

Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Patrícia Raquel Costa de Castro

Design de Comunicação como Ativismo: uma reflexão sobre a sua práxis

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Design

Orientação: Prof.^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

Vila do Conde, Dezembro de 2021

Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Patrícia Raquel Costa de Castro

Design de Comunicação como Ativismo: uma reflexão sobre a sua práxis

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Design

Orientação: Prof.^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

Vila do Conde, Dezembro de 2021

Patrícia Raquel Costa de Castro

Design de Comunicação como Ativismo: uma reflexão sobre a sua práxis

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Design

Membros do Júri

Presidente

Prof.^a Doutora Ana Rita Montinho Coelho

Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof.^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof.^a Doutora Ana Filomena Curralo Gonçalves

Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Vila do Conde, Dezembro de 2021

Aos meus avós.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Prof^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes, por toda a paciência, compreensão e auxílio nesta incrível e desafiante viagem.

À minha família por todas as palavras de conforto e pela confiança depositada em mim desde o início.

Obrigada a todos.

Por tudo.

RESUMO ANALÍTICO

A presente dissertação visa fazer uma reflexão sobre as práticas do design em contexto ativista, explicando a importância do design gráfico ativista numa sociedade, assim como compreender o seu processo de análise e o modo como é aplicado em momentos de resistência e protesto.

Com o objetivo principal de entender a sua praxis, foram investigados momentos ativistas dentro do design, percebendo como é que foram abordados e a sua atitude perante um momento de resistência ao *status quo* presente nas determinadas épocas em que se inserem. Foi realizada uma revisão da literatura sobre o ativismo em contexto de design e estudados momentos de resistência marcantes na história, tanto em Portugal como por todo o mundo, focando-se em problemáticas distintas, que conferem elementos comuns.

Após uma análise destes elementos, foi criada uma tabela comparativa sobre os movimentos estudados, com o propósito de entender os elementos partilhados entre cada um deles, explicando quais os recursos do design ativista aplicados.

Palavras-chave: design ativista; protesto; resistência; design de comunicação; sociedade.

ABSTRACT

The present dissertation reflects on design practices in an activist context, explaining the importance of graphic design activism in society, as well as understanding its analysis process and the way it is provided in moments of resistance and protest.

With the main objective of understanding their praxis, activist moments within design were investigated, realizing how they were detected and their attitude towards a moment of resistance to the status quo present in certain times in which they operate. A literature review on activism in the context of design was carried out and moments of resistance marked in history both in Portugal and throughout the world were studied, focusing on distinct issues that provide common elements.

After an analysis of these elements, a comparative table about the social movements previously studied, with the purpose of understanding the elements shared between each one of them, explaining the resources applied in design activism.

Keywords: design activism; protest; resistance; communication design, society.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	11
1.1.	OBJETIVOS.....	12
1.2.	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	12
1.3.	METODOLOGIAS APLICADAS.....	13
2.	ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	14
2.1.	DESIGN.....	14
2.1.1.	Definição de Design de Comunicação.....	14
2.1.2.	Definição de Ativismo.....	15
2.1.3.	Definição de Design no contexto da narrativa ativista.....	16
2.2.	HISTÓRIA DO ATIVISMO NO DESIGN.....	21
2.2.1.	Hannes Meyer - “Requisitos populares em vez de requisitos de luxo”.....	22
2.2.2.	First Things First - manifesto para designers gráficos.....	24
2.2.3.	Maio de 1968 e o Atelier Populaire.....	26
3.	ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DE DESIGN ATIVISTA.....	31
3.1.	DORI TUNSTALL: SEVEN PRINCIPLES OF DESIGNING CONDITIONS FOR COMMUNITY SELF-DETERMINATION.....	31
3.2.	UDAY DANDAVATE: A MODEL FOR DESIGN AS ACTIVISM.....	33
3.3.	KELLY ANN MCKERCHER: DOING CO-DESIGN FOR REAL.....	35
4.	DESIGN COMO ATIVISMO AO LONGO DOS SÉCULOS XX E XXI.....	41
4.1.	MOVIMENTOS SOCIAIS NO MUNDO.....	41
4.1.1.	I Am a Man.....	41
4.1.2.	I MARCH FOR.....	46
4.1.3.	The Raised Fist.....	47
4.1.4.	Black Lives Matter.....	51
4.1.5.	For All Womankind.....	53
4.1.6.	Silence = Death:.....	54
4.1.7.	Occupy Wall Street.....	58
4.1.8.	Fridays for Future.....	64
4.2.	MOVIMENTOS SOCIAIS EM PORTUGAL.....	68
4.2.1.	25 de Abril – Revolução dos Cravos.....	68
4.2.2.	Geração Rasca.....	73
4.2.3.	Geração à Rasca.....	74
4.2.4.	Que Se Lixe a Troika.....	75
5.	ANÁLISE COMPARATIVA DOS MOVIMENTOS SOCIAIS.....	79
6.	CONCLUSÃO.....	81
7.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
	ANEXOS.....	89

Lista de ilustrações

Figura 1 - Exposição People's Apartments (1929)	24
Figura 2 - Manifesto First Things First (1964)	25
Figura 3 - Manifesto First Things First (2000)	26
Figura 4 - Slogan dos protestos de Maio de 1968	27
Figura 5 - Cartaz de Protesto de Maio, Atelier Populaire (1968)	29
Figura 6 - Cartaz de Protesto de Maio, Atelier Populaire (1968)	29
Figura 7 - Cartaz da Taller de Gráfica Popular (1968).....	30
Figura 8 - Martin Luther King no Protesto I AM A MAN.....	42
Figura 9 - Manifestação I AM A Man (1968).....	43
Figura 10 - Am I Not a Man and a Brother? - Josiah Wedgwood (1787)	43
Figura 11 - Honor King: End Racism e Union Justice Now! - Memphis (1968)	44
Figura 12 - Cartaz Je Suis Charlie (2015)	45
Figura 13 - Protestos Je Suis Charlie (2015)	45
Figura 14 - I March For - Dome Collective (2017)	46
Figura 15 - Not This Pussy - Dome Collective (2017)	47
Figura 16 - Tommie Smith e John Carlos Jogos Olímpicos 1968.....	48
Figura 17 - Símbolo Red Front Fighters (1926)	49
Figura 18 - Membros da Frente Popular Anti-Nazi (1928).....	49
Figura 19 - Mulheres desfilam em frente ao consolado Alemão em Nova Iorque (1928).....	50
Figura 20 - Protestos Black Power (1968)	51
Figura 21 - Cartaz BLM nos Protestos em Ferguson (2014)	52
Figura 22 - Emoji The Raised Fist (2015).....	52
Figura 23 - Protestos Black Lives Matter (2020).....	53
Figura 24 - For All Womankind, Dave Pardue (2017)	54
Figura 25 - Identificação de prisioneiro homossexual nos campos de concentração Nazi (s.d).....	56
Figura 26 - Silence=Death - Avram Finkelstein, Brian Howard, Oliver Johnston, Charles Kreloff, Chris Lione, and Jorge Soccarás (1986)	57
Figura 27 - Silence=Death=vote! Avram Finkelstein, Brian Howard, Oliver Johnston, Charles Kreloff, Chris Lione, and Jorge Soccarás (1986)	58
Figura 28 - Protestos Occupy Wall Street (2011)	59
Figura 29 - Cartaz Occupy Wall Street - AdBusters (2011)	60
Figura 30 - Occupy Wall Street, Jack Levitas (2011).....	62
Figura 31 - Chelsea Elliot, TIME Magazine (2011)	62
Figura 32 - Lost My Job, Found and Occupation, Jay Shells & Philipp Winn (2011).....	63
Figura 33 - 99% Fed Up! (because the) 1% F'D Up! Jay Shells & Philipp Winn (2011).....	63
Figura 34 - Occupy London (2011).....	64
Figura 35 - Harry Butt & Noga Levy-Rapoport: Fridays for Future (2019)	66
Figura 36 - Axel Lagerborg & Anna Taylor: Fridays for Future (2019)	66
Figura 37 - Lena Manger & Rosie Smart-Knight: Fridays for Future (2019)	67
Figura 38 - Will Knight & George Bond: Fridays for Future (2019)	67
Figura 39 - Indiana Lawrence & Lottie Tellyn: Fridays for Future (2019)	68
Figura 40 - Soldados durante a Revolução dos Cravos (1974).....	69
Figura 41 - Mural 48 Artistas - 48 anos de fascismo (1974).....	70
Figura 42 - MFA Povo/Povo-MFA, João Abel Manta (1974)	71
Figura 43 - Com a Revolução - Pela Cultura, Justino Alves e M. George (1975).....	72
Figura 44 - Emigrante: Unidos Venceremos, Armando Alves (1975)	72
Figura 45 - Murais do pós 25 de Abril (1975).....	73
Figura 46 - Manifestação Geração Rasca. Luís Ramos (1994).....	74

<i>Figura 47 - Cartazes e faixas de protesto durante a manifestação "Geração à Rasca" (2011)</i>	74
<i>Figura 48 - Cartazes para a convocação da manifestação de 2 de Março, Que Se Lixe a Troika (2013)</i>	76
<i>Figura 49 - Manifestações "Que Se Lixe a Troika", Lisboa e Porto (2013)</i>	77
<i>Figura 50 - Cartazes recolhidos após protesto de 2 de Março (2013)</i>	77
<i>Figura 51 - Mulher grita slogans contra a austeridade enquanto segura cravos vermelhos (2013)</i> .	78

Lista de Tabelas:

<i>Tabela 1 - Ann Thorpe, Defining Design as Activism (2011)</i>	19
<i>Tabela 2 - Tabela cronológica da história do ativismo no design</i>	21
<i>Tabela 3 - McKercher - Beyond Sticky Notes (2020)</i>	38
<i>Tabela 4 - Tabela comparativa para método de análise</i>	39
<i>Tabela 5 - Tabela comparativa dos movimentos sociais do século XX e XXI</i>	79

1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, o entusiasmo com que ativistas promovem a mudança social, tende a minimizar o seu impacto: em vez de serem admirados pela sua determinação em abordar questões sociais, as pessoas tendem a associar o ativismo a estereótipos negativos (Bashir, Lockwood, Chasteen, Nadolny, & Noyes, 2013). Existe um estigma, onde se assume que os ativistas que resistem e protestam, estão apenas a chamar a atenção para um problema, mas que nada fazem para que este seja alterado. No entanto, o ativismo, como ação e conceito, deve ser considerado como uma forma de parar e/ou prevenir que algo aconteça, chamando a atenção para as alterações necessárias e revelando as fragilidades e desigualdades do quotidiano. O problema não reside propriamente nos ativistas e no ativismo em si, mas sim na ligação à população em geral que, apesar de entender a mensagem, nem sempre a assume como uma chamada à mudança do seu comportamento relativamente a essa problemática (Jordan, 2002).

Os designers praticam uma diferente forma de ativismo. Criam algo com o objetivo de mudar um comportamento, mas também de originar uma alternativa positiva de mudança. O ativismo dentro da disciplina do design assume-se mais como uma forma de entender melhor o problema, do que agir de forma rápida e criar uma resposta simples e direta. Diagnosticar o problema é tão ou mais importante quanto promover uma solução, mas ambos contribuem para a criação de poder e para a realização de uma mudança (Thorpe, 2014).

A comunicação visual existe para compreender como é possível afetar as pessoas na absorção da mensagem. Frascara (1997) e Bonsiepe (2011) mostram que é necessário criar mensagens indiscriminatórias, atrativas, compreensíveis e convenientes para se destacarem num aglomerado de informação. A mensagem não existe apenas para chamar a atenção do público, mas também para a fortalecer. Frascara (1997) explica que estas devem ser construídas a partir do conhecimento da perceção visual e do sistema de valores culturais do público a que se dirigem. Por sua vez, Bonsiepe (2011) chama a atenção para a importância da atitude humanista no exercício das atividades do design, com o intuito de interpretar a necessidade de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefactos instrumentais e artefactos semióticos.

Elementos gráficos bem-sucedidos podem transmitir mensagens poderosas que ressoam através de gerações, remetendo a períodos históricos, criando assim uma história visual do processo que as sociedades fazem contra o abuso de poder ou de situações de injustiça (Novin, 2012).

1.1. Objetivos

Esta dissertação tem como objetivo principal, entender o modo como o design atua em contexto ativista. Analisar esses contextos e procurar compreender as origens de manifestações gráficas, procurando descortinar características de semelhança entre diversas ações ativistas. Traçar um retrato sobre elementos funcionais para o design ativista, procurando elaborar considerações futuras para o papel do design em contextos ativistas, apresentando elementos comuns que possam ser considerados em situações de protesto. Ao mesmo tempo, entender de que forma é que a unidade gráfica é relevante no papel do sistema gráfico de um movimento social.

Desta forma, foram estabelecidos cinco objetivos distintos a que nos propomos responder ao longo desta dissertação.

1. Expor os conceitos de ativismo no design;
2. Compreensão da importância do design gráfico ativista na sociedade;
3. Explicar como a praxis do design se encontra aplicada em momentos ativistas.
4. Analisar conteúdos e exemplos face à análise dos princípios do design ativista apresentados por Dori Tunstall, Uday Dandavate e Kelly Ann McKercher
5. Entender de que forma uma unidade gráfica pode ser relevante na passagem de uma mensagem à sociedade.

1.2. Estrutura da dissertação

A dissertação encontra-se dividida em três partes que consistem no seu enquadramento teórico, estudo de casos e sua análise.

No enquadramento teórico, apresentam-se as definições de design e ativismo por forma a perceber as várias definições dos mesmos e como estas se encontram

relacionadas. Seguidamente, é apresentado o contexto do ativismo no design, expondo os casos de Hannes Meyer no tempo da escola Bauhaus em Dessau, o de Ken Garland, com o manifesto *First Things First* no ano de 1964, e por último, o movimento de Maio de 1968 e o *Atelier Populaire*. Sucessivamente, são indicados os princípios de design ativista apresentado por Dori Tunstall, Uday Dandavate e Kelly Ann McKercher, fazendo uma análise comparativa com vários momentos da história, com o objetivo de traçar uma análise que permita uma reflexão sobre o design de comunicação aplicado ao ativismo.

Num ponto seguinte, são apresentados vários movimentos ativistas tanto em Portugal, como por todo o mundo, sendo aqui abordadas várias problemáticas. Seguidamente, será apresentada uma proposta de método de análise procurando criar pontes para manifestações futuras.

A conclusão, última parte da dissertação, irá descrever os resultados obtidos durante todo o processo de análise decorrido durante a elaboração desta dissertação.

1.3. Metodologias Aplicadas

Por toda a extensão da presente dissertação são aplicadas diferentes metodologias, podendo estas ser utilizadas várias vezes, em momentos diferentes na sua conceção. No enquadramento teórico podemos encontrar toda a componente científica da investigação. De forma a atingir o objetivo final, foi realizada uma revisão da literatura em livros e artigos científicos relevantes na área de investigação.

Foram realizados estudos de caso de elementos gráficos utilizados em movimentos ativistas em diferentes épocas e lugares, com a finalidade de compreender de que forma é que um elemento gráfico se torna relevante num movimento ativista.

Com a aplicação das metodologias de investigação apresentadas, é possível criar um conteúdo seguro e estruturado com o objetivo de obter uma dissertação devidamente fundamentada, respondendo a questões pertinentes sobre a evolução das representações visuais no ativismo e a possível consolidação como sistema gráfico entre os séculos XX e XXI. Cada vez que estas forem utilizadas, serão pronunciadas ao longo do documento.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. Design

2.1.1. Definição de Design de Comunicação

Por design de comunicação, compreende-se a criação de um objeto gráfico. Kalman (1991, p. 51) propõe uma definição abrangente de Design de Comunicação. Explica que é “um meio de comunicação” que consiste no “uso de palavras e imagens em mais ou menos tudo, mais ou menos em todo o lado”¹. Porém, Frascara (2006, p. 20) apresenta-nos outro ponto de vista, defendendo o design enquanto “a atividade que organiza a comunicação visual nas sociedades, a tecnologia utilizada para a sua implementação e o seu impacto social”².

Consequentemente, a utilização das características mencionadas, introduz-nos à designação do design de comunicação apresentado por Drucker e McVarish (2009). Ambas dividem o design gráfico em cinco conceitos distintos: profissão, tecnologia, estilo, atitude e condições culturais e artefactos gráficos.

Drucker e McVarish (2009) explicam pelo tópico profissão, uma união de diversos aspetos culturais inseridos nas exigências declaradas pelo cliente. Por tecnologia, que esta surge através dos novos processos tecnológicos e diferentes estéticas dos trabalhos que precisam de ser modificadas para se adaptar a um novo processo contemporâneo. Expõem também que, na história do design de comunicação, existem vários períodos experimentais em que a introdução de uma nova técnica leva, consequentemente, a modificações na estética dos objetos produzidos. Como estilo, associa-se o resultado final, englobado na cultura em que este se encontra inserido. A sua caracterização diverge consoante a sua localização espacial e temporal. As autoras explicam que, as atitudes e as condições culturais são um elemento relevante do design de comunicação uma vez que estão profundamente associados à sociedade em que se inserem, assim

¹ Tradução livre de “a medium...means of communication” consisting of in “the use of words and images on everything, more or less everyone”.

² Tradução livre de: “...viewed only from an aesthetic perspective, without enough consideration for communication and social significance. Surely aesthetics is important but is by no means the sole measure for quality.”

como as suas limitações, sendo influenciadas por questões políticas, económicas e sociais. Relativamente aos artefactos gráficos, estes são considerados a forma como o designer de comunicação usa a informação de forma diligente, destacando-a de todas as outras, produzindo essa mensagem simples ou complexa de uma forma intencional. É importante referir que, apesar destes artefactos gráficos terem um aspeto simples e natural, constituem uma troca de informação entre grupos e entidades e o seu significado é construído e não transmitido. A comunicação é assim um sistema dinâmico e a tecnologia não é determinante na passagem da mensagem. Drucker e McVarish (2009).

Deste modo, suportado por esta definição, pode concluir-se que o design de comunicação pode ter uma série de significados dependendo do elemento em que está inserido. Sendo assim, nenhum objeto gráfico pode ser considerado único, uma vez que todas as expressões culturais em que participa servem interesses específicos da sociedade em que está inserido. Pode ser assim considerado um sistema dinâmico.

2.1.2. Definição de Ativismo

Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa, ativismo é a “doutrina que defende a participação ativa da vida política e social³”. Porém, este significado pode ser explorado e interpretado segundo uma vertente mais específica. Fuad-Luke (2009) explica-nos que a definição de ativismo é bastante ampla e que à medida que a economia industrial e as sociedades concorrentes se transformam em sociedades “pós-industriais”, de consumo e conhecimento, as expressões desta definição assumem formas mais pluralistas. Todos os ativistas têm como objetivo aplicar mudanças que favoreçam a sua visão do mundo. Essa mudança envolve uma transformação do sistema, do seu público-alvo ou grupos sociais, mas também envolve a transformação dos ativistas enquanto indivíduos. Ambas as transformações podem ser incorporadas na definição de ativismo enquanto expressão em constante renovação. Segundo Fuad-Luke (2009, p. 6) “ativismo é...realizar ações para catalisar, encorajar ou provocar mudanças, com o objetivo de criar transformações sociais, culturais e/ou políticas. Pode também envolver a transformação dos ativistas individuais⁴”

³ Dicionário Escolar da Língua Portuguesa, 2016, Porto, Porto Editora

⁴ Tradução livre de “Activism is about ... taking actions to catalyse, encourage or bring about change, in order to elicit social, cultural and/or political transformations. It can also involve transformation of the individual activists.”

Com isto, pode concluir-se que o termo ativismo é dinâmico enquanto expressão, podendo a sua definição ser alterada consoante a época e sistema em que está inserido, podendo sofrer alterações com as mudanças de pensamento dos indivíduos enquanto participantes numa sociedade.

2.1.3. Definição de Design no contexto da narrativa ativista

Tal como mencionado anteriormente no ponto “Definição de Ativismo”, esta é uma atividade que implica o envolvimento ativo do indivíduo em questões sociais e políticas. Contudo, dentro do design, este significado ganha outros contornos que aqui se pretende desenvolver. O ativismo no design envolve a realização de reivindicações que implicam mudanças em nome de um grupo injustiçado, excluído ou negligenciado (Thorpe, 2011)

Jordan (2002) descreve o ativismo como sendo um empreendimento moral porque procura apresentar uma visão para uma sociedade melhor. Esta declaração faz-nos questionar então, se todo o design será ativista ou não. O interesse do design com o objetivo de criar um impacto social cresce gradualmente de ano para ano, mas o que é que o torna relevante no contexto da narrativa ativista? Thorpe (2011) mostra-nos que um bom design apesar de num contexto provisório poder provocar melhorias que sejam adjacentes a todos os membros que constituem uma sociedade, de uma forma geral não constitui ativismo em nome de grupos excluídos ou negligenciados⁵.

Se definirmos o design em termos de ativismo, associando a um protesto ou resistência, estamos a assumir que em primeiro lugar, esse ativismo reclama por mudanças por meio do uso de métodos não convencionais (protestos e manifestações), especialmente a rutura de práticas reproduzidas regularmente, sistema e estruturas de poder institucionalizado e, em segundo lugar, que a resistência revela publicamente o objetivo de provocar mudanças em nome de um grupo injustiçado, excluído ou negligenciado. A estes dois pontos, é associado um terceiro aspeto do ativismo que faz reivindicações por mudanças em nomes dos grupos mencionados anteriormente.

⁵ Thorpe assume o público em geral, as crianças, o género (mulheres), grupos religiosos e prisioneiros como grupos negligenciados ou excluídos.

“Projetos que abordam explicitamente as questões de cultura e poder político, que são uma reafirmação aberta da agência cultural e da dignidade, que procuram representar simbolicamente um povo anteriormente invisível, ou que têm agendas abertas para a mudança social, são por definição, únicas em quase todos os sentidos⁶.” (Findley, 2005)

Ann Thorpe (2011) explica que o design como ativismo pode ter várias interpretações em diversas áreas, como na literatura e arquitetura e, todas estas, são únicas e válidas. Enquanto profissão, o design, pode aplicar formas e atitudes ativistas através de canais convencionais (cartazes, panfletos, manifestos, petições etc) perante uma situação de desigualdade, mas, desta forma, não deixa transparecer o como este poderá trazer os seus próprios formatos e mecanismos para a noção de ativismo. Como um exemplo da atitude convencional do design em situações ativistas, Thorpe mostra-nos a associação *Architects / Designers / Panners for Social Responsibility* (anexo A) que, como forma de ativismo contra a criação de novas prisões nos Estados Unidos, criou e distribuiu petições para serem assinadas (Sperry, 2005).

Com o objetivo de mostrar o design como ferramenta mais explícita e ativa num ambiente de protesto, Thorpe (2011) apresenta-nos o exemplo do *Climate Camp Space for Change* (anexo B) quando no verão de 2006, 600 ativistas se juntaram temporariamente para um protesto em *North Yorkshire*, contra a falta de atitude do governo perante as alterações climáticas (Hickman, 2009). Aqui, o papel do design foi mais ativo, tendo sido criados uma espécie de escudos com fotografias de vários rostos que representavam a diversidade populacional presente no mundo.

Estes exemplos mostram que, efetivamente, o design tem um papel no protesto convencional, contudo, deixa-o circunscrito a este formato, não lhe dando o espaço suficiente para a criação dos seus próprios mecanismos para a noção de ativismo (Thorpe, 2011).

Outra forma como Thorpe (2011) nos explica o envolvimento do design no ativismo, é através da sua ação crítica. Esta esclarece-nos que o design crítico expõe o

⁶ Tradução livre de: “projects that explicitly take on the issue of cultural and political power, that are an overt reassertion of cultural agency and dignity, that seek to symbolically represent a formerly invisible people, ir that have overt agendas for social change are, by their very definition, unique in almost every way.”

esforço do design para a mudança e/ou o desafio no discurso cultural, em vez de criar reivindicações específicas para esta ou simplesmente reconhecê-la.

Com isto Ann Thorpe afirma que a atitude do design vai mais além dos termos básicos. Existe uma panóplia de caracterizações e significados do design ativista que se inserem em diferentes elementos no protesto convencional para criar o design orientado e crítico.

Termos como “resistência” e “protesto” podem colocar uma conotação negativa, quando associados à definição de ativismo (Lipcius, 2016). Estes termos são considerados como táticas que usam métodos não convencionais de participação política, com o objetivo de persuadir as autoridades a criar a mudança procurada pelos ativistas. Taylor e Van Dyke (2007, p. 263) sugerem que a palavra “protesto” englobe uma variedade de ações que vão desde formatos de rotina a abordagens de confronto. Estas técnicas podem ser expressas através de vários meios e os autores declaram que estas organizações de movimentos sociais são conhecidas pelo “uso estratégico de novas formas, dramáticas e não ortodoxas, não institucionalizadas de expressão política, para tentar moldar a opinião pública e pressionar aqueles que se encontram em posições de autoridade⁷”.

Thorpe considera dois elementos-chave da resistência/protesto: um método convencional e um método crítico. A primeira, como forma de mensagem revelando os problemas com o objetivo primordial de provocar uma mudança em nome de um grupo negligenciado. E em segundo, o método crítico está associado à a resistência/protesto, sendo esta uma atitude mais presente, que exige mudança por meio de métodos não convencionais, através da rutura de práticas, sistemas e estruturas de poder institucionalizado. Destes dois métodos a autora retira quatro critérios básicos para a definição de design no ativismo:

1. Revela publicamente um problema;
2. Reivindica uma mudança com base no problema;
3. Trabalhar em prol de um grupo negligenciado, excluído ou desfavorecido;

⁷ Tradução livre de: “the strategic use of novel, dramatic, unorthodox, and non-institutionalized forms of political expression to try to shape public opinion and put pressure on those in positions of authority”

4. Quebra práticas rotineiras, ou sistemas de autoridade fora dos canais tradicionais de mudança.

A estes quatro pontos, Thorpe adiciona cinco categorias que deverão ser consideradas quando se falar de design na narrativa ativista: a organização comunitária, a prestação de serviços, a defesa de direitos, a mobilização das massas e a solidariedade. Para melhor entender os cinco pontos e o tipo de ativismo que estes se encontram associados, Thorpe (2011), apresenta-nos a seguinte tabela:

Table 2: types of change (activist) work and design versions of this work		
type of activist work	common form of design work	example cases
organizing: developing the community's ability to bring about change	co-design and other participatory, self design processes	city hacking in parking space parks
services: providing facilities, training, professional services (eg legal advice)	humanitarian design services and structures	emergency/recovery shelter by groups like Architecture for Humanity
advocacy: working on behalf of others, often without their direct involvement	eco-design, advocating for nature, or responding to a cause-oriented ideas competition for a distant location	green building of the US Courthouse
mobilization: bringing together large numbers of participants for an action, without expectation of their further involvement	Designer use of conventional activist methods, design elements of conventional protest	Architecture 2030 teach-in, Designers Accord pledge
solidarity: engaging with cultural discourse to change the terms of debate	critical architecture and design	french fry voting ballot, Rem Koolhaas' Educatorium at the University of Utrecht

Tabela 1 - Ann Thorpe, *Defining Design as Activism* (2011)

Aqui, concluiu-se que o design pode se considerado ativista pela forma co-participativa como age num projeto, mas que, de outra forma, pode ser considerado

ativista pela forma crítica como atua em situações de resistência. Só assim poderá ser possível permitir aos participantes na discussão de um problema esclarecerem a sua posição relativamente aos critérios apresentados.

Hester (2005) por outro lado, apresenta-nos uma nova forma de olhar para o design ativista, questionando-nos: para quem? Para responder a essa discussão, divide o design em cinco grupos distintos de posturas que este pode adotar face ao ativismo. São estas: os ingénuos contentes, os ingénuos experientes, os serventes, os contextualistas e os catalisadores⁸. Os ingénuos contentes, são aqueles que são tipicamente talentosos do ponto de vista espacial, pela forma como se relacionam com o espaço, área e tamanho do projeto e do que o envolve, mas ignorantes relativamente ao contexto em que agem. São os que não conseguem perceber a conexão entre as diferentes partes para além do resultado final, ignorando o impacto político e social que o esta possa causar. Por outro lado, os ingénuos experientes, para Hester, são aqueles que apesar de serem na sua generalidade menos talentoso na forma como se relacionam com o espaço, são mais conscientes a nível da conexão dos elementos, usando assim a sua ingenuidade para disfarçar a astúcia política que possuem. Desta forma, estes entendem as implicações políticas e sociais que o seu envolvimento possa desencadear, mas alegam ingenuidade. Em terceiro lugar, cita os serventes e, neste parâmetro, estão incluídos a maioria dos designers que alegam que estão apenas a criar algo para dar forma ao pedido do cliente. Tem consciência do impacto político das suas atitudes enquanto designers, expressando artisticamente os interesses poderosos, tanto de clientes privados como corporativos. Seguidamente, são apresentados os contextualistas e aqui, podem ser incluídos alguns designers que exploram o contexto do projeto. Neste grupo, são considerados vários parâmetros, que incluem a história, o meio ambiente, a cultura e, principalmente, a escala do projeto. Apesar de, de uma certa forma, poderem desempenhar o papel de um servente, a maioria destes tenta abordar questões sociais mais abrangentes, dentro da sociedade em que se encontram inseridos. Hester (2005) declara que o grupo dos contextualizadores apoiam ativistas mais radicais que poderão ser, ou não, eles próprios. Por último, mas não menos importantes, são apresentados os catalisadores. Aqui são considerados os designers ativistas que vêem o design não apenas com um fim simbólico e utilitário, mas também como um estímulo para gerar transformações políticas. Assim

⁸ Tradução livre de: the blissfully naive, the savvy naive, servants, contextualists and catalysts.

sendo, assumimos os catalisadores como a postura que mais se conecta com os termos protestos e resistência apresentados por Thorpe (2011), uma vez que vêem o design como uma ferramenta de mudança necessária para a resolução de uma problemática.

Síntese:

Em jeito de conclusão deste capítulo, gostaria de salientar as ideias principais que sustentam grande parte da argumentação que se segue nos capítulos seguintes. Em primeiro lugar, assumimos que o design está intrinsecamente associado à sociedade em que se insere e que é influenciado por questões políticas, económicas e sociais (Drucker, J. & McVarish, E., 2009) e que os designers tem como finalidade gerar a mudar o comportamento de algo gerando uma resposta positiva (Thorpe, 2014). Em segundo, que os artefactos gráficos, independentemente de serem produzidos de uma forma simples ou mais complexa, são considerados formas de comunicação, não sendo a tecnologia um elemento necessário na transmissão da mensagem (Drucker, J. & McVarish, E., 2009). Em terceiro, declarar que dos cinco tipos de designer ativista apresentados por Hester (2005), o que servirá de base para a interpretação e argumentação dos casos apresentados, será o designer ativista catalisador que, para além do poder simbólico que acarreta, o objetivo final da mensagem será sempre gerar uma transformação política.

2.2. História do Ativismo no Design

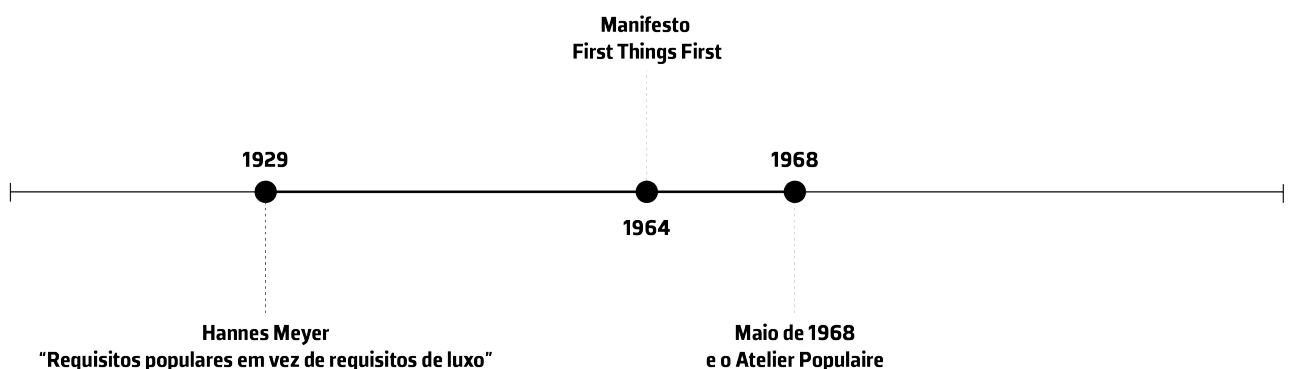


Tabela 2 - Tabela cronológica da história do ativismo no design

Analisando o design num contexto mais amplo, percebe-se que existe um forte e emergente interesse em como o design abraça questões tanto locais quanto globais. O design há muito que se encontra associado aos discursos e à propaganda social e política, estando ligado às lutas do movimento sufragista da década de 1860, continuando até aos dias atuais (Cranmer & Zappaterra, 2004). As vozes do design gráfico ecoam em momentos de mudança, tanto política quanto social. Um dos mais conhecidos exemplos, é o manifesto *First Things First*, publicado por Ken Garland no ano de 1964. Este não é o único evento que nos remete para um momento de ativismo dentro do design enquanto disciplina e profissão. Em 1928, Hannes Meyer apresenta-nos aquele que poderá ser uma das primeiras manifestações ativistas do design enquanto diretor da escola Bauhaus. Mais tarde em 1968, as manifestações em Paris e o *Atelier Populaire*, apresentam momentos marcantes na história do design em contexto ativista.

“Design de ativismo é o *design thinking*, a imaginação e a prática aplicados, consciente ou inconscientemente, para criar uma contra narrativa que visa gerar e equilibrar mudanças sociais, institucionais, ambientais e/ou económicas.”⁹

Guy Julier (2006) distingue a cultura do design como um objeto de estudo - um processo, uma prática informada e uma disciplina académica. A cultura onnipotente do design nos tempos atuais desempenha um papel abrangente em sugerir e/ou definir novos valores e, conseqüentemente, provocar mudanças sociais. A ideia da cultura do design como agente de reforma, direciona-a para um benefício social e ambiental, indicando a necessidade de incluir uma maior representação social nas atividades do design.

2.2.1. Hannes Meyer - “Requisitos populares em vez de requisitos de luxo”

⁹ Tradução livre de: “Design activism is “design thinking, imagination and practice applied knowingly or unknowingly to create a counter.narrative aimed at generating and balancing positive social, institutional, environmental and/or economic change.”

Regressando ao passado, entende-se que foi nos tempos da Bauhaus, durante a direção de Hannes Meyer entre Março de 1928 a Julho de 1930 que a escola viveu uma fase socialmente pró-ativa. Este foi defensor de que o design e a arquitetura deveriam de ser acessíveis para as classes trabalhadoras, utilizando o slogan “requisitos populares em vez de requisitos de luxo”¹⁰ (Eisele, 2008). No ano de 1929 Meyer, organizou uma exposição pelas cidades da *Basileia* e *Mannheim* (figura 1), mostrando produtos com uma estética simplificada e sedutora, semelhante ao mobiliário criado pela empresa IKEA. Isso refletiu as crenças de Meyer, mostrando assim que o design pode elevar o bem-estar das pessoas e harmonizar os requisitos do indivíduo com a comunidade. O compromisso do diretor da Bauhaus com as ideias socialistas, fê-lo levar um grupo de estudantes para a União Soviética em 1930 sob a bandeira da brigada vermelha da Bauhaus. Tal ação, fez com que a sua demissão da direção da escola fosse inevitável no final desse mesmo ano, devido ao clima político vivido na Alemanha (Fuad-Luke, 2009). Meyer é considerado por Fuad-Luke como o pioneiro do design ativista da Bauhaus e apesar das suas intenções, os benefícios dos seus esforços foram limitados. A qualidade da produção da Bauhaus é incontestável e a contribuição feita para a pedagogia da arte e do design não é posta em causa, contudo, o benefício social não foi perceptível em larga escala, não conseguindo atingir diretamente muitos membros da sociedade em geral. Após a dissolução da Bauhaus em 1933 houve uma dispersão de alguns designers e artistas para os Estados Unidos. No entanto, o ímpeto do design como uma força social positiva foi perdida e, juntamente com ela, o ideal do Modernismo para melhorar a condição humana (Fuad-Luke, 2009).

¹⁰ tradução livre de “popular requirements instead of luxury requirements”

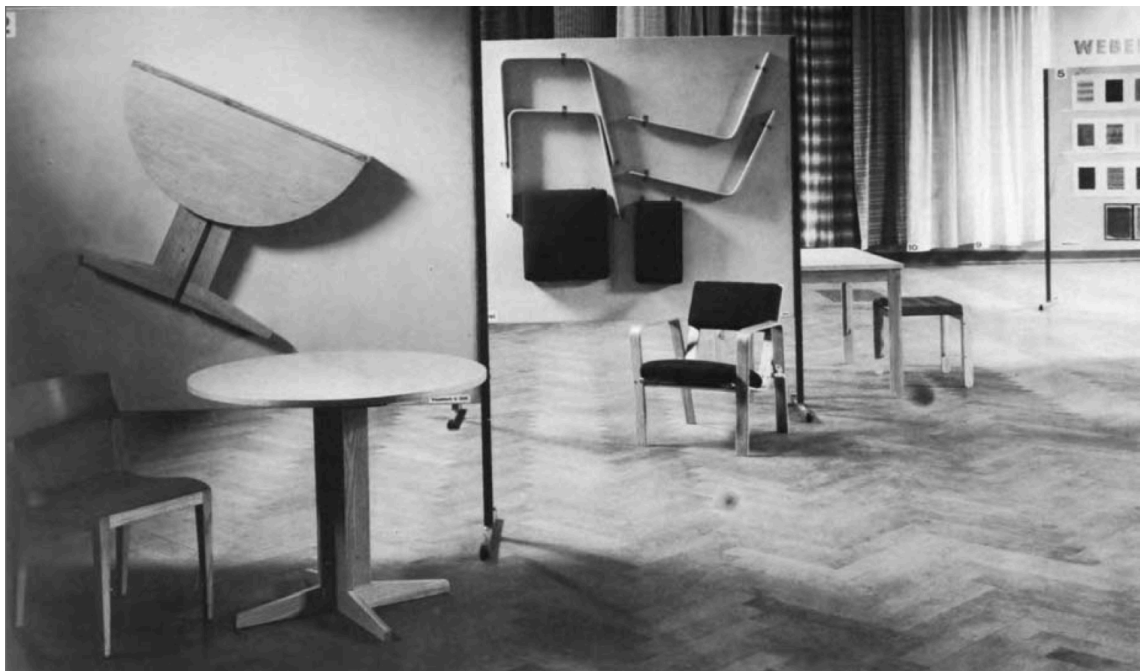


Figura 1 - Exposição People's Apartments (1929)

2.2.2. First Things First - manifesto para designers gráficos

“Entende-se por manifestos os textos que defendem ideologias, princípios e pontos de vista em relação a um determinado assunto; uma espécie de declaração pública, muitas vezes em tom de protesto, convidando e até mesmo persuadindo o leitor à reflexão.” (Flávia de Barros Neves, 2019)

A década de 60 do século XX foi um período de grande contestação social. Na Europa e nos Estados Unidos, o design já se tinha estabelecido como profissão e muitos designers começaram a contestar os padrões de aplicação do design nas várias áreas em que era implementado.

O manifesto *First Things First* surgiu no ano de 1963 (figura 2), escrito pelo designer britânico Ken Garland no encontro da Sociedade de Artes Industriais em Dezembro desse mesmo ano. Esse manifesto lamentava a bajulação daqueles que exploravam “a perícia e a imaginação dos designers para anunciar bens de consumo” e acreditava que existiam “outras coisas nas quais valia a pena investir a sua experiência e capacidade técnica” (Hollis, 1994, p. 179). É também explicada a ideia de um designer menos tecnicista e mais voltado para as necessidades da sociedade. Vinte e dois

profissionais assinaram este manifesto, sendo posteriormente publicado por várias revistas e jornais por todo o mundo no ano seguinte.



Figura 2 - Manifesto First Things First (1964)

Questionando-se sobre a falta e raciocínio crítico dos designers em relação à profissão, este manifesto propunha uma mudança nas propriedades do design em favor de mensagens responsáveis e permanentes, desvinculando-se assim do designer gráfico como uma mera ferramenta publicitária utilizada por grandes corporações que tinham como objetivo primordial propagar o consumo em massa (Neves, 2019). Este manifesto criou uma mudança positiva na procura pela criação de um novo significado (Hollis, 1994).

No ano de 2000, este manifesto foi novamente publicado pela *Adbusters* que é considerada por Kalle Lasn como *culture jammer*¹¹, mostrando assim o papel central no desempenho e propósito do design gráfico no ativismo (Hollis, 1994). Este manifesto foi impresso em cartazes e afixado em várias escolas de design por todo o mundo, tendo sido publicadas versões traduzidas em vários países. O debate de Garland trazido

¹¹Culture Jamming é “a prática de interromper a natureza mundana da vida quotidiana e o status quo com atos ou obras de arte surpreendentes, muitas vezes cômicas ou satíricas” Fonte especificada inválida.

novamente à tona, expressa o incentivo à expressão sobre quais são, ou deveriam ser as propriedades do design gráfico, defendendo a incitação a uma nova percepção do design pela sociedade como uma ferramenta benéfica ao serviço das pessoas e não apenas para a propaganda de produtos de consumo.

O manifesto *First Things First* de 2000 (figura 3), defende que o talento e dedicação que os designers dedicam à publicidade deverá ser usado em ações de melhoria social como uma atividade dotada de valores sociais e éticos, contrariando o estigma de que este deverá ser usado como uma atividade apática e sem qualquer tipo de envolvimento com questões públicas e políticas (Flávia, 2019).

O design de manifesto é uma extensão da disciplina do design que, como resposta a contexto sociais e políticos, propõe ser um agente de protesto e mudança dentro de uma sociedade (Santos, 2018).



Figura 3 - Manifesto *First Things First* (2000)

2.2.3. Maio de 1968 e o Atelier Populaire

Paralelamente ao desenvolvimento de uma linha forte de práxis pós-moderna, outras disciplinas do design contribuíram para uma crítica do design e da cultura

convencional nas décadas de 1960 e 1970. Estes foram, numa parte, inspirados pelo *Situationists International*, um grupo autoproclamado de críticos culturais, liderado por Guy Debord, conhecido pela distribuição de elementos gráficos nos tumultos de 1968 em Paris. A sua crítica era, maioritariamente, sobre a apropriação comercial de todos os aspetos da vida quotidiana e a ausência dos profissionais criativos nessa área (Plant, 1992). Estes acreditavam que a mudança através do consumo poderia provocar danos à qualidade de vida humana, tanto para os indivíduos como para a sociedade como um todo.



Figura 4 - Slogan dos protestos de Maio de 1968

Maio de 1968 ficou historicamente marcado como o mês das revoluções. Provocadas pelo movimento estudantil e pela greve geral dos trabalhadores, as ruas de Paris encheram-se de manifestantes. Os estudantes mostravam a sua insatisfação com o sistema educativo tradicional e os restantes participantes lutavam contra o crescente desemprego. Os estudantes de Paris invadiram o atelier de impressão da Escola de Belas Artes de Paris tornando-o num espaço para a produção de material gráfico de protesto, denominando-o de *Atelier Populaire*. Estes foram responsáveis por grande parte do material criado contra a sociedade burguesa e a favor da arte a serviço da sociedade

(Neves, 2019). O atelier e os cartazes criados no espaço inspiraram tanto estudantes quanto ateliers de impressão por todo o mundo e ainda hoje a sua ação influencia estudantes e profissionais da arte e do design (McQuiston, 1993).

As peças criadas no atelier não eram assinadas por ninguém, tornando-as assim anónimas para todos aqueles que as observassem coladas nas paredes ou em manifestações. Estes cartazes eram distribuídos sem qualquer tipo de custo e, todos os dias, membros do grupo *Atelier Populaire* se reuniam para discutir e criar novos cartazes e slogans. A mensagem do grupo era difundida com a combinação de imagens e slogans, com mensagens diretas e provocativas criadas e reproduzidas através das técnicas do stencil, serigrafia e litografia que, ofereciam um baixo custo de produção, uma vez que utilizavam apenas uma cor e eram totalmente criados à mão. O *Atelier Populaire* é assim considerado um dos movimentos mais marcantes nas manifestações de Maio de 1968, misturando a revolução estudantil, artística e do design, em favor da mudança do status quo (Neves, 2019).

“Os posters produzidos pelo *Atelier Populaire* são armas a serviço da luta e são parte inseparável dela. O seu lugar correto é no centro do conflito, isto é, nas ruas e nas paredes das fábricas, usá-las para motivos decorativos, mostrá-los em lugares burgueses da cultura ou considerá-los como objeto de interesse estético é depreciar tanto a sua função quanto o seu efeito. (...) É por isso que estes trabalhos não devem ser considerados como um resultado final da experiência, mas como um estímulo para suscitar, através do contacto com as massas, novos níveis de ação, tanto no plano cultural quanto político. (Atelier, 2010).

Vários designs criados pelo Atelier foram reapropriados em vários países enquanto estudantes e ativistas protestavam pelo mundo no ano de 1968. Estes utilizaram elementos gráficos introduzidos pelo *Atelier Populaire* – a cara vendada e o polícia com o escudo – e adaptaram-nos a outros contextos (figura 5 e 6).



Figura 5 - Cartaz de Protesto de Maio, Atelier Populaire (1968)



Figura 6 - Cartaz de Protesto de Maio, Atelier Populaire (1968)

Nesse mesmo ano no México, os estudantes não só utilizaram estilos gráficos similares ao utilizados em França, como também decidiram apropriar a sua própria história e cultura, utilizando a técnica da xilogravura, ao invés da serigrafia, como também utilizaram imagens da Taller de Gráfica Popular¹² (figura 7), nos seus cartazes e panfletos (MacPhee, Rodriguez, 2008).

¹² Centro coletivo para a criação de arte sociopolítica criada por Leopoldo Mendez no ano de 1937 (LACMA, s.d.)

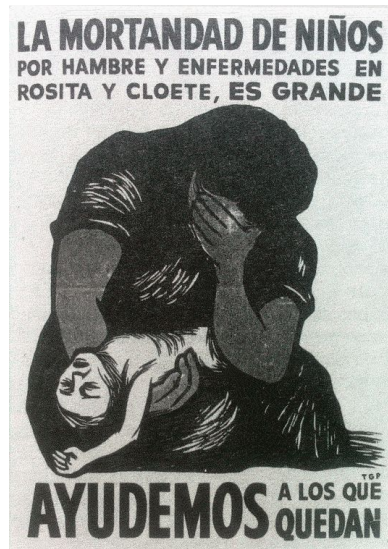


Figura 7 - Cartaz da Taller de Gráfica Popular (1968)

3. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DE DESIGN ATIVISTA

3.1. Dori Tunstall: Seven Principles of Designing Conditions for Community Self-Determination

Quando se fala em design ativista, existe uma tendência em associar esta prática a objetos gráficos físicos, como posters, *banners*, t-shirts ou até mesmo pins. Porém, estes poderão, em certas ocasiões, representar apenas uma tangibilidade efêmera sobre o movimento em que se está a participar, não sendo passível a sua consolidação como sistema gráfico entre os séculos XX e XXI.

No ano de 2017 foi publicado *A Feminist Organization's Handbook* pela *Women's Center for Creative Work*. No primeiro capítulo deste projeto editorial, podemos encontrar os “Sete princípios para criar condições para a autodeterminação de uma comunidade”¹³ onde a designer Dori Tunstall nos explica que a associação do design com outros campos focados na compreensão da sociedade – como o caso da antropologia – podem levar ao sucesso do design em contexto de ativismo Tunstall (2017)

A designer divide os sete princípios em três critérios distintos: *valores, design e experiência*.

Como *valores*, Tunstall apresenta-nos os três primeiros princípios:

1. aceitar os sistemas de valores e culturas como dinâmicos e não estáticos. Cada geração passa pelo processo de negociação de elementos que constituem os seus valores e culturas comunitárias;
2. Reconhecer o empréstimo mútuo que ocorre entre os sistemas de valores e as culturas de uma comunidade e procurar mitigar ou eliminar as circunstâncias desiguais em que este empréstimo ocorre;
3. Olhar simultaneamente, para o que é expresso como algo que deve ser ganho, perdido ou criado de novo na recombinação de sistemas de valores e culturas comunitárias por membros e partes interessadas.

¹³ Tradução livre de “Seven Principle of Designing Conditions for Community Self-Determination

Com estes três princípios, Tunstall considera que a determinação dos valores centrais dos membros e partes interessadas relativamente à causa em que estão a participar, é um dos elementos mais complexos do ativismo. As palavras “equidade” e “justiça”, podem não presumir que todos os membros dessa mesma comunidade atribuam os mesmos significados às palavras utilizadas. Dori considera assim que é importante respeitar as diferenças e encontrar significados que sejam comuns a todos os interessados. Estes princípios da antropologia que Tunstall associa ao design fornecem orientações sobre como abordar a compreensão das diferenças e semelhanças dos sistemas de valores dos membros da comunidade. O facto tangibilidade é importante, uma vez que é mais fácil para todos os intervenientes chegarem a um consenso de mudanças positivas, com base naquilo que podem sentir com os cinco sentidos.

Como design, são apresentados dois princípios:

4. Eliminar falsas distinções entre arte, artesanato e design para melhor reconhecer todas as formas de fazer, como uma maneira pela qual as pessoas tornam os sistemas de valores tangíveis para si e para os outros;
5. Criar processos que possibilitem um diálogo respeitoso e interações relacionais de forma que todos possam contribuir para o processo de conceção e que essas colaborações sejam devidamente reconhecidas e remuneradas;

O quarto princípio emerge do diálogo crítico entre as minorias, cujo trabalho está frequentemente inserido no ativismo comunitário. Aqui, Dori Tunstall (2017) faz a distinção entre os diferentes tipos de contribuições da vertente gráfica: *arte*, *artesanato* e *design*, explicando que existe uma hierarquia de atividades relativamente às mesmas. Apresenta-nos a *arte* no topo da tabela, como o elemento ativista que recebe maior reconhecimento da imprensa e, conseqüentemente, mais apoio financeiro. O artesanato aparece em segundo lugar, devido à perceção da autenticidade popular, uma vez que podem ser criados cartazes por qualquer participante, escrevendo uma mensagem direta e eficaz de apoio à causa ou contra a instituição contra quem estão a manifestar. Por último apresenta-nos o ativismo baseado no design como “profissional” pelas bases, uma

vez que é criado por profissionais da área, mas que é considerado massivo para a expressão artística.

O quinto princípio é baseado nas práticas do design cooperativo escandinavo, que possuiu uma prática histórica de um ativismo trabalhista e informa como abordar o processo de criação do design dentro do ativismo comunitário. A definição de design cooperativo ativista será abordada mais à frente neste capítulo.

Por último, mas não menos importante, Tunstall fala-nos em experiência e para isso apresenta-nos os três últimos pontos dos sete mencionados.

6. Usar processos de design e artefactos para trabalhar com grupos e mudar os sistemas de valores hegemónicos que são prejudiciais ao bem-estar holístico de grupo vulneráveis dominais e os seus ambientes;
7. Definir critérios finais para o sucesso de qualquer envolvimento da antropologia do design como critério reconhecido de compaixão entre os participantes do projeto e que estes estejam em harmonia com os seus ambientes mais amplos.

O sexto princípio declara que, independentemente do propósito de tudo o que se cria, o objetivo primordial deverá ser sempre o de mudar os sistemas de valores prejudiciais que afetam o bem-estar de todos. Este deverá ser o principal critério de avaliação de todas as ações de ativismo comunitário. Por último, o sétimo princípio lembra-nos o “porquê” da atividade que se está a desempenhar.

3.2. Uday Dandavate: A Model for Design as Activism

Por outro lado, Uday Dandavate (2019) designer ativista e professor adjunto da Universidade de Carnegie Mellon, apresenta-nos o modelo de Design Ativista, dividindo este conceito em quatro critérios distintos: descoberta, síntese, ação e construção. Para cada um deles, Dandavate propõe também ferramentas disponíveis para a utilização de cada parâmetro.

Como descoberta, o designer explica-nos que os profissionais da área devem esforçar-se para se aproximar das experiências de vida daqueles que pretendem mudar. O designer deve comprometer-se a projetar dentro e para uma comunidade. Devem

também assumir a responsabilidade de tornar o mundo num lugar melhor, tendo sempre como objetivo primordial a realidade que encontram ao seu redor. Neste ponto o diálogo, observação do participante, leitura e escrita deverão ser as ferramentas a ser utilizadas.

No critério síntese, é explicada a forma como o deverão ser abordados os estudos de caso da causa a que se está associado. É essencial que o projeto social deva ajudar os participantes a produzir um roteiro com propósitos para influenciar e criar impacto na vida daqueles que pretende atingir. As ferramentas a ser utilizadas neste parâmetro são: a descoberta de padrões, construção de estruturas, desenvolvimento de uma narrativa, compilação de várias perspectivas e desenvolvimento de metáforas que poderão dar às pessoas uma maneira de entender o problema e de se relacionarem com problemas complexos de uma forma mais fácil e eficaz.

A ação separa o design de outros domínios do conhecimento. O design apresenta assim várias respostas para as questões apresentadas para a realização de um problema. Neste caso, Dandavate apresenta a questão fulcral de qualquer atitude do designer perante uma causa: “qual o papel que os designers ativistas podem desempenhar na mudança do mundo?” para esta questão, o designer apresenta quatro respostas:

1. Pode ajuda a substituir o cinismo por otimismo sobre problemas persistentes;
2. Podem mudar o discurso em torno do que é possível inspirar nas abordagens construtivas;
3. Pode ajudar os grupos a pensar de forma crítica sobre as implicações futuras das ações atuais;
4. Pode gerar impulso e propriedade compartilhados que podem ser direcionados para romper o status quo e construir um mundo melhor.

Com esta fase, a ação pretende levar os conhecimentos e a visão para as principais partes interessadas de uma forma coletiva e usá-las na concretização da mudança. As ferramentas disponíveis neste critério são a mobilização das comunidades, realizações de campanhas, organizar resistência, construir redes e legislar.

Por último, é apresentado o critério construção. Nesta fase, a construção do ativismo no design envolve a criação de estruturas e ferramentas que visam apoiar ações e resultados sustentáveis. Este critério pode incluir a construção de instituições, processos e canais de comunicação e redes de comunidades. Historicamente, o design

como disciplina visa treinar os designers a não se distanciarem da consciência das consequências sociais dos seus trabalhos (Sasaki, 2008) e deseja servir uma mudança social.

Dandavate concluiu a apresentação do modelo de design ativista declarando que apenas com três questões o designer pode tornar-se ativista:

1. Qual é o meu propósito? – refere-se à motivação pessoal do designer;
2. Qual é a minha causa? – problemática que pretende ver resolvida através do design
3. O que vou fazer a esse respeito? – o projeto que poderá desenvolver.

3.3. Kelly Ann McKercher: Doing Co-Design for Real

Com o objetivo de fazer uma análise comparativa sobre os vários movimentos que se irão apresentar neste documento, é necessário explicar a definição de design cooperativo escandinavo ativista anteriormente falado nos sete pontos declarados por Dori Tunstall. Para isso, debruçarmo-nos no conceito de co-design, termo originário da nos países Escandinavos na década de 1970 (Sundblad, 2010). Segundo Weiler, Weiler & McKenzie (2016) este consiste no ato de criar juntamente com todas as partes interessadas, mais especificamente dentro do processo de desenvolvimento de design para garantir que os resultados finais atendam às suas necessidades e possam ser aplicados. McKercher (2020), por sua vez, acrescenta ainda que o co-design é um movimento, um conjunto de métodos e mentalidades¹⁴. No seu livro publicado em 2020 *Beyond Sticky Notes*, Mckercher explica-nos que o co-design é sobre saber desafiar o desequilíbrio do poder mantido dentro de grupos, que tomam decisões importantes sobre situações em que normalmente, existe pouco ou até mesmo nenhum envolvimento das pessoas mais afetadas com as decisões. O co-design procura mudar essa premissa através da construção de novos relacionamentos, usando a convenção inclusiva para compartilhar conhecimento e poder.

Segundo McKercher (2020), não existe uma abordagem única para todos os participantes criativos, nem sequer um conjunto de listas de verificação a que se devem reagir. No entanto, existe uma série de padrões e princípios que podem ser aplicados de

¹⁴ Tradução livre de “Co-design is a movement, a set of methods and mindsets”

diferentes maneiras. Co-designers tomam decisões, não apenas sugestões (Burkett, 2020). McKercher (2020) apresenta-nos no seu livro um diagrama com as diferentes fases do co-design, começando com a necessidade de construir as condições para o envolvimento seguro de todos os intervenientes. As fases dividem-se em: condições de construção, imergir e alinhar, descobrir, design, testar e refinar e por fim implementar e aprender. Apesar deste diagrama nos fornecer informações necessárias sobre o co-design, McKercher apresenta-nos os quatro princípios do mesmo, sendo nesses que pretendemos focar a atenção desta forma de design. Os quatro princípios apresentados são:

1) Partilhar poder:

Neste ponto é explicado que quando as diferenças de poder poderão não ser reconhecidas nem tratadas, as pessoas com mais poder têm uma maior influência sobre as decisões, independentemente da qualidade dos seus conhecimentos. Com o intuito de mudar esse pensamento, é necessário compartilhar o poder em pesquisa, tomada de decisão, design, entrega e avaliação. Sem a partilha do poder, o co-design não existe.

2) Priorizar relacionamentos:

Como anteriormente referido, o co-design é uma partilha e sem relacionamentos, conexão social e confiança entre todos os intervenientes é possível que o resultado final não seja atingido de forma positiva. A confiança abre caminhos para conversas e confrontos verbais. Por isso, quanto melhor for a conexão social, melhor será o processo e, conseqüentemente, os seus resultados.

3) Usar meios participativos:

O design cooperativo, co-design, como temos vindo a designá-lo, oferece muitas formas para as pessoas participarem e se expressarem de várias formas: através de abordagens visuais, cinestésicas e orais, ou então através da escrita, apresentações e longos relatórios. Todas as abordagens não têm como objetivo primordial transmitir

informações, mas sim facilitar a autodescoberta e levar as pessoas a passarem de participantes a parceiros ativos.

4) Capacidade de construção:

Algumas pessoas necessitam de apoio e incentivo para adotar novas formas de ser e fazer, aprender com os outros e fazer com que as suas vozes sejam ouvidas. Por isso, para apoiar essa ideia, os designers podem passar de “especialistas” a treinadores. O co-design tem sempre algo a ensinar e aprender.

McKercher (2020) vai mais além e no seu livro diferencia ainda o co-design de outras abordagens existentes. Segundo a designer, as abordagens podem ser difíceis de distinguir para todos os participantes e, ao contrário de outros campos e disciplinas, o co-design carece de um conjunto de padrões que podem ser aplicados para julgar a sua qualidade, eficácia e segurança. A tabela abaixo apresentada (tabela 2) descreve diferentes abordagens, com diferentes focos onde o poder é aplicado e em que tipo de interesses este é exercido. O co-design pode aplicado para projetar às pessoas, para pessoas, com pessoas ou totalmente liderados por pessoas.

These things are transactional at best, harmful, degrading and violent at worst		
<u>Approach</u>	<u>Keywords</u>	<u>Where power is held</u>
Designing at people	Designer, professional or policy-maker as expert, top-down decision-making	<i>Designing at people</i> is about what decision-makers and designers think and want.
Designing for people	Design thinking, anything 'centred' e.g. human-centred (HCD), user-centred (UCD), patient-centred, citizen-centred design etc.	<i>Designing for people</i> is about what designers and decision-makers want to know and achieve. Good intent usually ends up as system-centred, designer-centred, executive-centred or staff-centred by implementation.
These things are transformational at best, however they are not inherently inclusive or equitable		
Designing with people and planet	Co-design, participatory design, deliberative democracy	<i>Designing with people</i> is about what matters to people with lived experience and decision-makers (co-decided).
Led by the people	Co-production, community-led design, citizen movements, design justice*	<i>Led by the people</i> is about what people, families and communities want for themselves.

Tabela 3 - McKercher - Beyond Sticky Notes (2020)

Quando o design aparece com o objetivo de ser projetado às pessoas, o poder encontra-se naquilo que, tanto os designers como todos os intervenientes pensam e querem como objetivo final. Por outro lado, quando o design é aplicado para as pessoas, o poder encontra-se naquilo que os designers e todos os participantes que tem o poder de tomar decisões pretendem saber e alcançar num futuro com o seu envolvimento. Quando McKercher (2020) apresenta o parâmetro com pessoas e o planeta, o poder está inserido no que importa para as pessoas com experiência vivida na situação em que se pretende desenvolver o projeto e em todos os intervenientes que tomam decisões. Neste parâmetro, como existe envolvimento entre várias pessoas, designers e elementos fora deste círculo, o significado de co-design encontra-se ativo e é predominante. Por último, é apresentado o parâmetro do design liderado por pessoas em que os movimentos sociais e o design de justiça se encontram intrinsecamente presentes. Aqui, o poder encontra-se depositado no que as pessoas, família e comunidades desejam para si mesmas, uma vez que a mudança será predominantemente para este círculo.

Com base nos três autores previamente citados e nos seus critérios sobre o design como ferramenta de ajuda em momentos de ativismo, criou-se uma tabela (tabela 3) com

sete pontos distintos que irão ser utilizados para comparar os vários momentos ativistas que surgiram entre os séculos XX e XI.

INFLUÊNCIAS	TUNSTALL + MCKERCHER	DANAVATE	THORPE + HESTER	THORPE + HESTER	MCKERCHER	MCKERCHER	
CRITÉRIOS	Partilha de poder	Usa meios participativos	Método Convencional	Método Crítico	Para as pessoas	Liderado por um grupo de pessoas	Evolução da representação visual

Tabela 4 - Tabela comparativa para método de análise

A tabela 3 exposta contém os sete critérios que consideramos essenciais para a criação de um método comparativo sobre os movimentos estudados. São eles:

1. partilha de poder
2. uso de meios participativos
3. para as pessoas
4. liderado por um grupo de pessoas
5. método convencional
6. método crítico
7. evolução da representação visual.

Os critérios usados, surgiram a partir dos métodos de análise de design ativista apresentados por Tunstall (2017), Dandavate (2019) e McKercher (2020), mas também pelas definições de design ativista de Ann Thorpe (2011) e Hester (2005).

Pelos critérios apresentados pelos designers que propõem um método de análise de design ativista, cruzaram-se os vários pontos, uma vez que a maioria se encontra associados em algum critério. Sendo assim, foram utilizados os valores relativos ao 'design' apresentado por Tunstall no *Feminist Organization's Handbook* (2017). Estes valores, encontram-se associados às diretrizes do co-design e partilha de poder apresentada por Mckercher no livro *Beyond Sticky Notes* (2020). Neste mesmo livro, são considerados vários elementos que contribuiriam para um critério da tabela comparativa. O uso de meios participativos está, por sua vez, cruzado com os critérios de ação e construção, apresentados por Dandavate no modelo de design ativista (2019).

Tendo em conta as considerações de design ativista apresentado por Thorpe (2011), destacam-se o método convencional do design em que é revelada a problemática com o objetivo de provocar uma mudança e o método crítico que, por sua vez, incita a uma atitude mais presente, através da rutura de práticas, sistemas e estruturas de poder. O método crítico é cruzado com a definição de designer ativista catalisador em que Hester (2005) expõe o designer como o que mais se conecta a com os termos de protesto e resistência, vendo o design como ferramenta de mudança necessária para a resolução de uma problemática.

Os pontos “para pessoas” e “liderados por pessoas”, vão ao encontro das normas de co-design em que Mckercher, explica que, o design pode ter diferentes tipos de abordagens. Deste modo, foram considerados estes pontos uma vez que se encontram associados aos momentos de resistência e protesto.

Por fim, o critério “evolução da representação visual”, surge pela necessidade de se perceber se os elementos gráficos utilizados em momentos de protesto surgem a partir de representações visuais utilizadas em movimentos sociais anteriores.

4 DESIGN COMO ATIVISMO AO LONGO DOS SÉCULOS XX E XXI

4.1. Movimentos Sociais no Mundo

4.1.1. I Am a Man

No dia 12 de Fevereiro de 1968, 1.300 negros, trabalhadores do saneamento entraram em greve na cidade de Memphis, no Tennessee, Estados Unidos. Cansados de serem forçados a trabalhar em condições perigosas e desumanas, com salários baixos, recusaram-se a recolher o lixo de toda a cidade até que as suas exigências fossem ouvidas. Estes homens, não tinham sequer oportunidade de formar sindicatos, ao contrário dos seus colegas de trabalho caucasianos que, além de receberem um salário bastante superior ao seu, tratavam-nos de forma cruel, minimizando-os pelo seu tom de pele (Gailani, s.d).

Depois de meses de vontade de entrar em greve para lutar contra o racismo que viviam diariamente e contra aqueles que os inferiorizavam enquanto seres humanos, a oportunidade acabou por surgir, depois de Echol Cole e Robert Walker – dois trabalhadores do saneamento – terem sido esmagados pelo camião do lixo enquanto trabalhavam. Após este incidente, James Lawson, reverendo do Tennessee juntamente com vários líderes negros dos direitos civis, deslocaram-se para Memphis com o propósito de apoiar estes trabalhadores. Henry Loeb, prefeito de Memphis, além de não apoiar a greve, ainda tentou encerrá-la (Thomas, 2017).

Para os trabalhadores negros, fazer greve, protestar e marchar foi extremamente difícil e perigoso para todos os intervenientes. Além de não serem pagos durante a greve, os manifestantes foram pulverizados com gás lacrimogénio pela polícia enquanto marchavam pacificamente pelas ruas da cidade de Memphis. Uma das manifestações tornou-se ainda mais violenta quando Larry Payne, um jovem de 16 anos, foi baleado mortalmente pela polícia. Apesar de todos os perigos, a greve continuou (Morales, 2018).

Martin Luther King Jr., líder dos direitos civis, deslocou-se a Memphis para apoiar os trabalhadores que se encontravam em greve, marchou lado a lado com eles, e discursou no final (figura 8). Durante essas mesmas marchas, todos os participantes usavam cartazes que tinham “*I am a Man*” escrito, mostrando assim que lutavam pela igualdade, dignidade e respeito mútuo (Walman, R., 2018).



Figura 8 - Martin Luther King no Protesto I AM A MAN

Segundo Walman (2018) o poster “*I Am a Man*” é mais do que uma simples declaração duradoura da verdade. É a resposta a uma das maiores hipocrisias da democracia americana: a exclusão deliberada e consciente dos negros dos direitos da cidadania americana. Epps, (s.d.) organizador do sindicato da Federação Americana de Funcionários Municipais em 1968, explica que o icônico poster nasceu fruto da “colaboração de dirigentes sindicais e ativistas dos direitos civis” e as origens desta tipografia inspirou-se na Declaração da Independência de 1776 (anexo C) declara que “*I Am a Man*” foi inspirado na primeira linha do segundo parágrafo deste documento “consideramos que essas verdades são evidentes e que todos os homens são criados de forma igual.” Sendo esta uma questão de dignidade, fazia todo o sentido que os trabalhadores expressassem a sua revolta com os cartazes com a frase “*I Am a Man*” (Lewis, 2017). Foram impressos 400 posters, numa gráfica de igreja (Typeroom, 2015).



Figura 9 - Manifestação I AM A Man (1968)

A declaração “*I am a Man*”, remete-nos também, historicamente, para um dos lemas dos movimentos abolicionistas britânicos e norte-americanos “*Am I not a Man and a Brother?*” (figura 10), slogan adotado pela Sociedade para a Abolição do Comércio de Escravos da Inglaterra¹⁵. No ano de 1781, a cerâmica inglesa *Wedgwood*, – batizada em homenagem a Josiah Wedgwood, membro da sociedade – foi contratada para criar o selo oficial, que era constituída pela imagem de um homem negro de perfil ajoelhado, vestido com poucas roupas, segurando as mãos acorrentadas. Mais tarde, estes selos foram distribuídos para as pessoas as usarem como alfinetes, exibindo assim publicamente o seu estado relativamente ao anti tráfico de escravos. Este símbolo tornou-se emblema do movimento antiescravista americano (Walman, R., 2018).



Figura 10 - Am I Not a Man and a Brother? - Josiah Wedgwood (1787)

¹⁵ Tradução livre de: Society for Effecting the Abolition of the Slave Trade

A 3 de Abril de 1968, Dr. King fez um dos seus mais conhecidos, mas último discurso “*I’ve Been to The Mountaintop*”, durante a greve em Memphis. Martin Luther King foi morto no dia seguinte. O assassinato de King fez com que os tumultos se tornassem ainda mais ativos e por isso, o Movimento dos Direitos Civis e a greve dos trabalhadores continuaram, como forma de honrar o líder. No dia 8 de Abril, poucos dias após a morte do marido, Coretta Scott King, liderou uma marcha silenciosa com cerca de 20.000 manifestantes. Estes exibiam os cartazes “*I Am a Man*”, “*Honor King: End Racism*” e “*Union Justice Now*” (figura 11). Estes posters foram impressos pela *Allied Printing*. Possuíam as seguintes características: Letras pretas, grandes impressas num fundo branco, sem qualquer tipo de impressão no verso (Civil rights posters, 1968, s.d.)



Figura 11 - Honor King: End Racism e Union Justice Now! - Memphis (1968)

Estes posters tiveram bastante influência para cartazes de movimentos futuros. Um desses casos é o cartaz “*Je Suis Charlie*” (figura 12 e 13), criado em 2015 depois do massacre acontecido na redação do jornal *Charlie Hebdo*. Este slogan tornou-se viral, sendo adaptado pelos defensores da liberdade de expressão após o massacre em janeiro desse ano.



Figura 12 - Cartaz Je Suis Charlie (2015)



Figura 13 - Protestos Je Suis Charlie (2015)

Desde a sua criação em 1968, estes slogans icónicos são reconhecidos por todo o mundo como inspiração e a coragem destes ativistas. Em 2010 um poster original do protesto de Memphis foi vendido por 34.000 dólares num leilão a Nova Iorque (Typeroom, 2015).

4.1.2. I MARCH FOR

Sediada em Nova Iorque, a *Dome Collective*¹⁶, disponibilizou, de forma gratuita o download e impressão dos cartazes, para serem usados durante a *Women's March* em Washington, após a tomada de posse do governo de Donald Trump. Houve mais de 9,000 downloads desses trabalhos gráficos e mais de 70.000 visualizações na semana de lançamento do projeto, fazendo com que participantes de todo o mundo mostrassem a solidariedade pelas mulheres (Dome, 2017)

Apesar de não ser indicado no site, é possível indicar semelhanças entre os cartazes “*I Am a Man*”, criados em 1968 com os cartazes “*I March For*” do estúdio *Dome Collective* (figura 14 e 15). Ambos possuem letras grandes e pretas, impressas sobre um fundo branco, sem qualquer tipo de impressão no verso.



Figura 14 - *I March For* - *Dome Collective* (2017)

¹⁶ <http://domecollective.com>

NOT THIS PUSSY

Figura 15 - Not This Pussy - Dome Collective (2017)

4.1.3. The Raised Fist

O “*The Raised First*”, ou “punho erguido”, se o quisermos traduzir para português, ganhou bastante notoriedade nos últimos anos através dos protestos consecutivos dos Estados Unidos, enquanto este continua a sua luta contra o racismo, ainda bastante presente. Os manifestantes usam este símbolo quando confrontam a polícia, pintam o símbolo nos passeios e paredes de edifícios, mostrando o seu descontentamento de forma visual e gráfica (Stout, 2020). Contudo, este símbolo contra a desigualdade não é recente. Em 1968, Tommie Smith e John Carlos (figura 16), atletas da modalidade de atletismo, tornaram este tipo de saudação famosa durante a entrega das medalhas nos Jogos Olímpicos de 1968, que aconteceram na Cidade do México (Davis, 2008).



Figura 16 - Tommie Smith e John Carlos Jogos Olímpicos 1968

Todavia, este gesto é bem mais antigo e pode perceber-se através da história que os movimentos políticos europeus e norte-americanos encontram-se ligados através da luta contra o racismo e o fascismo. Nos Estados Unidos, um dos primeiros exemplos conhecidos do “*raised fist*” aconteceu em 1913, quando “Big Bill” Haywood discursou durante a greve da seda de Paterson em Nova Jérсия. Haywood, fundador do sindicatos dos Trabalhadores Industriais do Mundo, pediu a união da classe trabalhadora em todas as raças e sectores comerciais (Stout, 2020). Apesar de haver uma união entre os trabalhadores de todo o mundo, esta gerou uma onda de enorme violência em que confrontos na rua entre trabalhadores e pistoleiros contratados pelos empregadores eram uma prática comum.

Em 1926, este símbolo de luta encontra-se associado aos *Red Front Fighters* (figura 17), um grupo anti-nazi que lutava contra os ataques da extrema-direita contra apoiantes do Partido Comunista. Estes manifestantes usavam o punho erguido como parte de saudação enquanto tinham o uniforme vestido (Weitz, 1997). Com a disseminação crescente do fascismo pela Europa, houve uma necessidade de aliança entre comunistas, socialistas e democratas liberais para lutar contra este regime político. Essa vontade fez com que aparecesse a Frente Popular, que adotou a saudação de punho erguido (figura 18).



Figura 17 - Símbolo Red Front Fighters (1926)



Figura 18 - Membros da Frente Popular Anti-Nazi (1928)

A união Britânica de Fascistas tentou marchar pelos bairros judeus em Londres, mas cerca de 100.000 estivadores, crianças, trabalhadores e membros da comunidade judaica apareceram nessa mesma marcha de punho erguido, fazendo com que os fascistas fossem obrigados a recuar (Silver, S. & Lawrence, D., 2016) Em Espanha, Hitler e Mussolini tentaram depor o governo da Frente Popular, efeito democraticamente, dando assim inicio à Guerra Civil Espanhola. Mais de 45.000 voluntários antifascistas tomaram a sua posição e lutaram lado a lado com os republicanos espanhóis nas Brigadas Internacionais (Stout, 2020).

Numa carta escrita em 1938, Mary Rolfe designa a saudação do punho fechado como “uma saudação de solidariedade para com os povos democráticos do mundo¹⁷.” A Guerra Civil Espanhola foi perdida pelos antifascistas e a Brigada *Lincolnd*, foi obrigada a regressar aos Estados Unidos, sendo aí perseguida pelas autoridades por causa da sua política de esquerda. No entanto, este grupo não baixou os braços, continuando a usar o punho fechado em pósteres e durante os protestos (figura 19). O movimento antirracista militante, encontra-se associado ao *Black Power* (figura 20) e o punho fechado, torna-se assim o símbolo deste movimento com Smith e Carlos a usarem essa saudação durante os Jogos Olímpicos de 1968 (Stout, 2020).



Figura 19 – Mulheres desfilam em frente ao consolado Alemão em Nova Iorque (1928)

¹⁷ Tradução livre de: “...a greeting of solidarity with the democratic peoples of the world”



Figura 20 - Protestos Black Power (1968)

4.1.4. Black Lives Matter

Num contexto mais atual, o *The Raised First* encontra-se fortemente associado ao movimento *Black Lives Matter*. Este movimento, tal como os anteriormente mencionados, luta contra a desigualdade racial e a brutalidade policial praticada contra negros. Fundado em 2013 após Trayvon Martin, um jovem negro de dezassete anos ter sido atingido mortalmente em Miami na Flórida no ano anterior (Day, 2015). O movimento ganhou força online quando em 2014, dois afro-americanos terem sido mortos por um polícia branco, gerando assim uma onda de revolta que levou a uma agitação social, com protestos a acontecerem no dia seguinte. Numa entrevista ao *The Guardian*, Alicia Garza, uma das três mulheres fundadoras do movimento *Black Lives Matter*, explica que organizou um “passeio pela liberdade” na cidade de Ferguson (figura 21) e, nessa mesma manifestação viu a sua frase ser refletida em cartazes de protesto e gritos uníssonos (Day, 2015). O símbolo de *Black Power* foi popularizado como pose de “*Hands Up, Don’t Shoot*”¹⁸. Desde então é utilizado por todas as redes sociais e manifestações e, em 2015 foi até criado um *emoji* (figura 22) disponível para ser usado por qualquer internauta (Duffield, 2020).

¹⁸ Hands Up, Don’t Shoot - “Mãos para cima, não disparem”



Figura 21 - Cartaz BLM nos Protestos em Ferguson (2014)



Figura 22 - Emoji The Raised Fist (2015)

Mais recentemente com a morte de George Floyd em Maio de 2020 na cidade de Minneapolis, os protestos e tumultos intensificaram-se com manifestações por todo o mundo, mostrando a solidariedade pela comunidade negra e pela brutalidade policial que ainda se vive numa realidade contemporânea (France24, 2020)



Figura 23 - Protestos Black Lives Matter (2020)

4.1.5. For All Womankind

Apesar de o The Raised Fist se encontrar associado à luta contra o fascismo e o racismo que remontam ao início do século XX, mais recentemente no ano de 2016, surge o “For All Woman Kind”, cartaz criado pela designer Nova Iorquina Deva Pardue. Este consiste em três braços com três tons de pele diferentes e, cada um deles, se encontram com as unhas pintadas de vermelho (figura 24). Esta ideia surgiu quando a designer fez a pesquisa pela história do punho fechado e percebeu que este era bastante masculino e agressivo, mesmo tendo sido usado durante o movimento de libertação das mulheres nos anos 60 (Baxter, 2017).

As eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, tiveram implicações graves para os direitos reprodutivos das mulheres e Pardue sentiu necessidade de criar campanhas de impacto social para encorajar o ativismo. Em Dezembro desse ano, criou o *For All Womankind*, iniciativa que doa todas as receitas para o *Center for Reproductive Rights* e *Emily’s List*. Quando questionada sobre a palavra “*womankind*”, a designer confessa que é um jogo com a palavra “*humankind*”¹⁹, uma vez que estes posters são para todas as mulheres, de todas as cores e nacionalidades – daí os três tons de pele dos punhos ilustrados no cartaz. *For All Womankind* não é apenas para as mulheres americanas, mas sim para todas, uma vez que as políticas dos Estados Unidos afetam outras nações, direta ou indiretamente (Aldhahi, 2016).

¹⁹ Humanidade



Figura 24 - *For All Womankind*, Dave Pardue (2017)

4.1.6. Silence = Death:

No ano de 1981, uma epidemia desconhecida estava a alastrar-se por toda a América. Em Julho desse mesmo ano, o boletim do Centro para o Controlo e Prevenção de Doenças²⁰, detetou 40 casos de cancro na pele, relatados por médicos que trabalhavam com as comunidades LGBTQI em Nova Iorque e São Francisco. No mês seguinte, mais de 100 homossexuais foram infetados com uma espécie de pneumonia, causada por um parasita fixado no organismo. Um ano depois, acabou por ser denominada de HIV – Sida. Em 1989, quase 27.500 pessoas tinham morrido com o vírus (Geiling, 2013).

Pela falta de atitude da parte do Governo norte-americano e do então presidente Ronald Reagan relativamente à pandemia, seis homens, designers e artistas de profissão, começaram a reunir-se para partilhar a sua experiência com as perdas relacionadas com o HIV, uma vez a ausência de um discurso público sobre este assunto era permanente. O objetivo destas reuniões era criar algo tangível que pudesse espalhar a consciência sobre esse assunto e, rapidamente perceberam que o poster fosse a melhor solução (La Force, Lescaze, Hass & Miller, 2020).

²⁰ Tradução livre de “Centers for Disease Control and Prevention”

“Os manifestos não funcionam. Frases pouco fazem. Precisamos de *sound bites*, *slogans* elaborados numa linguagem simples. E o poster é exatamente isso. (...) O poster combina perfeitamente com o ouvido Americano. Tem poder. E se algumas vez paraste em frente a um, ou rodaste a cabeça por um segundo, esse poder estava a entrar em ação.”²¹ (Finkelstein, 2017)

O ano de 1986 foi um período marcado pelo caos, bem como pelo escalar de novas vítimas de infeção. Daí nasceu uma declaração de missão visual poderosa. Um poster preto, com letras brancas e com um slogan deliberadamente forte. Aqui pode ler-se “*Silence=Death*”, estampado no centro do cartaz, acompanhado por um triângulo fúchsia (Hall, 2021).

O uso do triângulo invertido não surge por acaso. Se recuarmos até aos anos de 1930 com a subida dos Nazis ao poder, Hitler via os homens homossexuais como uma ameaça à sua campanha de purificação da Alemanha, especialmente porque os casais gay não podiam procriar e o líder do partido Nazi queria que a raça Ariana continuasse a ser cultivada. Tal como todos os Judeus eram obrigados a usar a Estrela de David nas suas roupas para serem facilmente identificados entre todas as pessoas, também todos aqueles considerados homossexuais eram obrigados a usar triângulos cor-de-rosa (die Rosa-Winkel) nos seus uniformes do campo de concentração (figura 25) Estes ocupavam a posição mais inferior da hierarquia (Waxman, 2018).

²¹ Tradução livre de: “Manifestos don’t work. Sentences barely do. You need sound bites, catchphrases, crafted in plain language. (...) The poster perfectly suits the American ear. It has a power. If you’ve ever stopped in front of one or turned your head for a second look, that power was at work.”



Figura 25 - Identificação de prisioneiro homossexual nos campos de concentração Nazi (s.d)

Entre os anos de 1970 e 1980, o triângulo tornou-se um símbolo de divisão dentro das comunidades LGBTQI. Inicialmente, este símbolo foi rejeitado pela conotação de vitimização, mas também por se encontrar associado aos campos de concentração. Dessa forma, alguns membros não consideraram a utilização do triângulo como motivadora (Finkelstein, 2017).

A versão final deste cartaz, ionicamente conhecido, o triângulo encontra-se voltado para cima, contrariamente ao que tinha acontecido com a versão inicial. Finkelstein (2017) esclarece que, isso aconteceu por erro. O processo foi apressado e deixou pouco tempo para pesquisas e, quando as impressões ficaram concluídas, o erro foi assumido. Os seis designers acabaram por aceitar o erro, tomando a decisão consciente de se distanciar da questão do seu uso durante o Holocausto (Waxman, 2018).

Em 1987, a obra foi colocada nas ruas da cidade de Nova Iorque com o slogan “*Silence=Death*”, onde surge um suplemento na parte inferior do cartaz, com letras um pouco mais pequenas, onde se pode ler “transformar a raiva, o medo e a dor em ação²²” (figura 26).

²² Tradução livre de: turn anger, fear and pain into action

e orientação sexual. O termo *Silence=Death* é utilizado trinta anos depois, como forma de aviso de futuras consequências se o voto não for praticado (Trammer & Francis, 2020).

O cartaz foi originalmente impresso em papel, utilizando o mesmo elemento (triângulo) e slogan (*Silence=Death*) mas, em vez de impresso sobre um fundo branco, nesta versão este é substituído pela bandeira dos Estados Unidos da América.



Figura 27 - *Silence=Death=vote!* Avram Finkelstein, Brian Howard, Oliver Johnston, Charles Kreloff, Chris Lione, and Jorge Soccarás (1986)

4.1.7. Occupy Wall Street

O *Occupy Wall Street* é um movimento de protesto social criado em 2011 com o objetivo de lutar contra as desigualdades no sistema financeiro dos Estados Unidos após a recessão de 2007 a 2010 em que 99% da população terá sido deixada para trás, por um sistema corrupto baseado na ganância e no poder. A revista ativista *AdBusters* sugeriu, em forma de convite à ocupação da *Wall Street*. Este ato foi promovido pelo *Anonymous* e outros grupos radicais baseados na internet (Morse, Occupy Wall Street, s.d).



Figura 28 - Protestos Occupy Wall Street (2011)

No aniversário da Declaração de Independência dos Estados Unidos, dia 17 de Setembro, vários manifestantes juntaram-se no *Zuccoti Park*, improvisando um acampamento base com o necessário para ocuparem o espaço durante vários dias. O parque foi batizado de *Liberty Park* uma vez instalados nas ruas de *Lower Manhattan* (Castells, 2015).

Apesar da *Adbusters* não reivindicar qualquer tipo de controlo sobre os protestos, considera que tem a capacidade de criar ideias e agir como uma “empresa anti publicidade”, que obtém felicidade em criar anúncios falsos para subverter a mensagem de produtos reais. Num discurso em 2006, Kalle Lasn, o homem por trás desta campanha, explica que, enquanto designers temos a capacidade de tanto criar como destruir aquilo que é considerado “cool” e que, como criativos, a profissão do designer, mais do que qualquer outra profissão, tem o poder de mudar o mundo (Kaste, 2011).

O movimento começou de forma silenciosa, mas rapidamente ganhou a atenção após a intervenção da polícia na marcha de protesto que decorria na *Union Square* e na *Brooklyn Bridge*. Vídeos da violência policial mostraram o uso de gás pimenta em manifestantes pacíficos dispersaram pela internet e vou apenas uma questão de tempo até que os media comessem a prestar a atenção ao que estava a acontecer em Nova Iorque. Como forma de apoio, outras manifestações surgiram em diferentes cidades norte americanas. As redes sociais e os media foram usadas pelos participantes para a

comunicar os objetivos da campanha da Occupy Wall Street (Morse, Occupy Wall Street, s.d). Os protestos terminaram a dois meses depois, quando o departamento da polícia de Nova Iorque, invadiu o *Zuccotti Park* e removeu todos os participantes e seus pertences, colocando-os no lixo (Weisenth, J. & Johnson, R., 2011).

O *Occupy Wall Street* está enraizado na cultura e na história na cidade de Nova Iorque. Os protestos juntaram milhares de pessoas que se juntaram por uma causa comum, unindo-se para protestar contra as ações opressivas das elites (Occupy Wall Street, s.d.) A geração *Millenium* trouxe consigo os valores para o protesto: o compromisso com a justiça social, processos de tomada de decisões democráticos, resistência às hierarquias organizacionais e a insistência no diálogo entre pessoas de diferentes classes, gêneros, raças e orientações sexuais. (Morse, 2017) Apesar dos críticos declararem que a *Occupy Wall Street* não alcançou qualquer tipo de objetivo político, é possível perceber que de a conversa pública sobre a injustiça económica vivida no país aconteceu, sendo o protesto partilhado em várias outras cidades norte americanas e em Londres (Morse J. , 2017)



Figura 29 - Cartaz Occupy Wall Street - AdBusters (2011)

O cartaz criado pela *AdBusters* (figura 29) foi lançado a 13 de Julho, apresentando uma bailarina a dançar em cima do tão conhecido touro de *Wall Street* em *Lower Manhattan*. Se para algumas pessoas aquela publicidade era apenas uma imagem e algumas palavras, para Lasn era uma ferramenta necessária para começar a mudança de pensamento. “Qual é a nossa única exigência?”²⁴ é o que o poster questiona (Yardley, 2011). Bierut (2012) mostra-nos uma visão dissecada sobre a simbologia do cartaz e slogan criados pela *AdBusters*. Considera a palavra “*Occupy*” como forte, apresentando uma panóplia de variedades que podem dançar em volta da mesma. O *Occupy* poderia surgir antes de qualquer outro tipo de marca. Explica também que não existe qualquer tipo de diretriz a seguir na tipografia, nem cores standard, nem logótipos oficiais associados ao movimento.

Bierut declara que, os maiores influenciadores deste protesto não foram Shepard Fairy, quando criou um novo cartaz para o movimento *Occupy Wall Street* com as mesmas características que o poster icónico “*Hope*”, utilizado na campanha de Barack Obama nas presidências de 2008 nos Estados Unidos (anexo D), nem Jack Levitas com o cartaz infográfico que mostrava a disparidade existente no então sistema financeiro dos Estados Unidos (figura 30), mas sim Chelsea Elliot, uma designer freelancer (figura 31), que foi filmada juntamente com outros manifestantes que foram pulverizados com gás pimenta durante os protestos pacíficos de Setembro de 2011. O vídeo teve meio milhão de visualizações e foi difundido pelas mais variadas redes sociais, propagando o que se estava a passar com o movimento²⁵. Bierut (2012) concluiu a sua reflexão sobre o design do *Occupy Wall Street* declarando que, por vezes, a chama para a mudança política não está na criação de um logótipo ou cartaz. Pode simplesmente partir da coragem de aparecer num protesto e fazer com que as vozes sejam ouvidas, independentemente da causa e do risco que se poderá correr ao enfrentá-lo.

²⁴ What is our one demand?

²⁵ O vídeo pode ser visualizado no canal do youtube TheOther99Percent:
<https://www.youtube.com/watch?v=moD2JnGTTtoA>

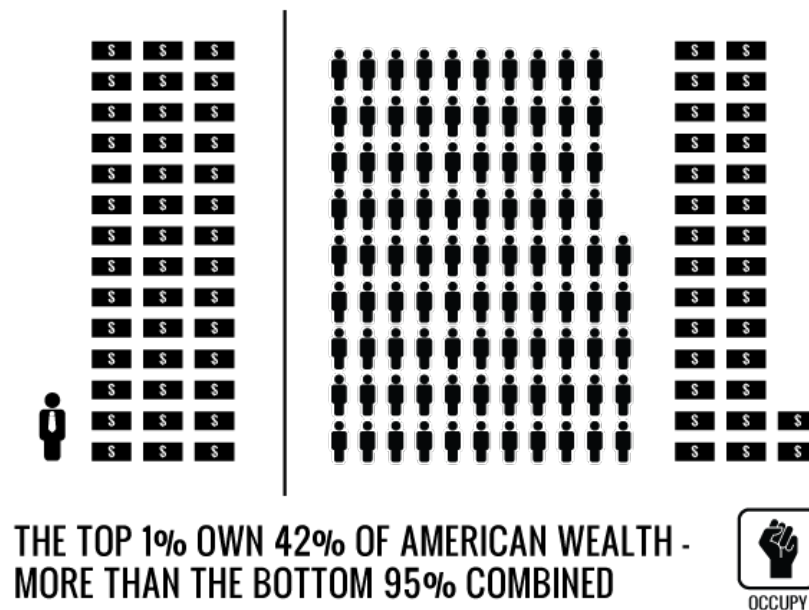


Figura 30 - Occupy Wall Street, Jack Levitas (2011)



Figura 31 - Chelsea Elliot, TIME Magazine (2011)

Jay Shells, artista e designer gráfico a viver atualmente em Nova Iorque, também contribuiu na criação de material gráfico presente nas ruas de *Lower Manhattan*. Com o objetivo de ajudar os ativistas a comunicar uma mensagem decidiu, juntamente com Philip Winn criar slogans para os manifestantes poderem usar durante os protestos de Wall Street (Shells, 2011). A dupla transformou os slogans em cartazes e foram distribuídos pessoalmente pelo Parque *Zucotti*. Nestes podiam ler-se as frases: “*Lost My*

Job, Found An Occupation”, “99% Fed Up (because the 1% F'D Up” ou “Occupy (W)All Street(s)” (figura 32 e 33). Segundo Shells (2011) acredita que os cartazes ajudaram a difundir a mensagem na época em que foram criados, contudo, o Governo continua corrupto.



Figura 32 - *Lost My Job, Found and Occupation*, Jay Shells & Philipp Winn (2011)



Figura 33 - *99% Fed Up! (because the) 1% F'D Up!* Jay Shells & Philipp Winn (2011)

A mensagem dos manifestantes foi tão forte, que chegou ao outro lado do Oceano Atlântico. Em Outubro do mesmo ano, movidos pelo movimento *Occupy*, centenas de pessoas juntaram-se em frente à Bolsa de Valores em *Paternoster Square* (figura 33), Londres (Guardian, 2011).



Figura 34 - Occupy London (2011)

4.1.8. Fridays for Future

Iniciado no ano de 2018 por Greta Thunberg, *Fridays For Future* é um movimento estudantil agora liderado por jovens por todo o mundo com o objetivo de chamar a atenção dos governos para a crise climática atualmente vivida, exigindo medidas urgentes para combatê-la (Fridays For Future, s.d).

O protesto iniciou-se com um pequeno cartaz que Greta levou consigo para o Parlamento sueco durante três semanas seguidas. De forma simples, podia ler-se: “*Skolstrejk för Klimatet*”²⁶ Apesar de fazer o protesto sozinha, este tomou proporções globais, quando mais de um milhão e meio de estudante se mobilizaram para demonstrar o seu descontentamento pela ausência de medidas tomadas pelos seus países face à crise ambiental. A 8 de Setembro, Greta e o seu grupo de ativistas criou o *hashtag* “*FridaysForFuture*”, com o objetivo de encorajar jovens de todo o mundo a tomar a mesma atitude. Apesar do termo *Fridays For Future* ter sido popularizado, não é transcendente a todos os países, uma vez que alguns decidiram adotar o seu próprio nome ao movimento e atuais ativistas do clima (Wahlström, M., et al., 2019).

²⁶ Em português: greve escolar pelo clima

Com o objetivo de “armar” os estudantes com cartazes que pudessem transmitir as suas ambições durante os protestos, a agência criativa *ILoveYou*²⁷ aliciou a *Play Nice*²⁸ e *UK Student Climate Network* com o objetivo de criar cinco trabalhos gráficos distintos. Cinco designers aliaram-se a cinco ativistas, trocaram ideias, conceitos e opiniões sobre a crise climática e colaboraram na criação de cartazes de protesto. Cada um destes trabalhos, poderão ser descarregados, impressos e usados em protestos em qualquer parte do mundo. Os designers Harry Butt (figura 35), Axel Lagerborg (figura 36), Lena Manger (figura 37), Will Knight (figura 38) e Indiana Lawrence (figura 39) explicam que os cartazes foram criados em conjunto com os ativistas e que cada um representa a sua forma de ver a crise e como pretende enfrentá-la através da mensagem gráfica (Snoad, 2019).

Com um objetivo semelhante à iniciativa da agência *ILoveYou*, a *WePresent*, plataforma associada a *WeTransfer*, que existe com a finalidade de promover o trabalho criativo de todo o mundo (WeTransfer, 2018), recrutou cinco ilustradores para a criação de cartazes que pudessem ser usados e partilhados por todos. Esta iniciativa aconteceu em contexto de pandemia, num momento em que os eventos públicos foram cancelados, mas a vontade de continuar a atrair atenção para a problemática do clima predominava. A *WePresent* explica que estes cartazes pretendem, com as palavras-chave nos cartazes, poder mostrar aquilo que os ativistas pretendiam dizer, caso pudessem marchar e protestar. Contudo, encorajam todas as pessoas a colocar estes trabalhos gráficos nas janelas de casa ou a serem partilhados nas várias redes sociais, sempre com a finalidade de propagar a mensagem e esta não ser esquecida (Schmidt, D., 2021).

²⁷ <https://iloveyou.agency>

²⁸ <https://playnice.london>



Figura 35 - Harry Butt & Noga Levy-Rapoport: Fridays for Future (2019)

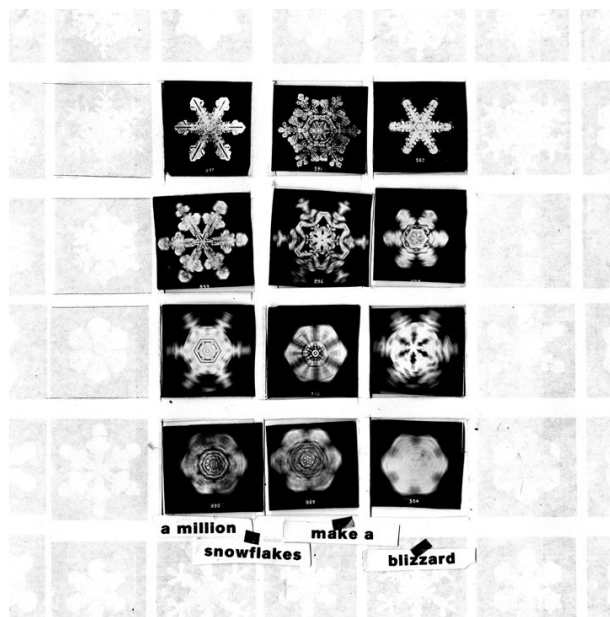


Figura 36 - Axel Lagerborg & Anna Taylor: Fridays for Future (2019)

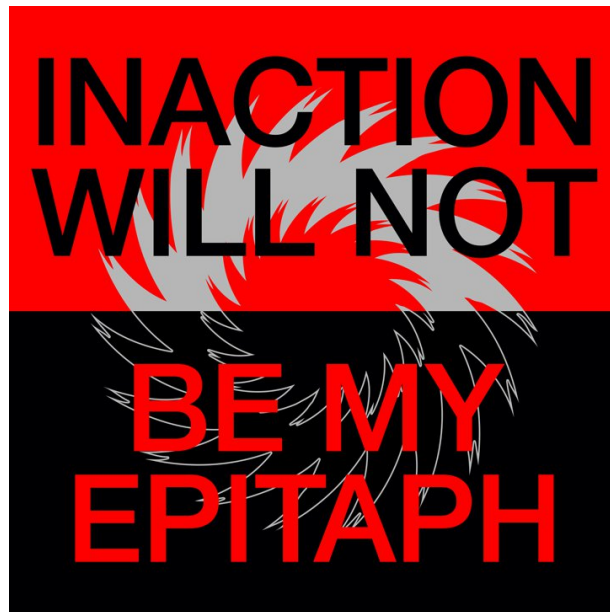


Figura 37 - Lena Manger & Rosie Smart-Knight: Fridays for Future (2019)



Figura 38 - Will Knight & George Bond: Fridays for Future (2019)



Figura 39 - Indiana Lawrence & Lottie Tellyn: Fridays for Future (2019)

4.2. Movimentos Sociais em Portugal

4.2.1. 25 de Abril – Revolução dos Cravos

A revolução de Abril, ou Revolução dos Cravos, popularmente assim conhecida, é um dos maiores momentos da história de Portugal, que resultou de um movimento político e social que, a 25 de Abril do ano de 1974, que ditou o fim do Estado Novo, regime ditatorial vigente desde 1933 (Ferreira, 2006).

Este momento da história foi liderado pelo Movimento das Forças Armadas (MFA), na sua maioria composto por capitães que haviam participado na Guerra Colonial. No dia em que se lutava pela vontade de restaurar as liberdades civis, promover eleições livres pela mudança das estruturas da sociedade e da economia (Saraiva, J. & Guerra, M., 1998).o simbolismo da liberdade surge por acaso. Celeste Caeiro, que para sempre será recordada como a responsável pelo nome dado a este dia, trazia consigo cravos para a inauguração do restaurante “Franjinhas”, mas devido à revolução concentrada no Rossio, o restaurante encontra-se de portas fechadas. Para não desperdiçar as flores, levou-as até à baixa da capital, onde tanque militares esperavam novas ordens de Salgueiro Maio. Quando um soldado lhe pediu um cigarro e tudo aquilo que ela tinha para oferecer eram cravos, ele aceitou, colocando a flor no cano da

espingarda. Rapidamente os seus companheiros fizeram o mesmo, levando Celeste a distribuir todas as flores que tinha consigo (figura 40). Horas mais tarde, floristas de Lisboa contribuía para imortalizar este simbolismo de liberdade (Misciagna, 2021).



Figura 40 - Soldados durante a Revolução dos Cravos (1974)

“Esquecemos que uma sociedade é composta por uma multidão de vozes. Muitas vezes, quando se discutem os acontecimentos de 1974 que derrubaram quarenta e oito anos de uma ditadura política em Portugal, é na perspectiva de quem estava no centro da atividade - os militares, os dirigentes dos políticos recém-formados ou reativados, partidos, os tecnocratas, etc. E, no entanto, esta chamada revolução afetou a vida de todos os cidadãos portugueses, tanto no país como no estrangeiro, e as suas interpretações do resultado são variadas e igualmente importantes.²⁹” (Brettell, 1992).

Após o 25 de Abril, os meses que se seguiram ficaram marcados por diversas greves no sector da cultura, mas, ao mesmo tempo, surgem novas iniciativas menos dependentes da intervenção de intelectuais e artistas (Gonçalves, 2008). Segundo Dionísio (1996), é neste período que começa a ser ensaiada “uma cultura com os outros, que passa pela experiência dos espetáculos coletivos e participados, que insiste no combate ao elitismo e quer tornar possível e acessível às populações o fazer da arte.”.

²⁹ Tradução livre de: “We Forget that a society is made up of a multitude of voices. Too often, when the event of 1974 that overthrew forty-eight years of a political dictatorship in Portugal are discussed, it is from the perspective of those who were at the center of activity – the military men, the leaders of newly formed or reactivated political parties, the technocrats, etc. And yet, this so-called revolution has affected the lives of all Portuguese citizens both home and abroad, and their interpretation of the outcome are varied and equally important.”

durante os anos de 1974 e 1975, sendo produzidos cartazes representativos do período pós-revolucionário (figuras 42, 43, 44), e mensagens dos valores do MFA foram comunicados através de vários suportes como calendários, autocolantes, banda desenhada e brochuras, bandeiras, medalhas, porta-chaves e selos. A comunicação pós-revolucionária transmitiu-se ainda na forma de pinturas murais de grandes dimensões, reivindicando assim a rua como um espaço privilegiado de comunicação (figura 45). Um ano após a revolução de Abril, foi inaugurado na Galeria de Belém, hoje conhecida como Mercado do Povo, a Exposição Portugal – Um ano de revolução, onde foram expostos trabalhos gráficos que encerravam uma narrativa visual turbulenta e festiva, com frases de ordem que se espalharam por todo o país e que, ainda hoje, ecoam nas memórias de todos (Bártolo, 2015).



Figura 42 - MFA Povo/Povo-MFA, João Abel Manta (1974)



Figura 43 - Com a Revolução - Pela Cultura, Justino Alves e M. George (1975)



Figura 44 - Emigrante: Unidos Venceremos, Armando Alves (1975)



Figura 45 - Murais do pós 25 de Abril (1975)

4.2.2. Geração Rasca

Com o objetivo de lutarem contra a realização da prova global do 10º de escolaridade, pela falta de comparticipação dos custos do ensino superior e o aumento das propinas, milhares de estudantes manifestaram-se em vários pontos do país entre os anos de 1993 e 1994 (Wong, 2013).

Em 1993 quatro estudantes universitários baixarem as calças ao então Ministro da Educação Coutos dos Santos, podendo ler-se nas nádegas “Não Pago!”, um dos slogans usado enquanto o movimento antipropinas estava no auge. Este tipo de contestação à política educativa influenciou várias escolas secundárias e universidades (Coelho, 2008), fazendo com que alguns manifestantes, durante as manifestações de 5 de Maio de 1994, usassem a mesma forma de protesto usada anteriormente pelos quatro estudantes universitários.

A manifestação foi convocada por associações de estudantes do ensino secundário contra as provas globais de acesso ocorriam a nível nacional. Durante as marchas, alguns manifestantes baixaram as calças expondo os rabos, sendo estas imagens capturadas por vários serviços televisivos que acompanhavam o momento, sendo posteriormente transmitidas em telejornais e publicadas em jornais nacionais. Os estudantes manifestaram-se com cartazes, alguns deles com insultos dirigidos principalmente, à então Ministra da Educação Manuela Ferreira Leite (Nogueira, 2013). Vicente Jorge Silva, jornalista do Público foi o autor da expressão “Geração Rasca” utilizada no editorial a propósito das manifestações. O jornalista condenou os atos dos

estudantes, declarando-os como “expressões de má-criação, estupidez e alarvidade” (Vicente, 1994). A forma como foi intitulada a geração foi fortemente criticada, mas tornou-se mais tarde, um símbolo da contestação de valores entre gerações (Blitz, 2011)

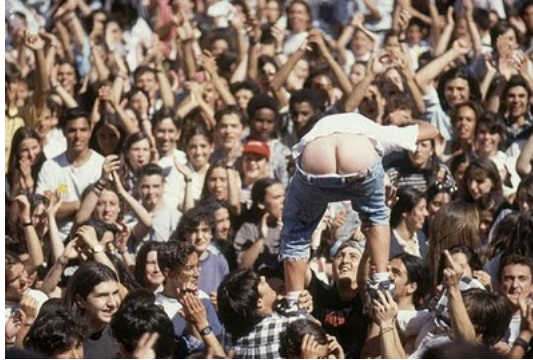


Figura 46 - Manifestação Geração Rasca. Luís Ramos (1994)

4.2.3. Geração à Rasca

Dezassete anos após a Geração Rasca, surge em Portugal a ‘Geração à Rasca’. As manifestações de 12 de Março de 2011, são consideradas as maiores manifestações desde a Revolução dos Cravos, sendo este movimento considerado como “apartidário laico e pacífico” (Público, 2011). Só em Lisboa, juntaram-se cerca de 300.000 pessoas que lutavam por uma mudança qualitativa do país, por melhores condições de trabalho e o fim da precariedade (Expresso, 2011).



Figura 47 - Cartazes e faixas de protesto durante a manifestação "Geração à Rasca" (2011)

4.2.4. Que Se Lixe a Troika

O movimento social “Que se Lixe a Troika”, surgiu no verão de 2012 contra a Troika³⁰ e as medidas implementadas pelo Governo de Passos Coelho que anunciara alterações no regime da Taxa Social Única. A 15 de Setembro de 2012, mais de um milhão de pessoas manifestaram-se na capital portuguesa e noutras regiões do país contra as severas medidas de austeridade (Fernandes, et al., 2012). Os manifestantes deslocaram-se para a Assembleia da República continuando com os seus protestos gritando palavras de ordem como “os gatunos estão lá dentro” (Carvalho, et al., 2012). Uma das várias imagens conhecidas deste protesto é da autoria de Federico Duarte que erguia um cartaz manual com letras maiúsculas, escritas a lápis de cera vermelho e laranja com um verso d’Os Lusíadas “Fraco rei faz fraca a forte gente” (Duarte, 2013). Foi depois de participar nessa manifestação que percebeu a necessidade de, como designer, contribuir para um esforço comum. Inspirado pelo *Atelier Populaire*, movimento anteriormente falado, Federico apelou às escolas de belas-artes e de design por todo o país a organização de Oficinas Populares que, tal como em Maio de 1968 tinham como objetivo utilizar os cartazes como armas ao serviço das reivindicações que se pretendiam, criando não só cartazes, como outros meios de comunicação visual para a manifestação de Março de 2013 (Duarte, 2013). Foram recolhidas placas de cartão e k-line de trabalhos antigos, tintas, pincéis e tiras de madeira que serviriam de suporte aos cartazes. Contudo, e apesar da divulgação através de redes sociais, a adesão às oficinas foi praticamente nula, deixando cair por terra a ideia de que estas poderiam ajudar na divulgação da mensagem (Monteiro, 2019).

Duarte (2019) declara que, apesar das oficinas físicas se terem revelado um insucesso, vários designers e estudantes de design enviaram as suas próprias propostas de cartazes digitais que foram disponibilizadas no blogue e página do *facebook* do movimento, resultando assim numa espécie de Oficina Popular digital que acabou por

³⁰ Troika é uma palavra de origem russa que designa um comité de três membros: Fundo Monetário Internacional, Banco Central Europeu e Comissão Europeia (Economias, 2021).

contribuir para a difusão da mensagem e imagens que remetiam á manifestação que se iria realizar no futuro³¹ (figura 48).



Figura 48 - Cartazes para a convocação da manifestação de 2 de Março, Que Se Lixe a Troika (2013)

Após um primeiro momento presencial menos participado, o movimento Que Se Lixe a Troika decidiu criar uma Grande Oficina Popular ativa no dia da manifestação de 2 de Março de 2013, indicando que os manifestantes poderiam fazer ou solicitar a designers e artistas que criassem o seu cartaz ou outro tipo de suporte, com frases e imagens que desejassem. Duarte e Monteiro (2019) explicam que os cartazes criados para este fim foram fotografados e partilhados por vários meios de comunicação. A função da Grande Oficina Popular foi bem-sucedida, com a criação de mensagens e imagens rápidas e eficazes, que pudessem ter uma vida antes, durante e após as manifestações.

O humor utilizado nas manifestações, através de cartazes ou frases feitas para esse momento, é mais aceitável numa sociedade democrática, uma vez que este ato social é transversal a todos os indivíduos. Deste modo, este facto incita à sua utilização de uma forma recorrente, podendo ser utilizando como ferramenta contra a opressão, mas também como forma de controlo social (Speier, 1998). De um ponto de vista de grupo, o humor utilizado nos protestos traduz uma relação de forças coletivas, porque

³¹ Estes cartazes podem ser encontrados no blogue:

<http://queselixeatroika15setembro.blogspot.com/p/imagens.html>

existe dentro de um conflito social que, por si só, é resultante de hierarquias e relações de poder (Pais, 2017).

Do Marquês do Pombal ao Terreiro do Paço, a diversidade, humor e criatividade de muitos cartazes (figura 49 e figura 50), contribuiu para que o impacto e a visibilidade da manifestação tivessem perdurado até aos dias de hoje (Monteiro, 2019).



Figura 49 - Manifestações “Que Se Lixe a Troika”, Lisboa e Porto (2013)



Figura 50 - Cartazes recolhidos após protesto de 2 de Março (2013)

Ainda no protesto de dia 2 de Março de 2013 na capital portuguesa, os manifestantes entoaram a canção “Grândola” do cantor de intervenção Zeca Afonso, símbolo da Revolução dos Cravos de Abril de 1974, utilizando também cravos, símbolo nacional que pôs fim à ditadura salazarista (RFI, 2013). Deste modo, consegue perceber-se que o cravo, utilizado na revolução mais importante de Portugal, continua a ser utilizado como forma de revolta face ao governo, promulgando uma atitude de reivindicação e mudança face a medidas implementadas.



Figura 51 - Mulher grita slogans contra a austeridade enquanto segura cravos vermelhos (2013)

5. Análise comparativa dos movimentos sociais

CRITÉRIOS MOVIMENTOS	Partilha de poder	Usa meios participativos	Método Convencional	Método Crítico	Para as pessoas	Liderado por um grupo de pessoas	Evolução da representação visual
I AM A MAN		x		x		x	x
I MARCH FOR		x	x		x		x
THE RAISED FIST				x		x	x
BLACK LIVES MATTER	x	x		x		x	x
FOR ALL WOMANKIND		x	x		x		x
SILENCE=DEATH		x		x	x		
OCCUPY WALL STREET		x		x	x		
FRIDAYS FOR FUTURE	x			x		x	
EVOLUÇÃO DOS CRAVOS	x			x		x	x
GERAÇÃO RASCA		x		x		x	
GERAÇÃO À RASCA	x	x		x		x	
QUE SE LIXE A TROIKA	x	x		x		x	

Tabela 5 - Tabela comparativa dos movimentos sociais do século XX e XXI

De um ponto de vista panorâmico e primordial, consegue perceber-se que nove em cada doze dos movimentos sociais estudados (75%), utiliza meios participativos (sejam estes elementos visuais de comunicação profissionais ou artefactos gráficos), sendo que desses nove, seis são liderados por pessoas e utilizam o método crítico de design na sua participação. A partilha de poder assume nesta indicação um ponto fulcral, pois sempre que é identificada, está conjugada aos meios participativos e ao método crítico.

Ao mesmo tempo, desses nove, cinco possuem uma composição gráfica baseada na evolução de uma representação visual já antes utilizada. Com isto, entende-se que os movimentos sociais, liderados por pessoas que atuam em forma de protesto e resistência utilizando materiais participativos, tem uma maior possibilidade de ver a sua mensagem gráfica replicada em manifestações futuras. A origem partilhada da mensagem e do design promove aos princípios de partilha e co-design que permitem a estes formatos a sua apropriação e contínuo recurso. De igual modo, foi possível ver que, muito embora a continuidade gráfica se interliga com a continuidade do tema retratado, essa não

acontece sempre. Vemos que as influências provenientes em “*I Am A Man*” são apropriadas para o “*I March For*” que em si, trata um leque vasto de questões de igualdade. Do mesmo modo o “*the raised fist*” face ao “*For All Womankind*”.

Noutro aspeto, três dos doze movimentos são considerados como criados “para pessoas”, recorrendo primordialmente ao método convencional. Essa ligação demonstra que, em movimento onde as decisões são suportadas pelos designers e participantes que tenham o poder na tomada de decisões, como um núcleo, se recorre com mais frequência a métodos convencionais na ligação aos restantes participantes.

O levantamento destes movimentos permite assim retirar considerações sobre a abordagem crítica ou convencional em ações de protesto e resistência, bem como, compreender de que forma o ponto de partida do envolvimento e relação entre os participantes cria implicações nessas escolhas.

6. CONCLUSÃO

Esta dissertação de um modo global, permitiu desenvolver competências teóricas e práticas face a atitude do design de comunicação como método de ativismo em contexto de resistência e protesto.

No enquadramento teórico foi desenvolvido um estudo acerca das definições de design em contexto ativista, assim como momentos importantes na história do design que de diferentes modos, contribuíram para compreender de que forma o ativismo e o design são elementos cúmplices em movimentos sociais. Seguidamente, fez-se uma análise de critérios de design ativista já existentes, com o objetivo de serem questionados quais os elementos utilizados durante esse processo. Continuamente, foram estudados vários momentos de ativismo acontecidos no mundo. A escolha destes surgiu com base nas ideias principais de que o design se encontra intrinsecamente associado a uma sociedade em que se insere e é fortemente influenciado pelas suas próprias questões políticas, económicas e sociais. Os artefactos gráficos, independentemente da forma como são produzidos, são consideradas formas de comunicação, não sendo a tecnologia essencial na transmissão da mensagem e que os designers ativistas atuam como catalisadores porque além do poder simbólico que um elemento gráfico acarreta, o objetivo final será sempre gerar uma transformação.

Continuamente e depois de uma análise sobre estes momentos, foi criada uma tabela que constituiu sete pontos de análise dos movimentos sociais. Esta tabela, teve como finalidade perceber quais os critérios utilizados durante um protesto e perceber se existe, ou não, uma evolução dos elementos gráficos utilizados no mesmo. Aqui, entendeu-se que além dos códigos visuais, existe uma variedade de critérios que devem ser avaliados durante todo o processo, que fazem com que este possa ser considerado ativista.

O desafio da criação de uma tabela de análise criada a partir de outros tipos de modelos de design ativista já existentes, demonstra a possibilidade de olhar para um movimento social e entender se os pontos apresentados estão inseridos no mesmo. Assim sendo, a análise de um momento de protesto e resistência, explorando os seus códigos visuais e critérios para a sua avaliação, torna-se mais simplificada e transparente. Porém, é importante referir que esta tabela representa apenas uma forma

de analisar um movimento social podendo, futuramente, sofrer alterações por parte de possíveis interessados na temática do design ativista.

Nesse sentido, esta dissertação funciona como o início de uma investigação sobre a atitude do design de comunicação na narrativa ativista. Com o aprofundar do conhecimento sobre esta matéria, temos como objetivo futuro a análise de outros movimentos sociais que poderão surgir, onde se analisará de que forma poderemos aplicar estes conhecimentos na prática do design de forma positiva em momentos de protesto e resistência.

Outra abordagem de investigação futura poderá passar pela criação de um modelo próprio de design ativista, onde todos os critérios avaliados ao longo da presente dissertação possam ser explorados. Com isto pretende-se que o design de comunicação aplicado a movimentos sociais seja catalisador e que as propostas do co-design sejam aplicadas, para que os mais afetados pela mudança possam ser envolvidos de uma forma ativa no objetivo que se pretende alcançar.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldhahi, M. (2016). Why One Designer Is Making Protest Art More Feminine. Obtido de Magenta: <https://magenta.as/why-one-designer-is-making-protest-art-more-feminine-c9992b601e5d>
- Bártolo, J. (2015). Design Português (1960/1979) (Vol. 4). ESAD.
- Bashir, N. Y., Lockwood, P., Chasteen, A. L., Nadolny, D., & Noyes, I. (2013). The ironic impact of activist: Negative stereotypes reduce social change influence. *European Journal of Social Psychology*, 43, 614-626.
- Baxter, H. (2017). Exactly What Goes Into Designing A New Feminist Symbol. Obtido de Coveteur: <https://coveteur.com/2017/06/29/deva-pardue-for-all-womankind-graphic-designer-the-wing/>
- Bierut, M. (2012). The Poster that Launched a Movement (Or Not). Obtido de Design Observer: <https://designobserver.com/feature/the-poster-that-launched-a-movement-or-not/32588>
- Blitz. (2011). Ainda os Deolinda: depois da “geração rasca”, a “geração parva. Obtido de Blitz: <https://blitz.pt/principal/update/ainda-os-deolinda-depois-da-geracao-rasca-a-geracao-parva=f70478>
- Bonsiepe, G. (2011). Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher.
- Burkett, I. (2020). An Introduction to Co-Design. Knode.
- Carvalho, L., Cruz, C., Marque, C., Gonçalves, M., Machado, D., Posse, P., . . . Molino, M. (2012). Indignação contra a austeridade leva centenas de milhares de portugueses para a rua. Obtido de Jornal de Notícias: <https://www.jn.pt/nacional/dossiers/manifestacoes-do-15-de-setembro/indignacao-contra-a-austeridade-leva-centenas-de-milhares-de-portugueses-para-a-rua-2772523.html>
- Castells, M. (2015). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Polity Press.
- Civil rights posters, 1968. (s.d.). Obtido de The Gilder Lehrman - Institute Of American History: <https://www.gilderlehrman.org/history-resources/spotlight-primary-source/civil-rights-posters-1968>
- Correia, R. (s.d). MFA, Dinamização Cultural, Acção Cívica. Lisboa: Ulmeiro.
- Cranmer, J., & Zappaterra, Y. (2004). Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message. 10-29.
- Dandavate, U. (2019). Design Activism. Obtido de Medium: <https://medium.com/sonicrim-stories-from-the-edge/design-activism-496db463e5ee>
- Davis, D. (2008). Olympic athletes who took a stand. Obtido de Smithsonianmag: <https://www.smithsonianmag.com/articles/olympic-athletes-who-took-a-stand-593920/>
- Day, E. (2015). #BlackLivesMatter: the birth of a new civil rights movement. Obtido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2015/jul/19/blacklivesmatter-birth-civil-rights-movement>

- Dionísio, E. (1996). As práticas culturais, in Reis (ed), Portugal, Vinte Anos de Democracia. Temas e Debates.
- Drucker, J., & McVarish, E. (2009). Graphic design history: a critical guide. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Duarte, F. (2013). Oficinas Populares - Aqui e Agora. Obtido de Que Se Lixe a Troika : <http://queselixeatroika15setembro.blogspot.com/2013/02/oficina-populares-aqui-e-agora.html>
- Duarte, F. (2019). Traz outro amigo também: memórias cruzadas das oficinas populares de 2013. Em H. S. Silva, Que Força É Essa (pp. 19-29). Ephemera - Tinta da China.
- Duffield, C. (2020). Black Lives Matter fist symbol: Meaning and history behind the Black Power raised fist salute,. Obtido de INews: <https://inews.co.uk/news/black-lives-matter-fist-symbol-meaning-black-power-history-raised-explained-432838>
- Eisele, P. (2008). Bauhaus. Em Erlhoff, M., & Marshall, T., Design Dictionary (p. 41). Basel/Boston/Berlin: Birkhäuser Verlag.
- Epps, J. (s.d.). how iconic typographic picket signs became our eternal cry for justice. Obtido em s.d, de Typeroom: <https://www.typeroom.eu/article/how-iconic-typographic-picket-signs-became-our-eternal-cry-justice>
- Expresso. (2011). Adesão de 300 mil pessoas superou expectativas da organização. Obtido de Expresso: https://expresso.pt/dossies/dossiest_actualidade/dossie_geracao_a_rasca/adesao-de-300-mil-pessoas-superou-expectativas-da-organizacao=f637330
- Fernandes, A., Figueira, A., Cruz, C., Fonseca, C., Marques, C., Cerqueira, N., . . . Costa, Z. (2012). Mais de um milhão de pessoas nas ruas, segundo o movimento “Que se lixe a troika. Obtido de Jornal de Notícias: <https://www.jn.pt/politica/mais-de-um-milhao-de-pessoas-nas-ruas-segundo-o-movimento-que-se-lixo-a-troika-3085050.html>
- Ferreira, A. (2006). As eleições no Estado Novo – As eleições presidenciais de 1949 e 1958. Revista da faculdade de Letras - HISTÓRIA, 7.
- Findley, L. (2005). Building Change: Architecture, Politics and Cultural Agency. New York: Routledge.
- Finkelstein, A. (2017). SILENCE = DEATH: How an Iconic Protest Poster Came Into Being. Obtido de Lithub: <https://lithub.com/silence-death-how-an-iconic-protest-poster-came-into-being/>
- France24. (2020). Protesters around the world rally for George Floyd and against police brutality. Obtido de France 24: <https://www.france24.com/en/20200607-protesters-on-four-continents-support-george-floyd-black-lives-matter>
- Frascara, J. (1997). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2006). Graphic design: fine art or social scene. Em A. Bennet, Design studies: theory and research in graphic design. New York: Princeton Architectural Press.
- Fridays For Future. (s.d). Obtido de Fridays For Future: <https://fridaysforfuture.org/what-we-do/who-we-are/>
- Fuad-Luke, A. (2009). Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world. London, UK: Earthscan.
- Gailani, M. (s.d). I Am a Man – Dr. King and the Memphis Sanitation Workers’ Strike. Obtido de Tennessee State Museum: <https://tnmuseum.org/junior->

- curators/posts/i-am-a-man-dr-king-and-the-memphis-sanitation-workers-strike
- Geiling, N. (2013). The Confusing and At-Times Counterproductive 1980s Response to the AIDS Epidemic,. Obtido de Smithsonian Magazine:
<https://www.smithsonianmag.com/history/the-confusing-and-at-times-counterproductive-1980s-response-to-the-aids-epidemic-180948611/>
- Gonçalves, R. (2008). A cultura ao serviço da Revolução: Campanhas de Dinamização Cultural e Acção Cívica do MFA (Vol. Tese de Mestrado). ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Guardian, T. (2011). Occupy London: timeline of the St Paul's Cathedral protest camp. Obtido de The Guardian:
<https://www.theguardian.com/uk/2012/jan/18/occupy-london-timeline-protest-camp>
- Hester, R. (2005). Design activism for whom? Obtido de Frame Works:
<https://frameworks.ced.berkeley.edu/2005/design-activism-for-whom>
- Hickman, L. (2009). Climate Camp Where now for Climate Camp? Obtido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/environment/2009/aug/26/climate-camp-london>
- Hollis, R. (1994). Design Gráfico: uma história concisa. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Jordan, T. (2002). Activism! Direct Action, Hacktivism and The Future of Society. Londres, UK: Reaktion Books.
- Julier, G. (2006). From Visual Culture to Design Culture. Design Issues, 22, 64.
- Kalman, T. (1991). Good History Bad History. Design Review, 51.
- Kaste, M. (2011). Exploring Occupy Wall Street's Adbuster' Origins. Obtido de NPR:
<https://www.npr.org/2011/10/20/141526467/exploring-occupy-wall-streets-adbuster-origins?t=1629330483920>
- Lipcius, R. (2016). "Advocacy" and "Activism" Are Not Dirty Words—How Activists Can Better Help Conservation Scientists. Obtido de Frontiers:
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmars.2016.00229/full>
- Mckercher, K. (2020). Beyond Sticky Notes: Doing Co-design for real: mindsets, methods and movements. . Sydney, Australia: Beyond Sticky Notes.
- Misciagna, M. (2021). Celeste Caeiro, do Franjinhas para os livros de História. Obtido de Vogue Portugal: <https://www.vogue.pt/celeste-caeiro-revolucao-dos-cravos>
- Monteiro, P. (2019). Traz outro amigo também: memórias cruzadas das oficinas populares de 2013. Em H. S. Silva, Que Força É Essa. Ephemera - Tinta da China.
- Morales, A. (2018). On Losing Larry Payne. Obtido de MLK 50 - Justice Through Journalism: <https://mlk50.com/2018/03/29/on-losing-larry-payne/>
- Morse, J. (2017). Occupy Wall Street. Obtido de Learning to Give:
<https://www.learningtogive.org/resources/occupy-wall-street>
- Morse, J. (s.d). Occupy Wall Street. Obtido de Learning to Give:
<https://www.learningtogive.org/resources/occupy-wall-street>
- Nogueira, A. (2013). A Geração Rasca e os Velhos. Obtido de Jornal Público:
<https://www.publico.pt/2013/09/17/sociedade/opiniaio/a-geracao-rasca-e-os-velhos-1606070>
- Novin, G. (2012). Guilty Novin. Obtido de Chapter 60: Posters in Social Protests:
<http://guilty-novin.blogspot.ca/2012/08/chapter-60-posters-in-social-protests.html>

- Occupy Wall Street. (s.d.). Obtido de History of New York City:
<https://blogs.shu.edu/nyc-history/tours/occupy-wall-street/>
- Pais, P. (2017). O humor em protesto de rua – as manifestações anti-austeridade como espaço de discurso (in)formal e criativo (Vol. Tese de Mestrado). ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.
- Plant, S. (1992). *The Most Radical Gesture: the situationist international in a postmodern age*. Routledge, London and New York.
- RFI. (2013). Portugueses voltam às ruas para pedir fim da austeridade. Obtido de RFI:
<https://www.rfi.fr/pt/europa/20130302-portugueses-voltam-ruas-para-pedir-fim-da-austeridade>
- Saraiva, J., & Guerra, M. (1998). *Diário da História de Portugal*. Reader's Digest.
- Sasaki, S. (2008). The Role of Graphic Design in International Development. Obtido de Design Olympiad: <https://www.ico-d.org/connect/features/post/363.php>
- Schmidt, D. (2021). PROTEST POSTERS FOR THE GLOBAL CLIMATE STRIKE. Obtido de What Design Can Do: <https://www.whatdesigncando.com/stories/climate-strike-2021-artists/>
- Shells, J. (s.d). Occupy Wall Street Poster Design. Obtido de Jason Shelowitz:
<http://www.jayshells.com/ows>
- Silver, S., & Lawrence, D. (2016). The Battle of Cable Street: 80 years on. Obtido de Cable Street: <http://www.cablestreet.uk>
- Snoad, L. (2019). Designers and young activists team up to create placards for mass climate strikes. Obtido de It's Nice That:
<https://www.itsnicethat.com/news/iloveyou-climate-strikes-placards-graphic-design-150319>
- Speier, H. (1998). Wit and Politics: An Essay on Power and Laughter. *The American Journal of Sociology*, 1352 - 1401.
- Sperry, R. (2005). Obtido de Prison Legal News:
<https://www.prisonlegalnews.org/news/2005/nov/15/prison-design-boycott-a-challenge-to-the-professional-business-of-incarceration/>
- Stout, J. (2020). The History of the Raised First, a global symbol of fighting oppression. Obtido de National Geographic:
<https://www.nationalgeographic.com/history/article/history-of-raised-fist-global-symbol-fighting-oppression>
- Sundblad, Y. (2010). UTOPIA: Participatory Design from Scandinavia to the World. *Human-Computer Interaction, Computer Science and Communication*, 176-186.
- Taylor, V., & Van Dyke, N. (2007). Get up, Stand up: Tactical Repertoires of Social Movements. Obtido de DocPlayer: <https://docplayer.net/20618406-Get-up-stand-up-tactical-repertoires-of-social-movements.html>
- Thomas, W. (2017). The Loeb's: Exploited black labor and inherited white wealth. Obtido de MLK 50 – Justice Through Journalism:
<https://mlk50.com/2017/04/25/the-loeb's-exploited-black-labor-and-inherited-white-wealth/>
- Thorpe, A. (2011). Defining Design as Activism. *Journal of Architectural Education*. Obtido de <https://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>
- Thorpe, A. (2014). Design Activism: To Resist or To Generate? Obtido de <https://current.ecuad.ca/design-as-activism-to-resist-or-to-generate>

- Trammel, J., & Francis, C. (2020). Silence=Death, VOTE – Take a lesson from AIDS activism on Nov. 3. Obtido de Washington Blade: https://www.washingtonblade.com/2020/08/07/silence-death-vote/?__cf_chl_jschl_tk__=pmd_qG_gRqufsS22lft5sK6lOqClw1sugLrlFvV6D_dh tvU-1629236332-0-gqNtZGzNAjucnBszQal
- Tunstall, D. (2017). Seven Principles of Designing Conditions for Community Self-Determination by Dori Tunstall. Em Johnson, K., & Williams, S., A Feminist Organization's Handbook (pp. 22-23). Womens Center For Creative Work.
- Typeroom. (2015). How iconic typographic picket signs became our eternal cry for justice. Obtido de Typeroom: <https://www.typeroom.eu/article/how-iconic-typographic-picket-signs-became-our-eternal-cry-justice>
- Vicente, J. S. (1994). Geração Rasca? Obtido de Jornal Público: <https://www.publico.pt/2020/09/08/politica/editorial/geracao-rasca-1930820>
- Wahlström, M., Sommer, M., Kocyba, P., De Vydt, M., de Moor, J., & Davies, S. (2019). Protest for a future: composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 15 March, 2019 in 13 European cities. Obtido de Keele University: https://eprints.keele.ac.uk/6536/1/Protest%20for%20a%20future_GCS%2015.03.19%20Descriptive%20Report-2.pdf
- Walman, R. (2018). Sanitation Workers, the Declaration of Independence, and an 18th-century English Potter: Tracing the roots of the Iconic “I Am a man” Poster. Obtido de New York Historical Society: <https://historydetectives.nyhistory.org/2018/04/sanitation-workers-the-declaration-of-independence-and-an-18th-century-english-potter-tracing-the-roots-of-the-iconic-i-am-a-man-poster/>
- Waxman, O. (2018). How the Nazi Regime's Pink Triangle Symbol Was Repurposed for LGBTQ Pride. Obtido de Time Magazine: <https://time.com/5295476/gay-pride-pink-triangle-history/>
- Weiler, M., Anthony, W., & Mckenzie, W. (2016). Co-design: a powerfull force for Creativity and Collaboration. Obtido de Medium: <https://medium.com/@thestratosgroup/co-design-a-powerful-force-for-creativity-and-collaboration-bed1e0f13d46>
- Weisenthau, J., & Johnson, R. (2011). Here's How Occupy Wall Street Came To A Sudden, Unexpected End Today. Obtido de Business Insider: <https://www.businessinsider.com/how-police-cleared-occupy-wall-street-2011-11>
- Weitz, E. (1997). Creating German Communism, 1890-1990: From Popular Protests to Socialist State. Princeton University Press, 3.
- WeTransfer. (2018). WeTransfer Launches Content Platform WePresent Highlighting Creativity Around the Globe. Obtido de WeTransfer: <https://wetransfer.pr.co/163510-wetransfer-launches-content-platform-wepresent>
- Wong, B. (2013). Doze anos de protestos estudantis. Obtido de Jornal Público: <https://www.publico.pt/2003/11/06/jornal/doze-anos-de-protestos-estudantis-207358>
- Yardley, W. (2011). The Branding of the Occupy Movement. Obtido de The New York Times: <https://www.nytimes.com/2011/11/28/business/media/the-branding-of-the-occupy-movement.html>

ANEXOS

Anexo A – Architects/ Designers / Planners for Social Responsibility: Prison Design Boycott

CONCRETE & STEEL
DON'T CARE WHETHER THEY MAKE A
SCHOOL or a PRISON but...
SHOULDN'T YOU?

BOYCOTT
PRISON
DESIGN

THE STATS

There are **2 million people** locked up in federal, state, and county facilities. More than **6 million people** are in parole or probation.

The United States **incarcerates more people** than any other country in the world.

Every day in the United States **200 new jail cells** are constructed.

Black people are **7.8 times more likely to be imprisoned** than whites when convicted of the same crime.

AN EXPENSIVE PRICE TO PAY

Prisons cost taxpayers over **\$32 billion** a year.

Every year that an inmate spends in prison costs \$22,000; **The cost of a full life term averages \$1.5 million.**

Over the course of the last 20 years, the amount of money spent on **prisons increased by 570%** while that spent on elementary and secondary **education increased by only 33%.**

GET INVOLVED! Check out www.adpsr.org for information about how you can join the prison boycott campaign and contribute to social justice in the U.S.

Anexo B – Climate Camp Space For Change



Anexo C – Declaração de Independência dos Estados Unidos da América

IN CONGRESS, JULY 4, 1776.
A DECLARATION
BY THE REPRESENTATIVES OF THE
UNITED STATES OF AMERICA,
IN GENERAL CONGRESS ASSEMBLED.

WHEN in the Course of human Events, it becomes necessary for one People to dissolve the Political Bands which have connected them with another, and to assume among the Powers of the Earth, the separate and equal Station to which the Laws of Nature and of Nature's God entitle them, a decent Respect to the Opinions of Mankind requires that they should declare the causes which impel them to the Separation.

We hold these Truths to be self-evident, that all Men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty, and the Pursuit of Happiness—That to secure these Rights, Governments are instituted among Men, deriving their just Powers from the Consent of the Governed, that whenever any Form of Government becomes destructive of these Ends, it is the Right of the People to alter or to abolish it, and to institute new Government, laying its Foundation on such Principles, and organizing its Powers in such Form, as to them shall seem most likely to effect their Safety and Happiness. Prudence, indeed, will dictate that Governments long established should not be changed for light and transient Causes; and accordingly all Experience hath shewn, that Mankind are more disposed to suffer, while evils are sufferable, than to right themselves by abolishing the Forms to which they are accustomed. But when a long Train of Abuses and Usurpations, pursuing invariably the same Object, evinces a Design to reduce them under absolute Despotism, it is their Right, it is their Duty, to throw off such Government, and to provide new Guards for their future Security. Such has been the patient Sufferance of these Colonies; and such is now the Necessity which constrains them to alter their former Systems of Government. The History of the present King of Great-Britain is a History of repeated Injuries and Usurpations, all having in direct Object the Establishment of an absolute Tyranny over these States. To prove this, let Facts be submitted to a candid World.

He has refused his Assent to Laws, the most wholesome and pressing Importance, unless suspended in their Operation till his Assent should be obtained; and when so suspended, he has utterly neglected to attend to them.

He has refused to pass other Laws for the Accommodation of large Districts of People, unless those People would relinquish the Right of Representation in the Legislature, a Right inestimable to them, and formidable to Tyrants only.

He has called together legislative Bodies at Places unusual, uncomfortable, and distant from the Depository of their public Records, for the sole Purpose of fatiguing them into Compliance with his Measures.

He has dissolved Representative Houses repeatedly, for opposing with manly Firmness his Invasions on the Rights of the People.

He has refused for a long Time, after such Dissolutions, to cause others to be elected; whereby the Legislative Powers, incapable of Annihilation, have returned to the People at large for their exercise; the State remaining in the mean time exposed to all the Dangers of Invasion from without, and Convulsions within.

He has endeavoured to prevent the Population of these States; for that Purpose obstructing the Laws for Naturalization of Foreigners; refusing to pass others to encourage their Migrations hither, and raising the Conditions of new Appropriations of Lands.

He has obstructed the Administration of Justice, by refusing his Assent to Laws for establishing Judiciary Powers.

He has made Judges dependent on his Will alone, for the Tenure of their Offices, and the Amount and Payment of their Salaries.

He has erected a Multitude of new Offices, and sent hither Swarms of Officers to harass our People, and eat out their Substance.

He has kept among us, in Times of Peace, Standing Armies, without the Consent of our Legislatures.

He has affected to render the Military independent of and superior to the Civil Power.

He has combined with others to subject us to a Jurisdiction foreign to our Constitution, and unacknowledged by our Laws; giving his Assent to their Acts of pretended Legislation:

- For quartering large Bodies of Armed Troops among us;
- For protecting them, by a mock Trial, from Punishment for any Murders which they should commit on the Inhabitants of these States;
- For cutting off our Trade with all Parts of the World;
- For imposing Taxes on us without our Consent;
- For depriving us, in many Cases, of the Benefits of Trial by Jury;
- For transporting us beyond Seas to be tried for pretended Offences;
- For abolishing the free System of English Laws in a neighbouring Province, establishing therein an arbitrary Government, and enlarging its Boundaries, so as to render it at once an Example and fit Instrument for introducing the same absolute Rule into these Colonies;
- For taking away our Charters, abolishing our most valuable Laws, and altering fundamentally the Forms of our Governments;
- For suspending our own Legislatures, and declaring themselves invested with Power to legislate for us in all Cases whatsoever.

He has abdicated Government here, by declaring us out of his Protection and waging War against us.

He has plundered our Seas, ravaged our Coasts, burnt our Towns, and destroyed the Lives of our People.

He is at this Time, transporting large Armies of foreign Mercenaries to compleat the Works of Death, Desolation, and Tyranny, already begun with circumstances of Cruelty and Perfidy, scarcely paralleled in the most barbarous Ages, and totally unworthy the Head of a civilized Nation.

He has constrained our fellow Citizens taken Captive on the high Seas to bear Arms against their Country, to become the Executioners of their Friends and Brethren, or to fall themselves by their Hands.

He has excited domestic Insurrections amongst us, and has endeavoured to bring on the Inhabitants of our Frontiers, the merciless Indian Savages, whose known Rule of Warfare, is an undistinguished Destruction, of all Ages, Sexes and Conditions.

In every Stage of these Oppressions we have Petitioned for Redress in the most humble Terms: Our repeated Petitions have been answered only by repeated Injury. A Prince, whose Character is thus marked by every act which may define a Tyrant, is unfit to be the Ruler of a free People.

No Man have we been wanting in Attention to our British Brethren. We have warned them from Time to Time of Attempts by their Legislature to extend an unwarrantable Jurisdiction over us. We have reminded them of the Circumstances of our Emigration and Settlement here. We have appealed to their native Justice and Magnanimity, and we have conjured them by the Ties of our common Kindred to disavow these Usurpations, which would inevitably interrupt our Connections and Correspondence. They too have been deaf to the Voice of Justice and of Contiguity. We must, therefore, acquiesce in the Necessity, which denounces our Separation, and hold them, as we hold the rest of Mankind, Enemies in War, in Peace, Friends.

We, therefore, the Representatives of the UNITED STATES OF AMERICA, in GENERAL CONGRESS ASSEMBLED, appealing to the Supreme Judge of the World for the Rectitude of our Intentions, do, in the Name, and by Authority of the good People of these Colonies, solemnly Publish and Declare, That these United Colonies are, and of Right ought to be, FREE AND INDEPENDENT STATES; that they are absolved from all Allegiance to the British Crown, and that all political Connection between them and the State of Great-Britain, is and ought to be totally dissolved; and that as FREE AND INDEPENDENT STATES, they have full Power to levy War, conclude Peace, contract Alliances, establish Commerce, and to do all other Acts and Things which INDEPENDENT STATES may of right do. And for the support of this Declaration, with a firm Reliance on the Protection of divine Providence, we mutually pledge to each other our Lives, our Fortunes, and our sacred Honor.

Signed by ORDER and in BEHALF of the CONGRESS,

JOHN HANCOCK, PRESIDENT.

ATTEST.
CHARLES THOMSON, SECRETARY.

PHILADELPHIA: PRINTED BY JOHN DUNLAP.



