora para a frase em si.



Figura 86: Aplicação de cor nas frases do Cenário 02 & Cenário 03. **Fonte:** Acervo da autora.

- **11° | Elementos gráficos**

Por fim, chegou-se na décima primeira e última fase da estrutura metodológica de ilustração, a complementação com elementos gráficos. Como citado no desenvolvimento inicial, discutiu-se a possibilidade da adoção de representações da flora, especialmente da ilustração de flores – representando a diversidade e potência das mulheres, em toda sua adaptação e permanência no meio.

Tal proposta se manteve coerente com o processo, e por isso, a autora ilustrou manualmente diversas flores, criando composições distintas para diferentes empregos ao logo de todo o material. De maneira orgânica, esses elementos foram desenhados a mão livre diretamente no software Illustrator, com o auxílio da mesa digitalizadora. Assim como as cores, cada flor foi designada para um cenário específico, contribuindo assim para a distinção de cada cenário.

Além das flores trabalhando como elemento gráfico, algumas formas orgânicas auxiliaram a composição visual das ilustrações, trazendo a cor atribuída a cada peça em espécie de linha – uma analogia aos caminhos e as trajetórias de cada mulher.



Figura 87: Flores ilustradas.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 88: Formas orgânicas.
Fonte: Acervo da autora.

6.3.4 ILUSTRAÇÕES FINALIZADAS

Findado a estrutura metodológica de ilustração, obteve-se as sete frases ilustradas para os cartões destacáveis - cada uma trabalhando um cenário problemático específico - e a ilustração do título do produto socioeditorial, "Mulher, coloque-se no seu lugar!".

Além disso, a autora deste trabalho também ilustrou 22 palavras retiradas das entrevistas, para compor a segunda e terceira capa como se fosse um mar de sentimentos - informação já mencionada no tópico composição e diagramação. Segue abaixo, os resultados obtidos para as frases ilustradas:

- **Cenário 01 | Objetificação e sexualização**

  O conceito primordial abordado nessa peça eram as nuances entre a ideia de proteção e a necessidade de educação. Por isso, a autora propôs uma divisão destas possibilidades para identificação do contraste, além de chamar mais a atenção para a segunda parcela da sentença, ao desenhar uma seta na composição - indicativo de direção e sentido.



Figura 89: Ilustração finalizada Cenário 01 | Objetificação & Sexualização.
Fonte: Acervo da autora.

- **Cenário 02 | Assertividade de posicionamento**

  Para esta peça, a ideia central a ser trabalhada giravam em torno das palavras "potência" e "valor" – justificando o destaque de cor dado a elas.

Além disso, para os elementos ornamentais empregados, utilizou-se do conceito de fragmentos de um espelho quebrado, fazendo alusão as noções relativas à autoimagem e aos ideais de autovalorização.



Figura 90: Ilustração finalizada Cenário 02 | Assertividade de posicionamento. (Direita)
Fonte: Acervo da autora.

- **Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas**

No terceiro cenário, a principal ótica a ser explorada pertencia a noção de que boa parte das validações vem através do olhar, daquilo que se vê. Por esse motivo, procurou-se construir a ilustração no formato abstrato de um olho – gerando nas espectadoras uma espécie de visualidade indireta.



Figura 91: Ilustração finalizada Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas.
Fonte: Acervo da autora.

- **Cenário 04 | Invisibilização de gênero**

Já nesta peça, a principal proposta também consistia em criar uma hierarquia na composição das palavras – colocando o "respeito por si mesma" acima do "respeito pelos outros".

Ainda nessa linha de raciocínio, ampliou-se a palavra "si mesma" - colocando em caixa alta e com destaque de cor, e reduziu-se "dos outros" - para dar a ideia de algo pequeno e insignificante.



Figura 92: Ilustração finalizada Cenário 04 | Invisibilização de gênero. (Direita)
Fonte: Acervo da autora.

- **Cenário 05 | Inferiorização intelectual**



Figura 93: Ilustração finalizada Cenário 05 | Inferiorização intelectual.
Fonte: Acervo da autora.

O conceito primordial para esta peça tratava-se de enfatizar o "não é",

para que ficasse claro as leitoras que é nesta parte da frase que está a virada de chave. Outro realce necessário nesta criação estava localizado nas palavras "ideia" e "responsabilidade", associando uma à outra e indiretamente ao conceito de não ser um dever da espectadora.

- **Cenário 06 | Subordinação indevida**

Nesta frase, explana-se a ideologia de não aceitar o silenciamento, dando ressalte a palavra "não" e realizando a aplicação de cor nas palavras "ficar quieta" - que se encontram em formato abstrato de auto falante, analogia a criar barulho.

Além disso, a palavra "confortável" também recebe a aplicação de cor, porém chamando a atenção para a antítese ali presente – o conceito de conforto sendo traduzido em uma composição visualmente limitada.



Figura 94: Ilustração finalizada Cenário 06 | Subordinação indevida. (Direita)
Fonte: Acervo da autora.

- **Cenário 07 | Etarismo**

Por último, para a sétima frase, optou-se por trabalhar as palavras "muito jovem" e "velha demais" de uma forma que pudesse se ler também "muito velha" e "jovem demais" - fazendo uma analogia que, independentemente da leitura, a situação se dá da mesma maneira.

Além disso, a utilização de caixa alta em "homem" e "idade" trazem a atenção do leitor para a palavra "perfeita" - escrita no modelo manuscrito e delicado.



Figura 95: Ilustração finalizada Cenário 07 | Etarismo. **Fonte:** Acervo da autora.

A metodologia empregada na ilustração do título se desenvolveu de maneira idêntica àquela utilizada nas frases. Já para ilustração da segunda e terceira capa, apenas a aplicação das flores como elemento gráfico que não foi efetuada – pois o objetivo da composição era expandir as palavras por todas as páginas. Apresenta-se, portanto, tais ilustrações:



Figura 96: Quarta capa com elementos gráficos.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 97: Primeira capa com título ilustrado.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 98: Palavras ilustradas para segunda e terceira capa.
Fonte: Acervo da autora.

VERIFICAÇÃO E SOLUÇÃO

7. APURAÇÕES FINAIS

As soluções do projeto socioeditorial foram verificadas através da montagem do corpo do material no software de editoração Adobe Indesign, para assim obter o produto final. Nesta etapa, foi possível observar como o projeto funcionará para a execução da impressão e ainda, delimitar as necessidades e solicitação plausíveis para o procedimento gráfico.

7.1 MONTAGEM NO INDESIGN

Para conectar todo os elementos gerados no processo discorrido acima – a concepção do projeto editorial às ilustrações produzidas – realizou-se a montagem do livro de folhas soltas no Adobe Indesign. Tal software foi uma excelente alternativa para a construção do material, uma vez que ele é destinado a concepção dos produtos de design que requerem diagramação, organização de páginas e editoração eletrônica. Além disso, por fazer parte dos programas da Abobe, toda portabilidade das ilustrações e ativos gerados no Illustrator foram realizadas de maneira produtiva e com alta resolução.

Assim sendo, a montagem foi segregada em dois arquivos: capa e miolo. A criação de documentos distintos é essencial para que a impressão seja feita de maneira independente – utilizando papéis de gramaturas diferentes, e para que o projeto esteja organizado na sequência adequada. Desta maneira, o arquivo das capas se desenhou da seguinte maneira:



Figura 99: Primeira capa no Indesign.

Fonte: Acervo da autora.

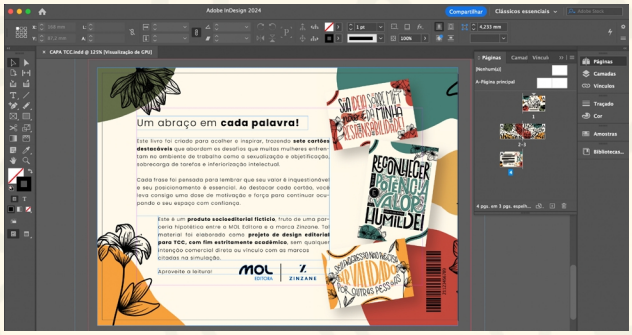


Figura 100: Quarta capa no Indesign.

Fonte: Acervo da autora.

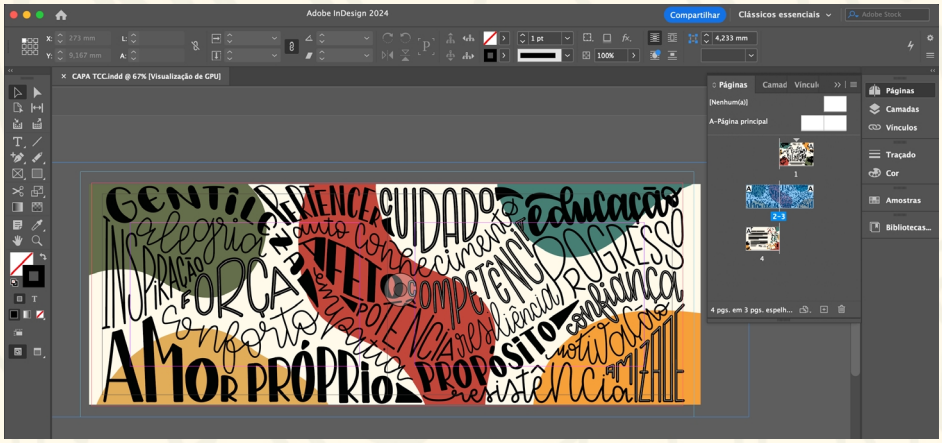


Figura 101: Segunda e terceira capa no Indesign.

Fonte: Acervo da autora.

Para a montagem do miolo, buscou-se estruturar as páginas de maneira com que os cartões destacáveis ficassem intercalados entre as ilustrações na horizontal e aquelas que são na vertical. Portanto, têm-se:

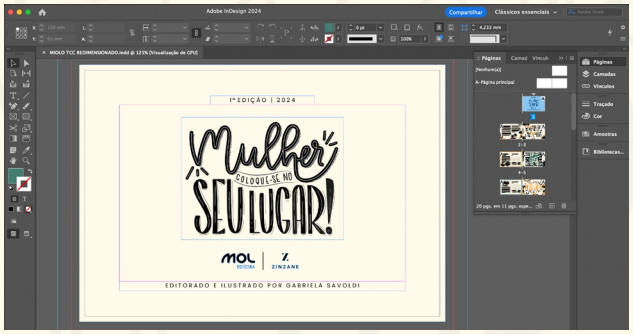


Figura 102: Folha de rosto no Indesign.
Fonte: Acervo da autora.

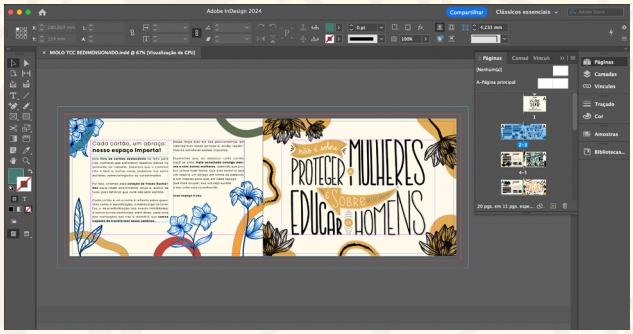


Figura 103: Apresentação e primeira ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

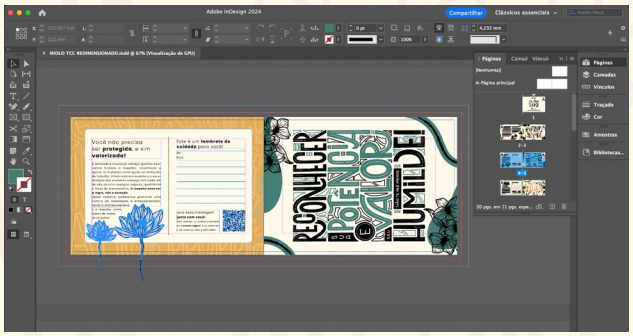


Figura 104: Verso da primeira ilustração e segunda ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

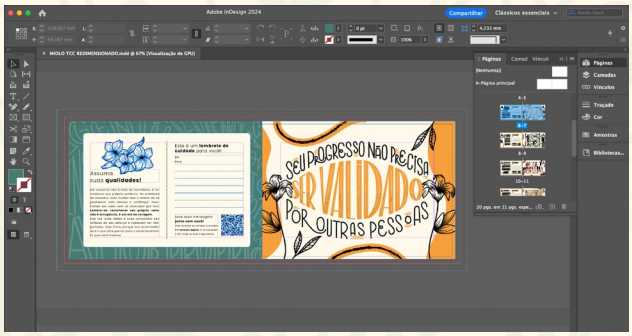


Figura 105: Verso da segunda ilustração e terceira ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

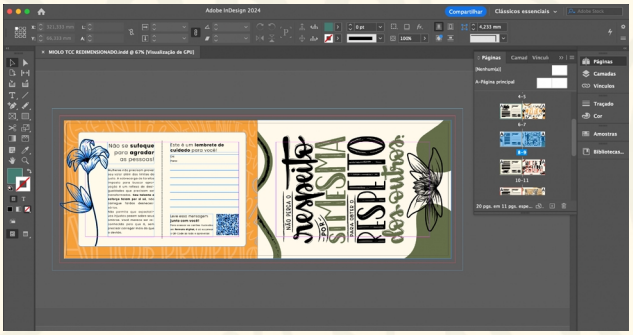


Figura 106: Verso da terceira ilustração e quarta ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

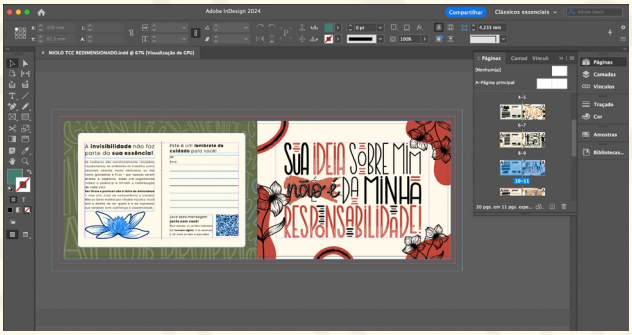


Figura 107: Verso da quarta ilustração e quinta ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

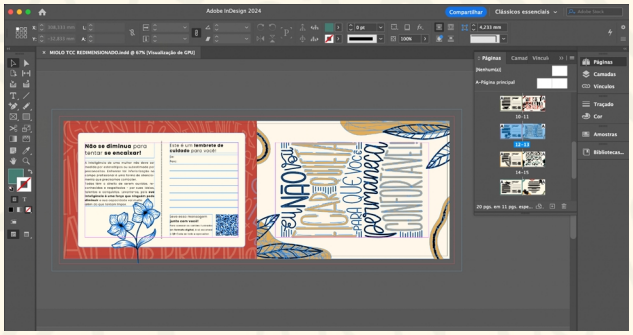


Figura 108: Verso da quinta ilustração e sexta ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

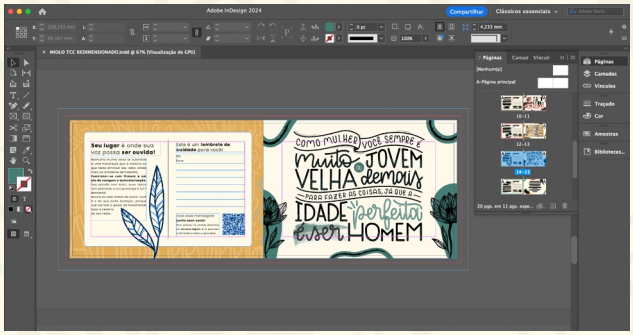


Figura 109: Verso da sexta ilustração e sétima ilustração no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

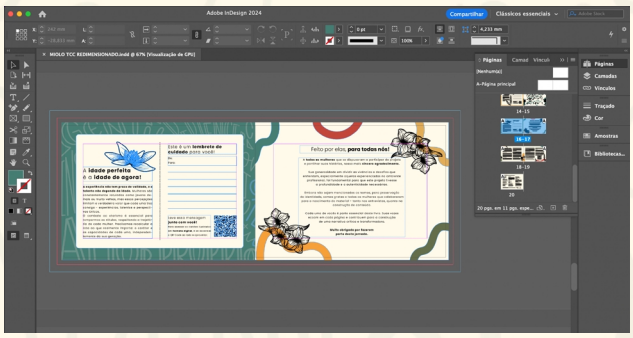


Figura 110: Verso da sétima ilustração e agradecimentos no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

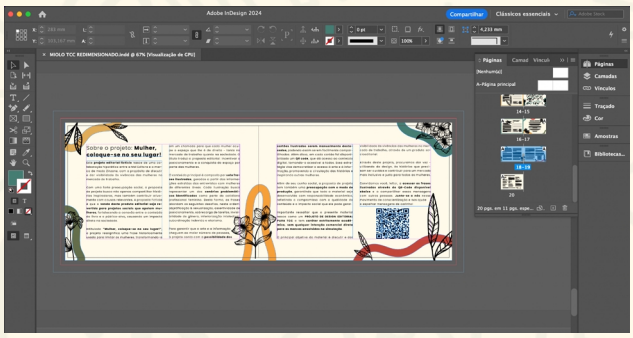


Figura 111: Informações sobre o processo de concepção no Indesign. **Fonte:** Acervo da autora.

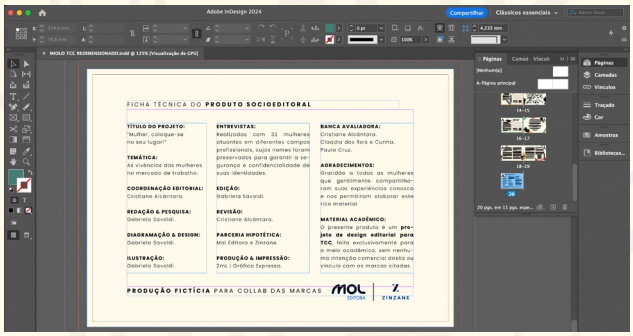


Figura 112: Ficha técnica no Indesign.
Fonte: Acervo da autora.

8. PRODUTO SOCIOEDITORIAL ALCANÇADO

De acordo com as verificações realizadas e soluções findadas no tópico anterior, obteve-se o produto socioeditorial desejado, que pode ser produtivamente executado – com exatidão das informações e conteúdos ali presentes. Portanto, para expor o livro social de folhas soltas, em sua extensão física, a todos que realizarem a leitura deste caderno de pesquisa, realizar-se-á dois modelos de apresentação do material: os mockups digitais e os registros do livro impresso.

8.1 MOCKUPS DIGITAIS

Os mockups digitais do livro de folhas soltas foram gerados para facilitar a visualização do projeto socioeditorial, uma vez que este se apresenta apenas na versão física impressa.

Assim sendo, sucede-se as imagens do produto a seguir:



Figura 113: Mockup primeira capa do livro social.
Fonte: Acervo da autora.



Figura 114: Mockup primeira capa do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 115: Mockup quarta capa do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 116: Mockup primeira e quarta capa do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 117: Mockup folha de rosto do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 118: Mockup página de apresentação do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 119: Mockup primeira ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 120: Mockup segunda ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 121: Mockup terceira ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 122: Mockup quarta ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 123: Mockup quinta ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 124: Mockup sexta ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 125: Mockup sexta ilustração do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 126: Mockup nota de agradecimento do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 127: Mockup página sobre processo de concepção do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 128: Mockup ficha técnica do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 129: Mockup cartões destacados do livro social. **Fonte:** Acervo da autora.

8.2 LIVRO IMPRESSO

O livro de folhas soltas teve sua primeira versão prosperamente rodada na gráfica expressa 2ML - especializada em impressão editorial, na cidade de Uberlândia. Ao analisar o produto, a autora e sua orientadora, tomaram como positivo os resultados obtidos, possibilitando assim a decisão de imprimir mais duas cópias do material. Todos as dimensões, cores e materiais selecionados para a impressão foram executados como o planejado – 130mm de largura por 90mm de altura, papel couchê 300g na capa, sulfite 180g no miolo do produto, todas as páginas coloridas, sem sobrecapa, no estilo canoa e com união através de dois grampos.

Portanto, a fim de apresentar o livro impresso neste documento, preparou-se um vídeo de exposição manipulando o produto socioeditorial. Para assisti-lo, basta clicar no botão abaixo "vídeo" para acessar o conteúdo audiovisual na íntegra. Além disso, alguns registros fotográficos foram feitos para exibir rigorosamente todos os detalhes do material em formato impresso.

ACESSE O VÍDEO DO LIVRO CLICANDO AQUI!



Figura 130: Primeira capa do livro social de folhas soltas impresso.

Fonte: Acervo da autora.



Figura 130: Quarta capa do livro social de folhas soltas impresso.

Fonte: Acervo da autora.



Figura 132: Livro social de folhas soltas impresso. **Fonte:** Acervo da autora.

Figura 133: Cartões destacáveis do livro social de folhas soltas impresso. **Fonte:** Acervo da autora.



Figura 134: Folha de rosto livro social de folhas soltas impresso. **Fonte:** Acervo da autora.

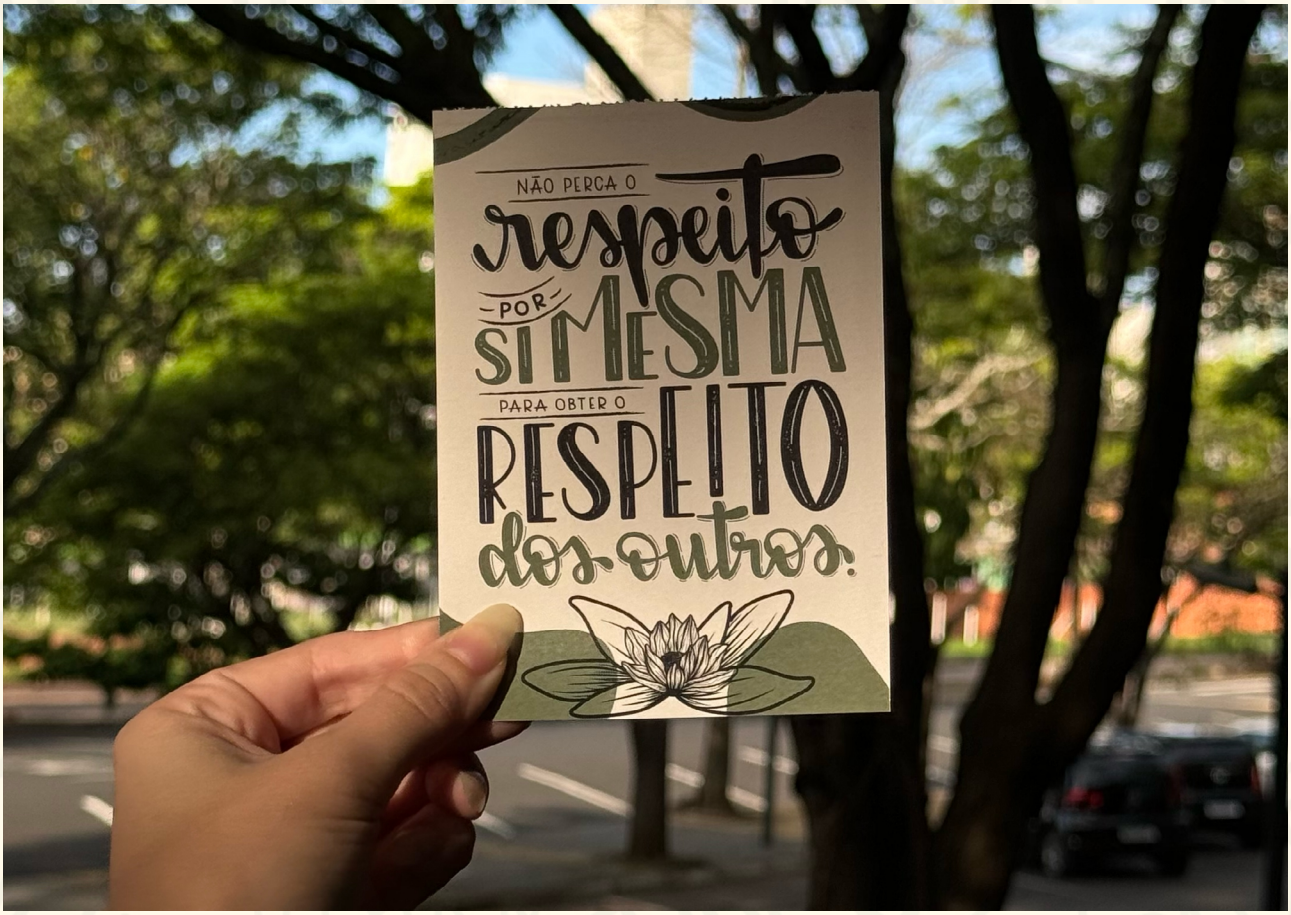


Figura 128: Cartão destacável livro social de folhas soltas impresso. **Fonte:** Acervo da autora.

9. CONCLUSÃO

O presente trabalho levantou como meta discutir os limiares que cercam os campos da arte e do design, ao apossar-se da ilustração digital como ferramenta de comunicação social – especialmente no desenvolvimento de produtos socioeditoriais. Neste sentido, as principais questões levantadas como objeto de estudo foram: a ilustração pode ser um artifício de design capaz e potente para atender demandas sociais? Será possível responder as necessidades das mulheres no mercado de trabalho por meio de um produto editorial?

Através do processo de pesquisa e análise, pode-se delimitar a trajetória histórica do design, emergido durante a revolução industrial, como área independente às artes plásticas - mesmo que estes tenham se cruzado em diversos momentos. Além disso, trilhou-se um caminho pela conceituação do que é considerado um produto de design e qual seu principal objetivo – atender as demandas e necessidades sociais. Perpassou-se pelos recortes femininos histórico-sociais e por algumas das figuras femininas relevantes dentro do design para contextualizar a temática abordada. E, para fechar o capítulo, a análise de similares e o público-alvo foram beneficamente concebidos para direcionar o canal de atuação do design socioeditorial.

No desenvolvimento da criatividade & experimentações, admitiu-se o levantamento de um briefing hipotético para direcionamento do projeto de pesquisa. Dessa forma, desenhou-se todo o processo de criação, tanto do projeto editorial quanto das ilustrações. Os resultados obtidos foram positivamente visualizados como capazes de atender a demanda de design levantada, através do uso da ilustração digital como ferramenta de comunicação social na construção de produtos editorais.

A peça obtida em versão física e impressa, durante a etapa de verificação e solução, obteve êxito na produção gráfica e nas expectativas esperadas - reiterando, mais uma vez, as possibilidades de emprego da ilustração para responder tais demandas. Reforça-se que, a etapa de aplicação do questionário e todo o exercício da estrutura metodológica de ilustração foram processos indispensáveis para a autora que, além de merecerem o devido ressalte, contribuíram fortemente para obtenção do produto com tamanha precisão e clareza.

Findando o projeto, com muita alegria, a autora deixa claro que tal projeto socioeditorial – apesar de produzido estritamente para fins acadêmicos ao se vincular hipoteticamente à marcas reais - tem potencial para ser expandido e desmembrado em outros produtos de design voltados para as mulheres no mercado, ou até mesmo, para outras temáticas sociais que também necessitam da devida atenção. Espera-se que possamos expandir todo o conhecimento e técnicas adquiridas para exercício do design em benefício da sociedade.

REFERÊNCIAS

10. BIBLIOGRAFIA

SNIKER, Tomas Guner. O diálogo entre o design e a arte na sociedade de consumo: do uso ao valor de seleção. São Paulo - SP, 2009.

MOREIRA, Valter do Carmo. Arte e Ilustração. Londrina - PR: Editora e distribuidora educacional S.A., 2018.

11. SIMILARES ANALISADOS

BRANCO, Dilson. Por uma vida mais colorida: 30 cartões destacáveis com mensagens de autoestima e diversidade para quem ama moda. 1ª ed. São Paulo – SP: Editora Mol | C&A, 2023.

BRANCO, Dilson. O que eu aprendi até agora: 50 conselhos inspiradores de quem já viveu mais de 50 anos. 1ª ed. São Paulo – SP: Editora Mol | Drogasil, 2019.

BRANCO, Dilson. Sabedoria de mãe. 1ª ed. São Paulo – SP: Editora Mol | Pernambucanas, 2022.

12. FRASES ILUSTRADAS

“Não é sobre proteger as mulheres. É sobre educar os homens.”

- **Frase 01:** Cenário 01 | Objetificação & Sexualização.
- **Fonte:** <https://www.behance.net/gallery/38146689/Dia-Internacional-da-Mulher-Vigzul>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.

“Reconhecer sua potência e seu valor não te faz menos humilde.”

- **Frase 02:** Cenário 02 | Assertividade de posicionamento.
- **Fonte:** <https://www.instagram.com/p/C4LAcwNB0DW/?img_index=3>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.

“Seu progresso não precisa ser validado por outras pessoas.”

- **Frase 03:** Cenário 03 | Sobrecarga de tarefas - FRASE ADAPTADA.
- **Fonte:** <https://br.pinterest.com/pin/140806232484786/>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.

“Não perca o respeito por si mesma para obter o respeito dos outros.”

- **Frase 04:** Cenário 04 | Invisibilização de gênero - FRASE ADAPTADA.
- **Fonte:** <https://br.pinterest.com/pin/14566398790952107/>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.

“Sua ideia sobre mim não é da minha responsabilidade.”

- **Frase 05:** Cenário 05 | Inferiorização intelectual - FRASE ADAPTADA.
- **Fonte:** <https://br.pinterest.com/pin/773634042264732313/>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.

“Eu não vou ficar quieta para que você permaneça confortável.”

- **Frase 06:** Cenário 06 | Subordinação indevida.
- **Fonte:** Acervo da autora.

“Como mulher você sempre é muito jovem ou velha demais para fazer as coisas, já que a idade perfeita é ser homem.”

- **Frase 07:** Cenário 07 | Etarismo - FRASE ADAPTADA.
- **Fonte:** <https://thinkeva.com.br/velha-demais-jovem-demais-o-encontro-entre-genero-e-etarismo/>. **Acesso em:** 06 de maio de 2024.