

**DESAFIOS PARA UMA CIDADANIA PLENA:  
A QUESTÃO DO DESIGN URBANO SEM GÊNERO**

Flávio Silvério da Silva<sup>1</sup>  
Paulo Henrique Caetano<sup>2</sup>  
Virgínia Reis Braga<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo reflete sobre a paisagem urbana contemporânea em termos de práticas espaciais, levando em consideração o design urbano sem gênero, ou seja, espaços projetados prezando a segurança de todas as identidades de gênero. Para tanto, iremos discutir os dados de uma pesquisa com estudantes da UFSJ, trazer formulações acadêmicas que nos motivaram, observar alguns exemplos alternativos de design de moda, de publicidade e de música, e apresentar 4 iniciativas de boas práticas para contribuir na indução de ações sociais e projetuais mais sustentáveis e urbanamente configuradas para todas as pessoas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Design sem gênero; Cidadania plena; Sustentabilidade; Direitos das mulheres; Direitos LGBTQ.

***CHALLENGES FOR A FULL CITIZENSHIP:  
THE QUESTION OF THE URBAN DESIGN WITHOUT GENDER***

**ABSTRACT:** *This article reflects upon contemporary urban landscape in terms of spatial practices, taking into account the urban design without gender, that is, projected spaces that emphasize the safety of all gender identities. We will discuss the results of a research involving UFSJ students, review some academic formulations that have motivated this study, discuss some alternative examples of fashion, publicity and music design, as well as present 4 initiatives of good practices, to help induce more sustainable and urbanely shaped social and projectual actions, for the benefit of all kinds of people.*

**KEY-WORDS:** *Genderless design; Full citizenship; Sustainability; Women's rights; LGBTQ's rights.*

---

<sup>1</sup> Flávio Silvério da Silva é Mestrando em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade pela Universidade Federal de São João del-Rei (2016/ em andamento). Pós-graduando do curso de Especialização em Mídias na Educação pelo Centro de Educação a Distância da Universidade Federal de Juiz de Fora (2017/ em andamento). Especialista com MBA em Gerenciamento de Projetos pelo Centro Universitário Estácio de Sá - Unidade de Juiz de Fora (2016). É Arquiteto e Urbanista graduado pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2008). flavio.slvr@gmail.com. <http://lattes.cnpq.br/4730148402050789>

<sup>2</sup> Paulo Henrique Caetano é Professor Associado, atuando no Curso de Comunicação Social – Jornalismo e no PIPAUS, na Universidade Federal de São João del-Rei. É mestre em Estudos Literários e Doutor em Linguística Aplicada pela UFMG. [phcaetano@ufsj.edu.br](mailto:phcaetano@ufsj.edu.br). <http://lattes.cnpq.br/5327791050378940>

<sup>3</sup> Virgínia Reis Braga é Mestranda em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), curso iniciado em 2016 com previsão de conclusão em 2018. É Arquiteta e Urbanista graduada pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas, curso concluído em 2014. [v.reisbraga@outlook.com](mailto:v.reisbraga@outlook.com) <http://lattes.cnpq.br/9225561374571102>

## INTRODUÇÃO

Após uma incursão mais profunda nos desdobramentos conceituais do termo design, provocada principalmente pela leitura de Vilém Flusser, em sua obra *O Mundo Codificado* (2007), na qual o autor nos incita a refletir sobre o significado do termo de origem latina, começamos a pensar como vem se estabelecendo o design dos espaços públicos, levando em consideração a questão de gênero.

Algo nos chamou a atenção ao nos depararmos com os dados oriundos de uma pesquisa<sup>4</sup>, elaborada pelos alunos do sexto período do Curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo da UFSJ, que tinha o objetivo de avaliar as questões de infraestrutura do Campus Tancredo de Almeida Neves (CTAN), da própria universidade. Após a investigação dos graduandos junto aos usuários do referido campus, foi constatado que as notas mais altas referentes às instalações infraestruturais do local, principalmente ligadas às questões de iluminação e mobilidade, eram dadas por homens. Essa avaliação contrastou de maneira contundente com as notas atribuídas pelas mulheres, que apresentavam um índice consideravelmente baixo para os mesmos quesitos. Segundo as entrevistas, tal avaliação com baixa pontuação muitas vezes se dava pelo receio quanto à locomoção dentro do campus, na medida em que a luz do sol deixava de ser uma aliada para a iluminação dos espaços.

Esse aspecto da pesquisa chamou a nossa atenção, quando a relacionamos com alguns questionamentos que já fazíamos dentro da disciplina “Análise Crítica do Design”, cursada no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade, da Universidade Federal de São João del-Rei, em 2017. Dentro dessa disciplina, discutiram-se a história e os desdobramentos conceituais do termo design, em suas diferentes acepções e aplicabilidades na sociedade contemporânea, tomando como base e problematizando uma miríade de exemplos que variaram, do design industrial ao social, além de discussões de ordem filosófica e cultural.

E como a discussão mostrou-se profícua e atualizada, elegemos como tema para este ensaio a preocupação com o atual design dos espaços públicos, ou mesmo a ausência de qualquer preocupação, situação traduzida pela negligência em relação à participação de determinados gêneros e grupos sociais dentro do processo de consolidação dos espaços urbanos, resultando numa configuração da cidade com ambientes exclusivos e inundados de referências masculinas. E da mesma forma que as pautas dos direitos humanos (que problematizam as relações raciais e de gênero, por exemplo) tomam força e invadem diferentes campos na sociedade, o design das cidades deve também ser colocado em crise, questionado, para se avaliar em que nível ele responde a uma cidadania plena para as pessoas, respeitando as diversidades e as diferentes necessidades.

Ademais, essa discussão coaduna com os três pilares estratégicos do Programa supra-mencionado, na medida em que busca contribuir: 1) para a garantia do direito à cidade, que responde pelo aspecto das Urbanidades, a partir das discussões promovidas por Harvey (2014) e Lefebvre (2001), dentre outros; 2) para a temática da Sustentabilidade, em sua faceta social e cultural, na medida em que o design urbano responde pela forma como as sociedades se organizam, e como se dá, por exemplo, a distribuição e ocupação do espaço e suas relações humanas, ambientais, políticas e econômicas (KAGAN e KIRCHBERG, 2008); e 3) para a faceta das Artes, uma vez que elas dão sentido aos projetos do porvir, apontando para novas poéticas e para possibilidades que desafiam as formas naturalizadas de ação social (cf. SIQUEIRA, 2010).

Assim sendo, a partir dessas considerações, buscamos explorar diferentes exemplos de iniciativas bem-sucedidas em diferentes contextos culturais e sociais, trazendo a reflexão de como um design que não representa somente o gênero masculino pode proporcionar a sensação de pertencimento em locais públicos a uma diversidade de pessoas. Essa noção fomenta uma utilização mais plural e vigorosa dos espaços, por todos, como uma medida que contribua para mitigar algumas

---

<sup>4</sup> Pesquisa realizada pelos alunos Júlia Costa Teixeira Roque, Matheus Souza de Toledo e Patrícia de Mattos de Alvarenga, do curso de Arquitetura e Urbanismo da UFSJ, para a disciplina Estúdio Intermediário Viva Campus, em junho de 2017.

das diferentes formas de violência praticadas diuturnamente no espaço público, com vistas a uma cidadania plena para a coletividade.

## O CENÁRIO NO BRASIL

A violência contra a mulher é o produto de uma construção histórica, que traz consigo a estreita e tensa relação entre as categorias de gênero, classe, raça e poder. Esse tipo de violência compreende toda e qualquer conduta contra a mulher, que cause dano ou sofrimento nos âmbitos físico, moral, sexual ou psicológico, seja na esfera pública ou privada.

Ebert (2006) relata sobre as experiências de desvantagens das mulheres em relação aos homens, desde a Grécia antiga, ao sofrerem abusos e serem confinadas em suas propriedades sem acesso aos seus direitos. Somente em 1946 a Organização das Nações Unidas (ONU) iniciou seus esforços contra tais formas de violência, com a criação da Comissão de Status da Mulher<sup>5</sup>, que formulou, entre os anos de 1949 e 1962, uma série de tratados baseados em provisões da Carta das Nações Unidas, declarando que todos os direitos e liberdades humanos devem ser aplicados igualmente a homens e mulheres, sem distinção de qualquer natureza.

No Brasil, o campo de estudos que aborda tais relações de gênero teve início com os movimentos feministas principiados no país em meados da década de 70, a partir da mobilização das mulheres brasileiras contra diferenças salariais e outros engajamentos políticos opostos ao sistema social opressor. Desde então, várias ações têm sido conduzidas para a promoção dos direitos e uma série de medidas protetivas vêm sendo empregadas, visando à diminuição da violência contra as mulheres. Mas ainda estamos longe de um cenário ideal.

De acordo com pesquisa do Datafolha, publicada pela *Revista Exame* (2017) no dia internacional da mulher, em São Paulo uma em cada três mulheres sofreu algum tipo de violência em 2016. O levantamento encomendado pelo Fórum Brasileiro de Segurança aponta que 40% das pessoas do sexo feminino, acima de 16 anos, sofreu algum tipo de assédio. Mas esses dados são apenas um dos elementos que fazem parte de um design social em que eles são naturalizados, ou seja, não problematizados, como se fossem um elemento estruturante e permanente da nossa cultura, fazendo com que o vigor da estatística seja relativizado.

Não é a proposta única deste ensaio, apresentar uma abordagem que leva em consideração as desvantagens urbanas que se relacionam somente às mulheres. Pretendemos aqui uma discussão que avalie e coloque em crise a utilização dos espaços urbanos pelas mulheres, gays, lésbicas e os homens e mulheres transexuais, considerando o predomínio de uma heteronormatividade que impacta diretamente na formulação de leis, na divisão do espaço, na garantia de direitos humanos básicos e na conquista de uma cidadania plena. No Brasil, a agressão em espaço público, muitas vezes cometida como medida punitiva àqueles ou àquelas que diferem dos gêneros e opções sexuais normativos, não é algo que diz respeito apenas à atualidade. Tal asserção pode se confirmar no relato de Luiz Mott, sobre o primeiro caso de homofobia registrado no Brasil. Mott (1994) fala sobre o índio “Tibira”<sup>6</sup>, da tribo Tupinambá, em São Luiz do Maranhão, em 1613, que foi perseguido pelos missionários franceses e executado de forma brutal por ser gay, obedecendo as ordens do frei capuchinho Yves d’Evreux:

---

<sup>5</sup> A Comissão sobre a Situação da Mulher (CSW) é uma instância da ONU (Organização das Nações Unidas), criada pelo ECOSOC (Conselho Econômico e Social da ONU), em 1946, com as seguintes funções: preparar relatórios e recomendações ao ECOSOC sobre a promoção dos direitos das mulheres nas áreas política, econômica, civil, social e educacional. Para mais informações, acesse: <http://www.observatoriodegenero.gov.br/eixo/internacional/instancias-regionais/a-csw-comissao-sobre-o-status-da-mulher> (2017).

<sup>6</sup> Como citado no texto *Etno-história da homossexualidade na América Latina*, de Luiz Mott (1994), de acordo com o Tratado Descritivo do Brasil, de 1587, entre os Tupinambás que ocupavam a maior parte da costa brasileira, “tibira” era o nome dado aos índios do sexo masculino que praticavam atos homossexuais.

O índio Tupinambá, publicamente infamado e reconhecido como tibirá, foi amarrado na boca de um canhão, sendo o seu corpo esfaqueado com o estourar do morteiro, para purificar a terra de suas maldades. (Mott, 1994, p.4)

Assim como o índio Tibira, o linchamento da travesti Dandara Kataryne<sup>7</sup>, que teve início em uma rua de Fortaleza, em fevereiro de 2017, chama a atenção para a população que vem sendo dizimada pelo ódio e preconceito. Segundo dados da ANTRA (Associação Nacional de Travestis e Transexuais)<sup>8</sup>, até o dia 13 de julho de 2017, momento em que coletávamos informações e dados para o desenvolvimento deste ensaio, 96 pessoas entre travestis, mulheres e homens transexuais, já haviam sido assassinados no Brasil somente naquele ano. De acordo com um levantamento<sup>9</sup> do Grupo Gay da Bahia (GGB), a mais antiga associação de defesa dos gays e transexuais do Brasil, 2016 foi o ano com o maior número de assassinatos da população LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e transexuais), com 347 mortes. A apuração feita identificou o recorde de homicídios desde o início do trabalho de investigação do GGB, há 37 anos. Outro fator que também merece ser ressaltado sobre o mesmo relatório é que 90% dos casos dos casos de assassinatos retratados foram praticados em vias públicas, fato que nos faz atentar para o design urbano.

Tendo em mente essas questões, recorremos a Lefebvre (2001), que fala da indispensabilidade de reconhecer as necessidades de investigação que dão abertura para uma nova definição do escopo, que diz respeito à realidade urbana. Daí então o objetivo do debate aqui proposto, que busca, por meio dos dados de violência contra as mulheres e LGBT, mostrar o quanto os ambientes urbanos têm se tornado segregadores e hostis a essas pessoas. Mas não pretendemos somente incitar uma análise por meio dos levantamentos apresentados. Trazemos ainda a reflexão para uma necessária mudança dos paradigmas de estruturação dos espaços públicos, para a proposição de locais configurados com um design urbano que não incite a violência e seja capaz de acolher todos os gêneros. Movimentos análogos têm sido feitos nos campos da publicidade e da moda, sugerindo práticas alternativas de representação de gêneros, como veremos a seguir.

## **PUBLICIDADE, MODA E MÚSICA SEM GÊNERO**

A propaganda está na TV, nos jornais, nas rádios, na internet, nas fachadas dos prédios, nos pontos de ônibus e até mesmo nos próprios veículos de condução urbana. Ela chega até nós na rua, ou dentro de nossas casas, sendo o seu alcance impressionante, assim como a influência exercida por ela, ainda mais quando falamos de jovens e adolescentes. Ao disponibilizar informações sobre produtos e serviços aos consumidores, muitas vezes, a publicidade exerce um papel de protagonismo nas relações sociais. Hoje, com conectividade tão disseminada, responsável por ampliar o potencial comunicativo dos indivíduos e dos mercados, o potencial de força e abrangência de uma propaganda se amplia consideravelmente, se comparado a um passado recente.

Machado (1977) define no Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa que a forma publicidade, deriva de público e por isso esta é uma ação de tornar algo, ou alguém, incomum

---

<sup>7</sup> Dandara Kataryne (nome pelo qual gostava de ser chamada) foi a travesti cearense, de 42 anos, que teve o vídeo de sua morte viralizado na internet, no início de 2017. Vítima de transfobia, Dandara foi espancada pelas ruas de Fortaleza em plena luz do dia. Para mais informações, acesse: <http://www.em.com.br/app/noticia/especiais/dandara/2017/03/09/noticia-especial-dandara,852956/travesti-dandara-morre-em-fortaleza-video-mostra-execucao.shtml>.

<sup>8</sup>Para referências atualizadas, acesse: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1yMKNg31SYjDASS0N-ZwH1jJ0apFQ&ll=-17.152191563664402%2C-45.78765324999995&z=4>

<sup>9</sup>Relatório de assassinatos de pessoas LGBT no Brasil, publicado pelo GGB (Grupo Gay da Bahia), no ano de 2016. Disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/01/relate3b3rio-2016-ps.pdf>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

por intermédio da aceitação de todos. A publicidade é uma maneira de apresentar, e fazer tornar conhecidos uma informação, um produto, uma marca ou empresa, por meio de um veículo de comunicação, sendo inerente a essa esfera a prática de influenciar pessoas, com a intenção de convencê-las de algo.

Neste momento, o que procuramos fazer é uma aproximação entre os incitamentos que a publicidade permite e as questões urbanas que trazemos no texto. Os publicitários já perceberam a necessidade de reformular suas práticas de comunicação visual, para conquistar clientes, sem segmentação por gênero. Apesar de sabermos que o que está por trás dos anúncios (mesmo os que procuram uma abordagem descolada dos estereótipos de gênero) deve responder a uma forte determinação econômica, diante um mercado de consumidores que se apresenta disponível, porém não atendido, buscamos, aqui, ressaltar o “efeito colateral positivo” que essas companhias podem trazer à sociedade, ao abrir portas para as discussões que tematizam questões pertinentes à inclusão.

Muitas empresas já praticam esse tipo de publicidade envolvendo suas marcas, e fora do Brasil tal estratégia de marketing é mais comum, principalmente em países mais desenvolvidos. Determinados artifícios se consolidam para conquistar clientes do público feminino e LGBTQ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e *queer*<sup>10</sup>) que foram e são, sistematicamente, excluídos dos meios publicitários, principalmente até início dos anos 1970.

Campanhas sexistas são alvos constantes de denúncias, feitas a fim de acabar com o marketing que objetifica e supersexualiza o corpo da mulher. Alguns fazem tentativas grotescas de humor através de homofobia e situações que diminuem a capacidade intelectual da mulher. Em outra vertente, no Brasil já existem empresas apostando na publicidade sem gênero. Um bom exemplo é marca de roupas *fast fashion* Youcom<sup>11</sup>, que produz catálogos com pessoas de diferentes gêneros vestindo os mesmos modelos de roupa.

Outra marca que fez campanhas publicitárias sem gênero foi a Avon. A mais marcante delas foi a lançada no dia 28 de junho de 2016, dia Internacional do Orgulho LGBTQ, sendo a grande sacada o slogan “Para todes” (Figura 1), evitando o uso do gênero no pronome indefinido todos(as). E estrelaram pessoas de todos os gêneros e estilos, desmistificando a maquiagem como sendo exclusividade das mulheres, demonstrando um belo avanço publicitário brasileiro.

---

<sup>10</sup>*Queer* é uma palavra de origem inglesa usada para designar pessoas que não seguem o padrão da heterossexualidade ou do binarismo de gênero, para o qual nem ‘homem’ nem ‘mulher’ é uma descrição totalmente adequada. Com a pronúncia “cuir”; (/kwîr/, EN-US), a criação do termo pode ser compreendida a partir de seu significado inicial, por meio da gíria que se traduz em “excêntrico”, “peculiar” e “estranho”. Para mais informações, acesse: <http://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2015/06/07/teoria-queer-o-que-e-isso-tensoes-entre-vivencias-e-universidade/>.

<sup>11</sup>Para mais informações, acesse: <http://www.youcom.com.br/campanha?q=lookbook-tanto-faz>



Figura 1: Frame comercial Avon “Para todos”.  
Fonte: <http://www.hypeness.com.br/> (2017)

No campo da moda, a gigante multinacional holandesa de *fast fashion* C&A, líder de vendas no mercado de roupas varejistas no Brasil, lançou uma coleção sem gênero para o dia dos namorados de 2016. A campanha recebeu o nome de “Dia dos Misturados”. As lojas dispuseram araras de roupas de todos os gêneros juntas e misturadas, e também lançou um comercial televisivo com o título “Tudo lindo e misturado”. A campanha repercutiu no cenário mundial da moda e recebeu muitos elogios, mostrando liberdade em relação a qualquer estereótipo ou preconceito.

Ainda dentro da abordagem que trazemos, acerca de uma possível ajustagem de postura sobre a questão da segmentação dos gêneros e a influência que isso pode trazer para a conformação de um cenário urbano mais receptivo, não poderíamos deixar de citar o atual cenário da música brasileira. Durante o ano de 2016, até meados de abril de 2017, quem permitiu que seu aparelho de TV estivesse sintonizado na Rede Globo, nas noites de sábado, tinha em sua casa, talvez sem perceber, por meio da programação apresentada, a presença de uma figura que na atualidade muito contribuiu para a cena musical de nosso país. O maranhense Phabullo Rodrigues da Silva, nome de batismo da Pabllo Vittar, que no período mencionado era um dos vocalistas da banda que fazia parte do elenco da 9ª temporada do programa “Amor & Sexo”<sup>12</sup>, exibido pela emissora em questão, através de suas performances como *drag queen* trazia novamente à tona, com grande força, a discussão sobre a questão de gênero entre artistas brasileiros.

Antes, nas décadas de 70 e 80, tal assunto havia sido muito bem levantado, com a ajuda do cantor Ney Matogrosso e sua peculiar desenvoltura relacionada às suas canções, poesias e vestimentas ligadas a uma identidade de gênero mais híbrida. Hoje, perpassando um caminho de ascensão, que, auxiliado pela internet, não tem precedentes no Brasil, Pabllo Vittar se firma como uma *drag queen* e cantora, nacional e internacionalmente conhecida. Transvestido de mulher, sem o uso de seios postiços, contrariando a maioria das performistas dessa área, que buscam a nítida semelhança do corpo feminino em seus trabalhos, e utilizando um nome artístico masculino, “a” Pabllo Vittar, como prefere ser chamada, iniciou sua carreira em 2015, lançando mais tarde, em abril de 2017, seu

---

<sup>12</sup>Amor & Sexo era um programa de televisão brasileiro, na categoria de auditório, acompanhado de banda e convidados, transmitido pela Rede Globo, de 2009 a 2017. Apresentado pela ex-modelo Fernanda Lima, trazia como tema principal questões relacionadas ao sexo. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/amor-e-sexo/>. Acesso em: 25/02/2018.

primeiro CD autoral, em parceria com o DJ norte-americano Diplo<sup>13</sup>.

O sucesso de suas músicas, associado à grande repercussão de seus clipes na internet, ajudaram a transformar o artista em uma das *drag queens* mais famosas e influentes no mundo virtual. Pablo Vittar, atualmente, assume o pódio na rede social Instagram, ao se tornar a *drag queen* do aplicativo com mais seguidores em todo o planeta<sup>14</sup>. Tal aceitação de seu trabalho abriu portas dentro do ramo musical para *drag queens* como Lia Clark, Glória Groove e Aretuza Lovi.

Partindo desses exemplos, ancoramo-nos em Castells (1999) para uma definição do espaço como a expressão da sociedade e, diante dessa colocação, nosso propósito é chamar a atenção para a mudança de paradigma para a qual os setores da publicidade, da moda e da música apontam, mesmo que somente objetivando um ideal de ascensão mercadológica, ao estabelecerem uma nova configuração de aceitação e inclusão no que diz respeito à questão de gênero. A partir disso, acreditamos que tomar os efeitos dessas formas mais heterodoxas de representação das identidades resulta em um bom incentivo para se refletir sobre as configurações dos espaços públicos, e suas formas de uso cotidiano, de maneira a contemplar os direitos plenos de todas as pessoas dentro das cidades.

## SOLUÇÕES PRÁTICAS VOLTADAS AO URBANO

No intuito de contribuir para um olhar renovado para as práticas de ocupação do espaço, em que a complexidade das identidades sociais seja traduzida em espaços públicos plurais, saudáveis e acessíveis para a coletividade, propomo-nos a pensar práticas no espaço como um novo caminho para solucionar problemas sociais, culturais, políticos e econômicos. Trata-se de uma “revolução urbana”, que nos termos de Lefebvre (1999, p. 19) seria um “conjunto das transformações que a sociedade contemporânea atravessa”, superando um “período em que predominam as questões de crescimento e de industrialização (modelo, planificação, programação)”. Essa transformação conduziria a sociedade a outro momento, “no qual a problemática urbana prevalecerá decisivamente, em que a busca das soluções e das modalidades próprias à sociedade urbana passará ao primeiro plano” (LEFEBVRE, 1999, p. 19). Nesse sentido, nossa preocupação está focada na problemática urbana, podendo ser alinhada com as lutas pelos direitos, sejam quais forem, incluindo os trabalhistas, de gêneros, raciais, culturais, habitacionais e outros, redundando nas condições para uma cidadania plena.

Ações urbanas de autogestão constituem-se como potenciais pontos de partida para a ideia de movimento anticapitalista e de práticas de política urbana (cf. HARVEY, 2014), pois são táticas que desafiam a lógica vigente da produção do espaço, que dá primazia à organização da sociedade para a produção. Existem várias abordagens teóricas sobre “práticas”, sendo uma parte significativa caracterizada por análises de cunho social, por percepções que levam em consideração as relações entre conhecedor e conhecido, entre conhecimento e conhecer, e também entre prática e praticar (GHERARDI, 2008). De acordo com Michel de Certeau (1980 - p.316), o que aqui tomamos como táticas seriam “práticas cotidianas, o talento para fazer as coisas, artifícios e formas que os ‘homens comuns’ usam para evitar e se desviar da sociedade de consumo”. Estes movimentos podem ocorrer em diferentes níveis e esferas sociais, sendo traduzidos em modos de ação para solucionar a vida pública, as questões paisagística, econômica e política, por exemplo.

Voltando a nossa discussão para o âmbito da ocupação dos espaços das cidades, apesar de os problemas dos espaços urbanos atingirem a todos, é válido ressaltar que sobre determinados gêneros, tais adversidades incidem de forma diferenciada, como vimos no início do texto. A questão de não

<sup>13</sup> Disponível em: <http://bit.ly/2ftXinU>. Acesso em: 20/01/2018.

<sup>14</sup> De acordo com o número de seguidores da página, referente ao perfil de Pablo Vittar, na rede social Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/pablovittar/?hl=pt-br>. Acesso em: 30/01/2017.

nos atentarmos para os problemas dos outros no planejamento das cidades, “uma vez que não somos os outros”, suscita a necessidade de uma diversidade participativa em todo o processo de desenvolvimento dos espaços públicos. Diferentemente do caso do “vagão rosa”, proposto pelos governos das cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, que visa à separação entre mulheres e homens nos horários de pico do metrô, alguns posicionamentos já vêm sendo tomados, como ajuda no desenvolvimento de ambientes que não reforcem a segregação, como mostraremos nos quatro tópicos adiante:

## WOMEN’S DESIGN SERVICE (WDS)

O Women’s Design Service<sup>15</sup> foi constituído em 1987, no Reino Unido, por um grupo de mulheres, arquitetas e designers, com a missão de fomentar ambientes bem projetados que proporcionem espaços acessíveis, seguros e sustentáveis nas cidades. A associação procura trabalhar auxiliada por organizações governamentais, voluntárias e acadêmicas, com o ideal de incorporar as necessidades das mulheres nos projetos de edifícios, sistemas de transportes e espaços públicos.

Desde sua criação, o WDS tem tido grande envolvimento em pesquisas e ações com o objetivo de orientar designers e tomadores de decisão nos programas de elaboração e recuperação dos espaços. Como resultado de suas atividades junto a esses grupos, várias temáticas são contempladas para a criação de um ambiente que beneficie as mulheres, como banheiros públicos devidamente equipados, distribuição de fraldários, creches bem localizadas e espaços públicos seguros.



**WDS Home Page**

- About WDS
- Projects Archive
- Events Archive
- Publications

### Women’s Design Service

January 2012 - Women’s Design Service is in a state of dormancy whilst Trustees look at options for the future as well as the possibility of winding up the organisation.

Therefore we are, regrettably, unable to maintain this website or respond to queries in the way that we would like, but hope that the information and resources contained herein provide a legacy to the work of WDS up to 2012.



Is allocating space equally for men’s & women’s toilets fair given the physiological differences between the genders? We think it can mean that women are disadvantaged. Gendersite.org aims to raise awareness of the sorts of issues which effect men & women differently within the built environment by bringing together all the resources available on the subject.

### Mission

WDS was established in 1987, its mission based on the belief that the diverse communities of women who live in towns and cities should enjoy a quality environment that is well designed, accessible, environmentally sustainable, affordable and safe. To that end WDS sought to work with women to improve the urban environment, as well as with statutory, voluntary and academic organisations to incorporate women’s needs into the design of buildings, transport systems and open spaces.

Copyright © wds.org.uk

Figura 2: Página inicial do website Women’s Design Service  
Fonte: <https://www.wds.org.uk/> (2017)

<sup>15</sup> Para mais informações, acesse: <https://www.wds.org.uk/>

## SAFECITY

Lançado em 2012, na Índia, o Safecity<sup>16</sup> é uma plataforma que visa multiplicar as histórias de pessoas que sofreram algum assédio ou abuso sexual em espaços públicos. Os relatos, que podem ser colocados de forma anônima, são agregados a um mapa que indica as tendências de hostilidade em diversos territórios. A ideia é tornar esses dados úteis para que os indivíduos, comunidades e administração possam identificar os fatores que causam os comportamentos que levam à violência, e então propor estratégias de soluções e melhorias dos espaços.

O Safecity visa tornar as cidades mais seguras, incentivando o acesso aos espaços públicos para todos, especialmente as mulheres, através do uso de dados e tecnologia. Tal iniciativa se consolidou com o objetivo de conscientizar sobre assédio e abuso nas ruas e proporcionar que as mulheres e outras comunidades desfavorecidas tenham a coragem de romper o silêncio ao relatarem suas experiências pessoais. Desde o lançamento da plataforma, segundo dados do próprio site do Safecity, cerca de 10.000 histórias em mais de 50 cidades na Índia, Quênia, Camarões e Nepal foram registradas. Junto ao aplicativo, foram consolidadas várias lideranças para a participação nos bairros, de diversas cidades, que abordam as questões levantadas através de campanhas com parceiros locais, incentivando as comunidades a se apropriarem do que as afeta para influenciar as mudanças sociais e culturais.



Figura 3: Página de denúncias do website Safe City Índia

Fonte: <http://safecity.in/> (2017)

## WOMENABILITY

Criada em 2015, na França, por um grupo de três jovens pesquisadores, a Womenability<sup>17</sup> tem por objetivo entender as desigualdades de gênero nos espaços públicos, ao redor do mundo, e divulgar políticas e projetos elaborados para minimizar tal realidade. O grupo, hoje formado por diversas pessoas, já buscou nas cidades de 17 países ações e apontamentos de práticas desenvolvidas que têm a aspiração de tornar a igualdade de gêneros uma realidade urbana. Com o ideal de criar uma “carta

<sup>16</sup> Para mais informações, acesse: <http://safecity.in/>

<sup>17</sup> Para mais informações, acesse: <http://www.womenability.org/>

internacional para uma cidade mista”, o grupo tem feito um caminho exploratório para a coleta dados, que se consolidam por meio de reuniões com prefeitas, líderes de ONG’s e agentes de mudanças locais.

Como as principais ações levantadas pela Womenability, vale destacar: os semáforos para pedestres com figuras femininas; mobiliários públicos que propiciam o uso noturno de praças; desenvolvimento de atividades coletivas que promovam a utilização de espaços públicos; a manutenção, com cunho artístico, dos locais com avarias; o estímulo às funções de trabalho sem gênero; e o incentivo à participação de mulheres em intervenções urbanas. Como apoio ao projeto, a associação recebeu uma doação da fundação suíça Pró-Vítimas e lançou em 2017 uma campanha de *crowdfunding*<sup>18</sup>, com a finalidade de cobrir as lacunas de financiamento.

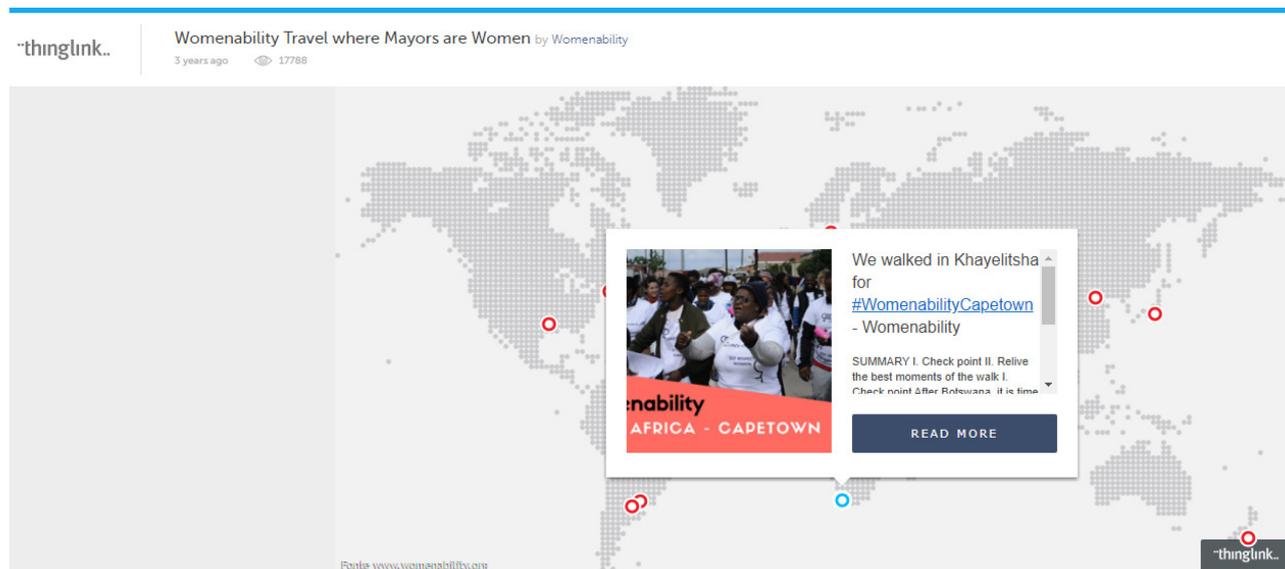


Figura 4: Página de busca de ações acontecendo pelo mundo do website Safe City Índia

Fonte: <http://www.womenability.org/> (2017)

### CIDADE 50-50

A agenda “Cidade 50-50”<sup>19</sup> é uma plataforma que surge do reconhecimento da importância das políticas públicas municipais para a promoção da igualdade de gênero no território das cidades. Lançada pela ONU Mulheres<sup>20</sup> em parceria com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o Instituto Patrícia Galvão<sup>21</sup>, e o Grupo de Pesquisa sobre Democracia e Desigualdades da Universidade de Brasília (Demode/UnB), o projeto teve o objetivo de implicar candidatas e candidatos, participantes das Eleições de 2016, com os compromissos públicos de direitos das mulheres negras, indígenas, ciganas, quilombolas, meninas, jovens, idosas, lésbicas, bissexuais, trans, com deficiência, mães,

<sup>18</sup>O *Crowdfunding* (ou financiamento coletivo) é uma modalidade de investimento onde várias pessoas podem contribuir com o negócio proposto, com pequenas quantias, geralmente via internet.

<sup>19</sup>Para mais informações, acesse: <http://www.cidade5050.org.br/>

<sup>20</sup>A ONU Mulheres, fundada em julho de 2010, é uma Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres, que destina-se a promover a empoderamento de mulher e igualdade de gênero. Para mais informações, acesse: <http://www.onumulheres.org.br/>.

<sup>21</sup>O instituto Patrícia Galvão, fundado em 2001, é uma organização social sem fins lucrativos que atua nos campos do direito à comunicação e dos direitos das mulheres brasileiras. Para mais informações, acesse:

<http://agenciapatriciagalvao.org.br/quem-somos/>.

estudantes, trabalhadoras, prostitutas, migrantes, refugiadas, da cidade e do campo. Trata-se de uma iniciativa que se alinha com o processo de localização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável<sup>22</sup> e a iniciativa global da ONU Mulheres, “Por um Planeta 50-50 em 2030: um passo decisivo pela igualdade de gênero”<sup>23</sup>, ao trazer as agendas mundiais para o nível local.

Para a ONU Mulheres, uma sociedade só poderá ser chamada de democrática se a participação das mulheres em sua diversidade for uma realidade. Ainda segundo a entidade das Nações Unidas, uma cidade só será “50-50” quando mulheres e homens tiverem oportunidades, condições e direitos iguais de participação e decisão sobre seu destino e o de sua comunidade.



Figura 5: Página inicial do website Cidade 50-50

Fonte: <http://www.cidade5050.org.br/> (2017)

## ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Este ensaio buscou identificar alguns problemas sociais e projetuais na história da paisagem urbana do Brasil e do mundo, com a intenção de motivar a sociedade acadêmica e profissional de urbanistas para um novo olhar sobre os espaços coletivos e para os gêneros. A cidade pode ser de

<sup>22</sup>Em 2015, a Assembleia Geral das Nações Unidas adotou a Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável. Com 17 objetivos globais, os Estados-membros aprovaram um plano de ação para promover o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza. Foram definidas 169 metas globais com foco nas pessoas, no planeta, na prosperidade e na paz mundial. As metas para o alcance da igualdade de gênero estão concentradas no Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e transversalizadas em outros 12 objetivos globais. Para mais informações, acesse: <http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/politica-externa/desenvolvimento-sustentavel-e-meio-ambiente/134-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-ods>.

<sup>23</sup>Em apoio à Agenda 2030, a ONU Mulheres lançou a iniciativa global “Por um planeta 50-50 em 2030: um passo decisivo pela igualdade de gênero”, com compromissos concretos assumidos por mais de 90 países. Construir um Planeta 50-50 depende que todas e todos - mulheres, homens, sociedade civil, governos, empresas, universidades e meios de comunicação - trabalhem de maneira determinada, concreta e sistemática para eliminar as desigualdades de gênero. Para mais informações, acesse: <http://www.onumulheres.org.br/planeta5050/>

todos e para todos, sem segmentar espaços, e através da paisagem urbana proporcionar segurança de estar ou transitar em locais públicos. Este não é apenas um trabalho urbanístico, mas também envolve as práticas sociais e os modos de viver urbano, uma proposta de comunidade aberta e livre que respeite todos.

As soluções práticas urbanas resilientes são ações sociais que relacionam a sociedade ao meio ambiente. Neste caso, o urbanismo sem gênero, abordando uma articulação subjetiva do cotidiano, processos singulares que acontecem no local ou contexto em que o sujeito vive e trabalha todos os dias. Esses processos podem ser iniciados individualmente ou coletivamente, com o objetivo de subverter, escapar e criticar a ordem dominante, podendo ser pensados como micropolíticas (cf. DELEUZE, GUATTARI, 2004 [1968]).

As intervenções por coletivos, grupos ou empresas que prezam por espaços urbanos sem gênero e que proporcionam segurança de circulação para todos já estão sendo feitas, como foi apresentado neste breve ensaio. Mas o intuito é ir ainda mais longe e alcançar novos patamares de vida em sociedade. A práxis urbana vai além da iluminação pública de qualidade, dos ambientes abertos ou de espaços de recreação. Trata-se do modo de pensar e sentir a cidade como sua, pertencer, cuidar e respeitar para proporcionar qualidade de vida para todas as pessoas.

A paisagem urbana sem gênero é um novo design a ser implantado de modo efetivo no Brasil, e a obrigação não é apenas do estado, que claro, tem influência determinante na maneira como o espaço é ocupado, mas também é obrigação de cada pessoa que utiliza esses espaços. Sendo assim, concluímos afirmando que os espaços sem gênero estão se tornando uma realidade, e que não é apenas uma moda *mainstream*, mas sim uma necessidade coletiva. Este ensaio teve o papel de alertar sobre essa capacidade de melhorar o design urbano de forma simples, livre e sem gênero, ao mesmo tempo em que se abre para outros diálogos e parcerias acadêmicas e projetuais futuras, em direção ao sonho de uma cidadania plena, em uma cidade sustentável e mais feliz para todas as pessoas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTRA - Associação Nacional de Travestis e Transexuais. *Assassinato de pessoas trans*. 2017. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1yMKNg31SYjDAS0N-ZwH1jJ0apFQ&ll=-17.152191563664402,-45.78765324999995&z=4>>. Acesso em: 13 jul. 2017.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DE CERTEAU, Michael. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 316.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. *Anti-Oedipus*. Edinburgh: A&C Black, 2004 [1968].
- EBERT, Maristela Rempel. *O papel das mulheres no mundo Greco-romano*. 2006. Disponível em: <https://espacoacademico.wordpress.com/2012/01/07/o-papel-das-mulheres-no-mundo-greco-romano/>. Acesso em: 15 jun. 2017.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Org. Rafael Cardoso. Trad. Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GHERARDI, S. *New approaches in management and organization*. London: Sage, 2008.
- GGB - Grupo Gay da Bahia. *Relatório 2016 de assassinatos de LGBT no Brasil*. 2016. Disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/01/relatc3b3rio-2016-ps.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2017.
- HARVEY, David. *Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- KAGAN, Sacha e KIRCHBERG, Volker. *Sustainability as a new frontier for the arts and cultures*. Frankfurt am Main: Verlag für Akademische Schriften, 2008.

LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.

LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

MACHADO, José Pedro. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 4. ed. Lisboa: Livros Horizonte, 1977.

MOTT, Luiz. *Etno-história da homossexualidade na América Latina*. 1994. Comunicação apresentada no “Seminário-Taller de História de las Mentalidades y los Imaginarios”, realizado na Pontifícia Universidad Javerina de Bogotá, Colômbia, Departamento de História e Geografia.. Disponível em: <[http://wp.ufpel.edu.br/ndh/files/2017/02/04.-Luiz\\_Mott.pdf](http://wp.ufpel.edu.br/ndh/files/2017/02/04.-Luiz_Mott.pdf)>. Acesso em: 09 jul. 2017.

SIQUEIRA, Adilson R. “Arte e sustentabilidade: argumentos para a pesquisa ecopoética da cena”. In: Revista Moringa. João Pessoa, Vol. 1, n. 1, 87-99, janeiro de 2010.

OS NÚMEROS da violência contra mulheres no Brasil. *Exame.com*, São Paulo, v. 5, n. 51, p.15-18, 08 mar. 2017. Quinzenal. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/os-numeros-da-violencia-contra-mulheres-no-brasil/>>. Acesso em: 05 jun. 2017.

## SITES CONSULTADOS

<http://agenciapatriciagalvao.org.br/quem-somos>

<http://bit.ly/2ftXinU>

<https://gshow.globo.com/programas/amor-e-sexo/>

<http://safecity.in/>

<http://www.cidade5050.org.br/>

<http://www.onumulheres.org.br/>

<https://www.wds.org.uk/>

<http://www.womenability.org/>

<http://www.em.com.br/app/noticia/especiais/dandara/2017/03/09/noticia-especial-dandara,852956/travesti-dandara-morre-em-fortaleza-video-mostra-execucao.shtml>

<http://www.hypeness.com.br/2016/06/avon-lanca-cosmetico-sem-genero-idade-ou-raca-em-campanha-contra-o-preconceito/>

<https://www.instagram.com/pabllovittar/?hl=pt-br>

<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/politica-externa/desenvolvimento-sustentavel-e-meio-ambiente/134-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-ods>

<http://www.observatoriodegenero.gov.br/eixo/internacional/instancias-regionais/a-csw-comissao-sobre-o-status-da-mulher>

<http://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2015/06/07/teoria-queer-o-que-e-isso-tensoes-entre-vivencias-e-universidade/>

<http://www.youcom.com.br/campanha?q=lookbook-tanto-faz>