

**DESIGN E TRANSFORMAÇÃO: POSSIBILIDADES PROFISSIONAIS E  
AUTONOMIA FINANCEIRA ATRAVÉS DO EMPODERAMENTO GRÁFICO**  
*DESIGN AND TRANSFORMATION: PROFESSIONAL POSSIBILITIES AND FINANCIAL  
AUTONOMY THROUGH GRAPHIC EMPOWERMENT*

Lucía Silveira Alda<sup>1</sup>, Alice Albo Neves Cardoso<sup>2</sup>, Maria Eduarda Cunha da Silveira<sup>3</sup>

**Resumo:** O curso “Empoderamento Gráfico”, promovido pelo Núcleo de Estudos e Pesquisa em Gênero e Sexualidade (NEPGS) do câmpus Rio Grande do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), foi realizado ao longo do ano letivo de 2024, com o intuito de capacitar e empoderar jovens meninas do ensino médio em comunicação visual. Essa iniciativa desempenhou um papel crucial no desenvolvimento da economia criativa e na promoção da participação feminina em um campo historicamente dominado por homens. A formação abordou habilidades técnicas essenciais, incluindo o processo criativo em design gráfico, a construção de *moodboards*, e os princípios de composição, cor e tipografia, além de introduzir ferramentas digitais como a plataforma *Canva*. Essa abordagem desenvolveu competências individuais e também fomentou uma rede de compartilhamento de saberes entre as participantes. O curso também buscou promover possibilidades de autonomia financeira das alunas, apresentando o mercado criativo como uma oportunidade viável de renda. A pesquisa realizada, por meio de um questionário aplicado durante o curso, revelou que as jovens passaram a perceber o design gráfico como uma possibilidade de carreira, resultando em um aumento significativo de sua confiança e potencial de inserção no mercado de trabalho. O curso não apenas proporcionou uma forma de expressão significativa, mas também desafiou normas sociais estabelecidas, contribuindo para a construção de uma sociedade mais inclusiva e representativa. Essa experiência ilustra a importância de iniciativas educacionais que não apenas capacitam, mas transformam a vida das jovens, ampliando suas perspectivas profissionais e pessoais.

**Palavras-chave:** Autonomia Financeira; Comunicação Visual; Economia Criativa; Empoderamento Feminino; Design.

**Abstract:** The “Graphic Empowerment” course, promoted by the Center for Studies and Research in Gender and Sexuality (NEPGS) of the Rio Grande campus of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Rio Grande do Sul (IFRS), was held throughout the academic year of 2024, with the aim of training and empowering young high school girls in visual communication. This initiative has played a crucial role in developing the creative economy and promoting female participation in a historically male-dominated field. The training covered essential technical skills, including the creative process in graphic design, the construction of moodboards, and the principles of composition, color and typography, in addition to introducing digital tools such as the Canva platform. This approach not only developed individual skills, but also fostered a network of knowledge sharing among participants. The course also sought to promote possibilities for financial autonomy of students, presenting the creative market as a viable income opportunity. The research carried out through a questionnaire administered during the course revealed that young women began to see graphic design as a career possibility, resulting in a significant increase in their confidence and potential for entry into the job market. The course not only provided a meaningful form of expression, but also challenged established social norms, contributing to the construction of a more inclusive and representative society. This experience illustrates the importance of educational initiatives that not only empower, but transform the lives of young women, expanding their professional and personal perspectives.

**Keywords:** Financial Autonomy; Visual Communication; Creative Economy; Female Empowerment; Design.

**Data de submissão:** 14 de outubro de 2024

**Data de aprovação:** 01 de novembro de 2024

<sup>1</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS/Campus Rio Grande), lucia.alda@riogrande.ifrs.edu.br

<sup>2</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS/Campus Rio Grande), alicealboneves@gmail.com

<sup>3</sup> Universidade Federal do Rio Grande (FURG/Campus Rio Grande), eds.designgrafico@gmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação visual, um meio poderoso que transcende barreiras linguísticas e culturais, pode conectar pessoas de maneiras inovadoras (Hobbs, Clarke, Rathborne, 2017). Nesse contexto, os designers gráficos desempenham um papel crucial, não apenas moldando as representações da sociedade, mas também facilitando o acesso à informação e às ideias (Lupton *et al.*, 2021). Segundo Lupton *et al.* (*ibidem*), eles são os arquitetos visuais da cultura e das interfaces pelas quais as pessoas interagem com o mundo. Na era das redes sociais, a relevância da comunicação visual aumentou significativamente, pois essas plataformas se tornaram epicentros de interação social, especialmente entre os jovens (Russmann, Svensson, 2017).

Com o advento dessas plataformas, aliado ao uso de ferramentas de criação gráfica como *Canva* e *Photoshop*, a elaboração e o compartilhamento de artefatos multimodais foram popularizados, criando um espaço criativo sem precedentes. Isso catalisou o surgimento de novas linguagens comunicativas e práticas criativas, ampliando as possibilidades de produção multimídia (Adami, Jewitt, 2016). A habilidade de criar e compartilhar esses artefatos nunca foi tão acessível, abrindo novas oportunidades para a expressão e geração de conteúdo.

No contexto da economia criativa, onde criatividade, simbolismo e economia convergem, o design gráfico e a comunicação visual assumem uma posição de destaque (Oliveira, Araújo, Silva, 2013). A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010) destaca a criatividade como elemento central na produção de bens e serviços, com forte dependência da propriedade intelectual e uma orientação para mercados amplos. Isso reflete como a economia criativa se baseia no conteúdo simbólico, com a criatividade sendo o fator dominante na produção (Oliveira, Araújo, Silva, 2013).

Ainda que a comunicação visual seja uma ferramenta poderosa para a construção identitária de pessoas e grupos, tanto *online* quanto *offline*, a marginalização das mulheres nesse campo é exacerbada por estruturas sociais que suprimem grupos com base em gênero, raça e orientação sexual. Os princípios eurocêntricos do design moderno, embora inicialmente concebidos como ferramentas de emancipação, muitas vezes reforçam desigualdades e silenciam uma diversidade de vozes e perspectivas (Lupton *et al.*, 2021). O feminismo, nesse contexto, emerge como uma prática alternativa e crítica no design, desafiando preconceitos e privilégios. Ele busca ampliar a representação de diferentes formas de existência e dar espaço a vozes historicamente marginalizadas na comunicação visual (Pater, 2016).

Isto posto, é crucial reconhecer que o design vai além de uma prática comercial; trata-se, essencialmente, de uma forma de criação cultural, o que demanda responsabilidade e sensibilidade. Compreender que a comunicação está permeada por valores e preconceitos culturais é essencial para abordar as falhas comunicacionais e reconhecer a necessidade urgente de uma representação mais inclusiva no campo do design.

Nesse sentido, no ano letivo de 2024, o Núcleo de Estudos e Pesquisas em Gênero e Sexualidade (NEPGS) do câmpus Rio Grande do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) desenvolveu o curso de extensão "Empoderamento Gráfico: capacitando redes de meninas no ensino médio em comunicação", voltado para jovens estudantes do ensino médio do município de Rio Grande, no Rio Grande do Sul. Dessa forma, ao capacitar essas meninas em habilidades de comunicação visual, busca-se não apenas dinamizar a economia criativa local e introduzir novas perspectivas e talentos, como também promover e fortalecer a participação feminina em um campo historicamente dominado por homens. Além de formar jovens da comunidade, o projeto visa criar uma rede de compartilhamento de saberes, promovendo um efeito multiplicador, onde as participantes do curso estarão aptas a transmitir os conhecimentos adquiridos para outras jovens, ampliando e aprimorando ideias.

A inserção dessas jovens no mercado criativo lhes oferece oportunidades para a complementação de renda e independência financeira, além de novas perspectivas de carreira, contribuindo para seu bem-estar e autoconfiança. O empoderamento por meio da comunicação visual possibilita a expressão significativa, desafiando normas sociais e colaborando para uma sociedade mais justa, inclusiva e representativa. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é analisar como o curso impactou as participantes em relação à independência financeira, confiança profissional e perspectiva sobre o mercado de design gráfico.

## **2 CURSO "EMPODERAMENTO GRÁFICO"**

### **2.1 ESTRUTURA DIDÁTICO-METODOLÓGICA**

O curso de extensão "Empoderamento Gráfico" foi disposto de forma sistemática e sequencial, ao longo de dez encontros semanais, com duração de duas horas cada, reunindo meninas estudantes do ensino médio com pouco ou nenhum conhecimento prévio em design gráfico. Após ampla divulgação do curso para a comunidade interna e externa do câmpus as

inscrições foram abertas entre os dias 15 e 23 de julho e realizadas por meio de um formulário online. Foram selecionadas onze alunas ao todo.

A metodologia adotada no curso é pautada nos princípios de Aprendizagem Ativa e Baseada em Projetos (Bacich, Moran, 2018; Alda, 2018), priorizando a prática e o envolvimento ativo das alunas no processo de construção do conhecimento. Norteadas a partir da reflexão de como a capacitação em comunicação visual pode contribuir para a equidade de gênero e o empoderamento de jovens meninas em um contexto de economia criativa, traçamos como objetivos deste trabalho a promoção da equidade de gênero no campo da comunicação visual, a criação de uma rede de apoio e conhecimento que beneficie a comunidade, e o desenvolvimento de uma consciência crítica e social nas alunas, por meio de projetos que abordem temas de diversidade e inclusão.

As aulas foram realizadas às segundas-feiras, das 16h10 às 18h10, na sala 213 do Pavilhão Central do câmpus Rio Grande do IFRS. O planejamento do curso envolveu uma série de reuniões prévias, nas quais foram discutidos e definidos o conteúdo programático, os materiais e ferramentas didáticas a serem utilizados, bem como a logística das aulas.

O processo de planejamento considerou os critérios de seleção das participantes e a estrutura didática das aulas, visando garantir que o conteúdo estivesse adaptado ao público-alvo: jovens estudantes do ensino médio, com pouca ou nenhuma experiência em design gráfico. O conteúdo das aulas foi pensado para evoluir de maneira gradual, partindo de conceitos básicos até tópicos mais avançados, assegurando a progressão no aprendizado.

Um formulário de inscrição foi elaborado com o objetivo de captar informações sobre as estudantes interessadas, como o nível de conhecimento prévio em design, expectativas em relação ao curso e motivações para participar. A seleção priorizou meninas do ensino médio, tanto da comunidade interna quanto externa do câmpus, com foco especial em jovens com pouca familiaridade com a comunicação visual, promovendo a inclusão e a equidade de gênero.

Durante as aulas, cada encontro foi planejado para oferecer atividades práticas que complementam os conceitos teóricos apresentados, proporcionando uma abordagem dinâmica e interativa. As metodologias utilizadas incluíram explanação teórica, atividades colaborativas, uso de ferramentas digitais e momentos de reflexão e feedback. A estrutura sequencial do curso permitiu que as participantes desenvolvessem gradualmente suas habilidades, com cada aula construindo sobre o conhecimento adquirido anteriormente, criando uma base sólida em design gráfico.

Assim, a metodologia do curso foi centrada na prática e no engajamento ativo das alunas, com uma abordagem que visava não apenas desenvolver competências técnicas, mas também promover o empoderamento e a confiança das participantes, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional.

O curso foi estruturado em dez aulas semanais realizadas no Laboratório 213 do Pavilhão Central do IFRS Campus Rio Grande. Cada aula abordou temas fundamentais do design gráfico, com atividades práticas para fortalecer o aprendizado, promovendo também reflexões sobre o papel do design na economia criativa e na equidade de gênero.

Quadro 1 – Conteúdo programático

<b>AULA 1</b>	Apresentação do cronograma, da turma e do que será abordado no curso; Informações gerais
<b>AULA 2:</b>	<i>Moodboards</i> : explorando o processo criativo em design gráfico
<b>AULA 3:</b>	Introdução ao Canva
<b>AULA 4:</b>	Introdução ao Canva - Parte 2
<b>AULA 5:</b>	Princípios básicos do design: bases da composição em design gráfico
<b>AULA 6:</b>	Princípios básicos do design: cor e tipografia
<b>AULA 7:</b>	Projeto final: criando posters para apresentação na IX Semana Feminista
<b>AULA 8:</b>	Projeto final: Apresentação dos posters e organização no espaço
<b>AULA 9:</b>	Comunicação para as telas: introdução às redes sociais e ao marketing de conteúdo
<b>AULA 10:</b>	Mini bootcamp de comunicação: criando estratégias e materiais digitais para um evento fictício

Fonte: elaborada pelas autoras.

As aulas iniciais focaram nos conceitos básicos de design, como composição, cor e tipografia, utilizando o *Canva* como ferramenta principal devido à sua acessibilidade. A metodologia empregou gamificação e dinâmicas para facilitar o aprendizado e engajar as alunas. Ao longo do curso, as alunas desenvolveram moodboards e projetos de composição, exercitando sua criatividade e aplicando os conhecimentos adquiridos em atividades desafiadoras, como a criação de pôsteres para a IX Semana Feminista do NEPGS.

Em aulas intermediárias, o foco foi a criação de um portfólio digital, ressaltando a importância de documentar os trabalhos para oportunidades futuras, como estágios e freelancing. Além disso, foram discutidos temas como precificação de serviços e gestão financeira, para capacitar as alunas em relação à autonomia financeira. O curso também

incentivou o desenvolvimento de projetos pessoais, promovendo a expressão individual e o aprofundamento em áreas de interesse.

As aulas foram planejadas de forma colaborativa, estimulando o trabalho em grupo e o compartilhamento de experiências. O uso de ferramentas digitais como Google Classroom, Google Drive e WhatsApp auxiliou na continuidade do aprendizado fora das aulas, permitindo um acompanhamento constante do progresso das alunas. Como resultado, observou-se uma evolução significativa não apenas nas habilidades técnicas, mas também na confiança das alunas em gerar renda e construir uma carreira no design gráfico, culminando na exposição dos pôsteres na IX Semana Feminista, reforçando o empoderamento e a visibilidade de seus trabalhos.

## 2.2 COLETA DE DADOS

A fim de investigar os impactos do curso na vida das participantes, desenvolvemos e aplicamos um questionário semiestruturado, composto por perguntas abertas e fechadas. O objetivo principal foi compreender como o design gráfico poderia contribuir para a autonomia financeira das alunas, além de explorar suas percepções sobre independência financeira, as oportunidades oferecidas pela economia criativa, e o impacto do curso em seu empoderamento pessoal.

O questionário envolveu um total de cinco questões principais que se desdobraram em tópicos relacionados à independência financeira, ao papel do design gráfico como ferramenta de empoderamento, e às possíveis carreiras na área da economia criativa. As perguntas foram formuladas para permitir uma avaliação abrangente das percepções e expectativas das alunas, utilizando tanto escalas de concordância como respostas discursivas, de modo a captar nuances e subjetividades que pudessem enriquecer a análise dos resultados.

Adicionalmente, foram levantadas questões sobre as expectativas das alunas em relação à autonomia financeira, e a contribuição do curso para a construção dessa independência. Perguntas como “O que a independência financeira significa para você?” e “Você acredita que o design gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para alcançar a autonomia financeira? Por quê?” visaram identificar os principais valores e desafios percebidos pelas alunas em relação à conquista da independência. Essas respostas, coletadas em formato livre, foram analisadas por meio de uma abordagem qualitativa, buscando identificar padrões e temas recorrentes que pudessem ilustrar o impacto do curso na vida das alunas.

As respostas foram categorizadas em temas principais, como “liberdade financeira”, “oportunidades no design gráfico” e “desafios da profissão”, permitindo uma visão clara sobre a eficácia percebida do curso e as áreas onde as alunas consideravam necessário aprofundar seus conhecimentos.

### **3 POSSIBILIDADES PROFISSIONAIS E EMANCIPAÇÃO FINANCEIRA**

O questionário aplicado às estudantes do curso "Empoderamento Gráfico" revelou resultados significativos sobre o impacto da participação no programa, especialmente em relação à autonomia financeira, à confiança no uso de habilidades em design gráfico e ao empoderamento pessoal.

Quando questionadas sobre o que significa independência financeira na visão particular de cada uma, a maioria das estudantes associaram a independência financeira à autonomia pessoal, principalmente na liberdade de fazer escolhas e não depender de terceiros, reforçando a ideia de controle sobre suas próprias vidas e carreiras. Essa visão foi particularmente reforçada por depoimentos que destacaram a importância de ter renda própria para garantir segurança e estabilidade, refletindo a motivação das alunas em buscar uma carreira mais autônoma.

Sobre o potencial do design gráfico como ferramenta para a autonomia financeira, todas as participantes responderam positivamente, com 100% acreditando que as habilidades adquiridas no curso poderiam ser utilizadas para gerar renda. Algumas, inclusive, já estão aplicando o conhecimento adquirido para vender comissões de ilustração ou criar conteúdo para redes sociais. Além disso, as respostas indicaram que as alunas enxergam o design gráfico como uma área com alta demanda do mercado e flexibilidade, sendo uma opção viável tanto para trabalhar como *freelancer* quanto para atuar em empresas. A flexibilidade e a possibilidade de trabalhar remotamente foram fatores destacados por muitas, destacando que o design gráfico pode ser uma profissão versátil.

A maioria das participantes já tinha considerado uma carreira no design gráfico ou na economia criativa, mas algumas não sabiam como começar ou não haviam pensado nisso antes do curso. Isto aponta que o curso teve um papel significativo em orientar as participantes que já tinham interesse na área, mas não sabiam como dar os primeiros passos. No que diz respeito à confiança em seguir uma carreira na área, 60% das participantes afirmaram sentir-se "muito mais confiantes" após os primeiros encontros, e 40% disseram estar "um pouco mais confiantes". Esse dado reforça o papel do curso não só no

desenvolvimento de habilidades técnicas, mas também na construção de autoconfiança e autoestima profissional. Um ponto central foi a criação de um portfólio pessoal, visto pelas alunas como um importante recurso para buscar oportunidades futuras no mercado de trabalho. Esse aumento da confiança das participantes é um dos principais impactos do curso, mostrando que a capacitação técnica, aliada ao incentivo à criatividade, tem efeitos

Os resultados também evidenciaram que 80% das alunas consideram que o curso contribuiu significativamente para o empoderamento pessoal e a autonomia financeira, sendo um catalisador para elas se sentirem preparadas para o mercado. Entre as principais dificuldades apontadas para alcançar a independência financeira, as participantes mencionaram a competitividade no mercado, a precificação dos serviços, a gestão do tempo e a necessidade de continuar se atualizando. É importante destacar que, embora as habilidades adquiridas no curso proporcionem novas oportunidades, as participantes estão cientes dos desafios do mercado, especialmente a necessidade de aprimorar continuamente suas competências.

Finalmente, as alunas expressaram um forte desejo de continuar aprendendo, especialmente sobre marketing digital, precificação e gestão financeira para freelancers, indicando que o curso ofereceu uma base sólida, mas que elas reconhecem a importância de aprofundar esses conhecimentos para fortalecer sua atuação no mercado criativo. Esses resultados demonstram que o curso conseguiu atingir seus objetivos, promovendo não apenas a capacitação técnica, mas também contribuindo para a autonomia e o empoderamento das participantes.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O curso "Empoderamento Gráfico" demonstrou ser uma iniciativa transformadora, capaz de capacitar jovens mulheres em design gráfico, promovendo possibilidades de autonomia financeira e empoderamento pessoal. Através da análise dos resultados, ficou evidente que as participantes não apenas adquiriram habilidades técnicas, mas também desenvolveram maior confiança para considerar uma carreira no design gráfico e enfrentar desafios do mercado de trabalho. A criação de portfólios, aliada à compreensão da relevância do design gráfico na economia criativa, contribuiu para o aumento da autoestima profissional e para a visão de novas oportunidades de carreira.

Verificamos que a continuidade de iniciativas como esta é essencial para ampliar o acesso de mulheres a áreas tradicionalmente dominadas por homens, promovendo a equidade

de gênero no mercado criativo. Ações que integram capacitação técnica com abordagens reflexivas sobre questões sociais, como o empoderamento feminino e a inclusão, têm o potencial de transformar realidades, não só das participantes, mas da comunidade como um todo.

Além disso, o curso proporcionou um espaço de apoio mútuo e colaboração, permitindo às participantes superar disparidades iniciais de conhecimento por meio de metodologias inclusivas, como gamificação e atividades práticas. Ainda, essa experiência contribuiu para a criação de uma rede de compartilhamento de saberes, amplificando o impacto do curso na comunidade.

Por fim, os desafios identificados, como a competitividade do mercado e a necessidade de aprimorar conhecimentos em gestão financeira, indicam que o caminho para a autonomia financeira requer um aprendizado contínuo. No entanto, o curso "Empoderamento Gráfico" consolidou-se como uma ferramenta eficaz para impulsionar a carreira dessas jovens meninas, oferecendo-lhes não apenas habilidades técnicas, mas também a confiança necessária para prosperar no mercado criativo e construir uma trajetória autônoma e bem-sucedida.

## REFERÊNCIAS

ADAMI, E.; JEWITT, C. **Special Issue:** Social media and the visual. *Visual Communication*, v. 15, n. 3, p. 263-270, 2016.

ALDA, L. S. Metodologias (cri)ativas na escola: a multiplicidade da aprendizagem de língua inglesa baseada em projetos. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

BACICH, L.; MORAN, J. **Metodologias ativas para uma educação inovadora:** uma abordagem teórico-prática [recurso eletrônico] / Organizadores, Lilian Bacich, José Moran. – Porto Alegre: Penso, 2018.

HOBBS, K.; CLARKE, S.; RATHBORNE, A. **The Power of Visual Communication:** Showing your story to land the message. 2017. Disponível em: <https://www.pwc.com.au/the-difference/the-power-of-visual-communication-apr17.pdf>. Acesso em 20 set. 2024.

LUPTON, E.; KAFEI, F.; TOBIAS, J.; HALSTEAD, J. A.; SALES, K.; XIA, L.; VERGARA, V. **Extra bold:** A feminist inclusive anti-racist nonbinary field guide for graphic designers (1ª Ed.) Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2021.

OLIVEIRA, J. M.; ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro, out. de 2013. Disponível em: [https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD\\_1880.pdf](https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf). Acesso em: 6 out. 2023.

PATER, R. **The politics of design**: a (not so) global manual for visual communication. Amsterdam: Bis Publishers, 2016.

RUSSMANN, U.; SVENSSON, J. Introduction to Visual Communication in the Age of Social Media: Conceptual, Theoretical and Methodological Challenges. **Media and Communication**, v. 5, n. 4, p. 1-5, 2017.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative economy report 2010**: Creative economy: a feasible development option. United Nations, 2010.

### **AGRADECIMENTO**

O presente trabalho foi realizado com apoio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - Campus Rio Grande, a partir do Programa Institucional de Bolsas de Extensão (PIBEX) do Edital de Auxílio Institucional à Extensão 2024.