

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

JESSICA SALOMÃO JAREK

**AS MULHERES E O CICLISMO: DESIGN COMO ARTICULADOR DE PRÁTICAS
SEGURAS E MOTIVADAS ÀS MULHERES NA CIDADE DE CURITIBA**

CURITIBA

2022

JESSICA SALOMÃO JAREK

**AS MULHERES E O CICLISMO: DESIGN COMO
ARTICULADOR DE PRÁTICAS SEGURAS E MOTIVADAS
ÀS MULHERES NA CIDADE DE CURITIBA**

**Woman and Cycling: Design as an Articulation of Safe and Motivated Practices
for Women in the City of Curitiba**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de no curso de Bacharelado em Design da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof.^a Dra. Claudia Bordin Rodrigues da Silva

CURITIBA

2022



4.0 Internacional

Este trabalho está licenciado sob [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho para fins não comerciais, desde que atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.

Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

JESSICA SALOMÃO JAREK

**AS MULHERES E O CICLISMO: DESIGN COMO ARTICULADOR DE PRÁTICAS
SEGURAS E MOTIVADAS ÀS MULHERES NA CIDADE DE CURITIBA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial à obtenção do título de no
curso de Bacharelado em Design da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 7 de dezembro de 2022

Claudia Bordin Rodrigues Da Silva
Doutorado
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Gheysa Prado
Doutorado
Universidade Federal do Paraná

Silmara Simone Takazaki
Doutorado
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

CURITIBA

2022

Dedico este trabalho a Deus, por ter me dado o dom da vida, um propósito e um caminho a ser trilhado.

Aos meus pais e meus irmãos por me ajudarem e me incentivarem nos momentos difíceis.

Aos meus professores, pelas correções e momentos de troca e alinhamento. Sem dúvidas, ensinamentos que me permitiram desenvolver em âmbito profissional.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a algumas pessoas que fizeram parte da minha trajetória até este momento da minha jornada profissional. Aos que não conseguir incluir, as minhas sinceras desculpas.

Agradeço à minha orientadora Prof. Cláudia Bordin, pela sabedoria com que me guiou, pelos ensinamentos e momentos de incentivo.

Aos meus pais, pela dedicação que tiveram para com minha formação educacional.

Aos meus irmãos, minha prima e meus amigos, por terem estado sempre ao meu lado me apoiando.

Ao DERINT-UTFPR, que através do Programa de Mobilidade Internacional, me permitiu ter estudado e aprendido tanto em outros países.

A todos, que de alguma forma, estiveram presentes durante minha trajetória e me ajudaram a me tornar a pessoa e profissional que sou hoje.

RESUMO

Este trabalho tece reflexões sobre o papel de designers como articuladores sociais e culturais, de informação e comunicação digital, que possam potencializar a construção de discursos e vivências para a transformação social. No contexto das relações de gênero e das atuações das mulheres na sociedade, apresentamos um relato sobre as práticas de mulheres no ciclismo, seus desafios e seus modos de viver a vida no esporte e na cidade, a partir de seus discursos. Como processo e resultado, a documentação gráfica de um canal do Instagram e as ações de extensão com a comunidade, articulada pelas redes sociais, são formas de diálogo relevantes à construção de grupos, agregar interesses e promover oportunidades de discussão de temas de incentivo e informação às mulheres no ciclismo, por meio de um Design atento às questões culturais e sociais de gênero.

Palavras-chave: Mulher. Ciclismo. Design articulador de transformação social.

ABSTRACT

This work reflects on the role of designers as social and cultural articulators of information and digital communication, which can enhance the construction of discourses and experiences for social transformation. In the context of gender relations and the actions of women in society, we present an account of the practices of women in cycling, their challenges and their ways of living life in sport and in the city, based on their speeches. As a result, the graphic documentation of an Instagram channel and the dialogue and information actions, articulated by social networks, are forms of dialogue relevant to the construction of groups, communities and the opportunity to discuss topics of encouragement and information for women.

Keywords: Women. Cycling. Articulating design of social transformation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Problemas Enfrentados no Uso da Bicicleta como Meio de Transporte	16
Figura 2 - Annie Londonderry	25
Figura 3 - Kittie Knox	27
Figura 4 - Gênero dos Ciclistas Entrevistados	29
Figura 5 - Faixa Etária dos Ciclistas	29
Figura 6 - Principais Motivações para Pedalar	31
Figura 7 - Principais Problemas para Pedalar	32
Figura 8 - Faixa Etária dos Ciclistas Entrevistados	34
Figura 9 - Processos Bike Anjo	37
Figura 10 - Perfil do Grupo de Pedal SB Riders no Instagram	39
Figura 11 - Perfil do Grupo de Pedal SB Riders no Facebook	40
Figura 12 - Total de participantes no Grupo de WhatsApp	40
Figura 13 - Perfil do Grupo Penélopes do Pedal no Instagram	41
Figura 14 - Perfil do Grupo Penélopes do Pedal no Instagram	42
Figura 15 - Perfil das Entrevistas Projeto Engrenadas	44
Figura 16 - Modelo Canvas Estratégia Rede Social	49
Figura 17 - Brainstorm Naming Ciclismo	52
Figura 18 - Levantamento Naming relacionado ao termo Mulheres	53
Figura 19 - Levantamento relacionado ao termo Incentivo	54
Figura 20 - Levantamento Naming	55
Figura 21 - Alternativas Naming	56
Figura 22 - Moodboard Estudo de Similares	58
Figura 23 - Alternativas de Logo	59
Figura 24 - Alternativa Final Projeto Engrenadas	60
Figura 25 - Estudos de Cores	61
Figura 26 - Estudos para Paleta de Cores	62
Figura 27 - Estudos para Paleta de Cores	63
Figura 28 - Uso da Marca nas Redes Sociais	63
Figura 29 - Uso da Marca nas Redes Sociais	64
Figura 30 - Mockup do Projeto Engrenadas no Instagram	65
Figura 31 - Elementos de Apoio da Marca	65
Figura 32 - Manual da Marca Projeto Engrenadas	66
Figura 33 - Planejamento das Postagens	70
Figura 34 - Participantes da Roda de Conversa	72
Figura 35 - Gráfico de Alcance do Instagram	74
Figura 36 - Dados Demográficos do Perfil do Instagram	75
Figura 37 - Métricas e Alcance dos Posts Feed	76
Figura 38 - Métricas e Alcance dos Posts Stories	77

Figura 39 - Convite Roda de Conversa	78
Figura 40 - Convite Roda de Conversa	79
Figura 41 - Feedback Roda de Conversa 1	81
Figura 42 - Feedback Roda de Conversa 2	81
Figura 43 - Feedback Roda de Conversa 3	82
Figura 44 - Propostas de Conteúdos Redes Sociais	83
Figura 45 - Ideias para Conteúdo Redes Sociais	84
Figura 46 - Boas Práticas e Propostas Futuras do Projeto Engrenadas	85

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Ciclismo e as mulheres: definição do problema de pesquisa	13
1.2 OBJETIVO GERAL	14
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.4 JUSTIFICATIVA	15
1.5 METODOLOGIA	17
1.5.1 Pesquisa Participante Qualitativa	18
1.5.2 Pesquisa Qualitativa: Entrevista Semi Estruturada	18
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 AS MULHERES NO CICLISMO	20
2.1.1 História do Ciclismo Feminino	20
2.1.2 Ciclistas Mulheres na História	23
2.1.2.1 Annie Londonderry	23
2.1.2.2 Maria E. Ward	26
2.1.2.3 Kittie Knox	26
2.2 QUESTÕES DE GÊNERO NO CICLISMO	28
2.2.1 Motivações e Necessidades no Ciclismo	30
2.2.1.1 Mobilidade Urbana e Ciclismo	32
2.2.1.2 Segurança e a Prática do Ciclismo	33
2.3 SOLUÇÃO DIGITAL PARA CICLISTAS	35
2.3.1 Portais para Ciclistas	35
2.3.1.1 Bike Anjo	36
2.3.1.2 Collab Bici	37
2.3.2 Grupos de Pedal	38
2.3.2.1 SB RIDERS	39
2.3.2.2 Penelopes do Pedal	41
3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	43
3.1 ENTREVISTAS	43
3.1.1 Descrição do Método	43
3.1.2 Transcrição e Pontos Principais das Entrevistas	44
3.1.2.1 Karla Chaiana Jarek	44
3.1.2.1 Jenyfer Susan Farias Madureira	46
3.1.2.1 Rosangela Bobato Cavassim	47
3.2 PROPOSTA DE AÇÃO DE COMUNICAÇÃO	48
3.2.1 Canvas de Estratégia de Mídia Social	48
3.2.2 Design de Identidade	50
3.2.2.1 Nome	50
3.2.2.2 Proposta Gráfica	57

3.2.2.3 Tom de voz	68
3.2.3 Conteúdo	68
3.2.3.1 Cronograma e planejamento	68
3.2.4 Roda de Conversa - Ação de Extensão com a Comunidade	71
3.2.5 Levantamento e Análise do Desempenho	73
3.2.5.1 Rede social	73
3.2.5.2 Roda de conversa	77
3.2.5.3 Resultados da Ação	80
4 BOAS PRÁTICAS	83
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS	91
APÊNDICE A - FOTOS DO GRUPO SB RIDERS	94
APÊNDICE B - ROTEIRO ENTREVISTAS	96
APÊNDICE C - BRIEFING NAMING	97
APÊNDICE D - BRIEFING PROPOSTA GRÁFICA	99
APÊNDICE E - QUESTIONÁRIO TOM DE VOZ	100
APÊNDICE F - POSTAGENS INSTAGRAM	101
APÊNDICE G - ROTEIRO RODA DE CONVERSA	143
APÊNDICE H - TRANSCRIÇÃO CHAT RODA DE CONVERSA	146
APÊNDICE I - INFOGRÁFICO BOAS PRÁTICAS E PROPOSTAS FUTURAS	152

1 INTRODUÇÃO

Os benefícios que a adoção de uma rotina saudável aliada a prática constante de atividades físicas para o bem-estar e saúde das pessoas, é um tema que vem sendo abordado e ganhando notoriedade ao longo dos últimos períodos. A prática do ciclismo está entre essas abordagens e consegue aliar proveitos para a saúde do corpo físico e mental, para o meio ambiente, economia, sociedade e mobilidade urbana.

A Pesquisa Nacional sobre o Perfil do Ciclista Brasileiro desenvolvida pela Transporte Ativo e pelo LABMOB-UFRJ, entre setembro de 2017 e abril de 2018, informou, dentre os ciclistas que participaram da entrevista na cidade de Curitiba, que 31,1% deles optaram por aderir ao uso de bicicletas como meio de transporte. Um dos motivos dessa escolha seria o fato desta ser uma opção mais saudável quando comparada aos métodos convencionais de locomoção.

Entretanto, ainda que seja uma ótima alternativa viária, é perceptível a divisão de gênero que se tem no universo do ciclismo. De acordo com a pesquisa realizada pelo Sustrans no Reino Unido ao longo do ano de 2009, 8 em cada 10 mulheres nunca nem sequer praticaram o ciclismo. O fato se torna ainda mais curioso ao se ter a informação que 43% deste público feminino tiveram acesso a uma bike e, mesmo assim, não foram levadas à prática.

Muitos motivos podem explicar o fato das mulheres não praticarem o pedal. Um deles pode ser exemplificado pelo dado de que 20% destas mulheres não se sentiram seguras para a realização da atividade. Outra parcela, 17% entenderam que suas idades poderiam ser fatores limitantes, assim como as questões relacionadas à aparência (Relatório Sustrans, 2009).

Analisando o cenário desta pesquisa, é perceptível a existência de plataformas e aplicativos voltados para o ciclismo e, mais especificamente, para as mulheres ciclistas. Parte dessa análise reside em identificar e analisar as ferramentas já existentes a fim de propor uma solução digital que pudesse articular os conhecimentos de design às mulheres envolvidas nas práticas do ciclismo, seja como praticantes ou esportistas.

Com a finalidade de entender a realidade e tornar eficiente, seguro e comunicativo a prática do ciclismo para mulheres, o presente trabalho teve como objetivo projetar uma ação comunicativa de Design, no formato de um produto

informativo para rede social, , destinado ao público feminino que pretende ou já pratica o ciclismo dentro da cidade de Curitiba. Este produto, um canal do Instagram, articulou ações de fomento à prática saudável, incentivo a cultura do ciclismo, cuidados e ainda promoveu uma ação de debate entre praticantes de diversas modalidades, de modo a produzir um diálogo ativo com a comunidade.

Nas etapas iniciais de desenvolvimento, foram produzidos questionários e entrevistas de cunho qualitativo, realizou a coleta e posterior filtragem e análise de informações pertinentes e concisas acerca das motivações, necessidades e dificuldades das mulheres que praticam o ciclismo na cidade de Curitiba. Através desta seleção de dados é possível apontar a solução mais adequada e eficiente para o projeto.

1.1 Ciclismo e as mulheres: definição do problema de pesquisa

As mulheres, historicamente, estão conseguindo, pouco a pouco, ocupar e estar em posições e espaços delimitados majoritariamente como pertencentes ao sexo masculino e, com relação às atividades físicas não poderia ser diferente. Ainda que os movimentos feministas tenham auxiliado no ingresso e inserção dessa parcela da população, um longo caminho ainda precisa ser percorrido para que as atividades se tornem igualitárias para ambos os gêneros em diversos aspectos da esfera social.

Para a prática do ciclismo existem diversos misticismos que bloqueiam a participação de mulheres. Entender as causas da falta de interesse ou os fatos pelos quais a parcela feminina da população não tem ou não consegue adquirir motivação necessária para a plena inserção e realização de atividades físicas, em especial aquelas que circundam a prática do ciclismo, é fator decisivo para definir estratégias eficazes e precisas para reverter tal cenário.

Além disso, os aspectos comunicativos de uma comunidade devem ser levados em consideração neste caso. Pensar e tecer estratégias que façam sentido e entender os meios e mecanismos de comunicação de um dado grupo social, neste caso das mulheres ciclistas na cidade de Curitiba, é fator determinante para se ter resultados positivos e satisfatórios e conseguir ter interação e desenvolvimento com os participantes.

A comunicação pode abranger muitos mercados e se utilizar de diferentes metodologias. Entender qual a melhor e mais viável opção para se comunicar e perceber em que locais o público alvo está inserido é essencial para se ter uma comunicação direta e fluida. Por isso, o uso da comunicação digital por meio das redes sociais é uma estratégia eficiente para conseguir chegar às ciclistas mulheres.

Utilizar teorias do Design Gráfico e da Comunicação em Rede em prol de ações que permitam auxiliar e facilitar a ampla divulgação e comunicação sobre o tema em âmbito da comunidade como um todo.

1.2 OBJETIVO GERAL

Informar, incentivar e dialogar a respeito da prática segura e atrativa do ciclismo para mulheres, por meio de uma ação de informação e comunicação com a comunidade em rede social, mediada por um canal do Instagram e pelas práticas de um Design para transformação social e cultural.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reunir informações sobre ciclismo e a participação das mulheres a partir de pesquisa estruturada;
- Entender as motivações e necessidades de mulheres praticantes do ciclismo, a partir de amostra local de dados quantitativos;
- Selecionar e analisar os dados coletados por meio de pesquisa e entrevista, como base do conhecimento para a produção do conteúdo;
- Desenvolver um projeto gráfico comunicativo de mídia social digital, apresentando layout funcional, intuitivo e atrativo para o público, na elaboração de um canal do Instagram;
- Fomentar aspectos de informação e comunicação com a comunidade, por meio de uma ação de debate com praticantes do ciclismo em diversas modalidades, documentada no canal do Instagram.

1.4 JUSTIFICATIVA

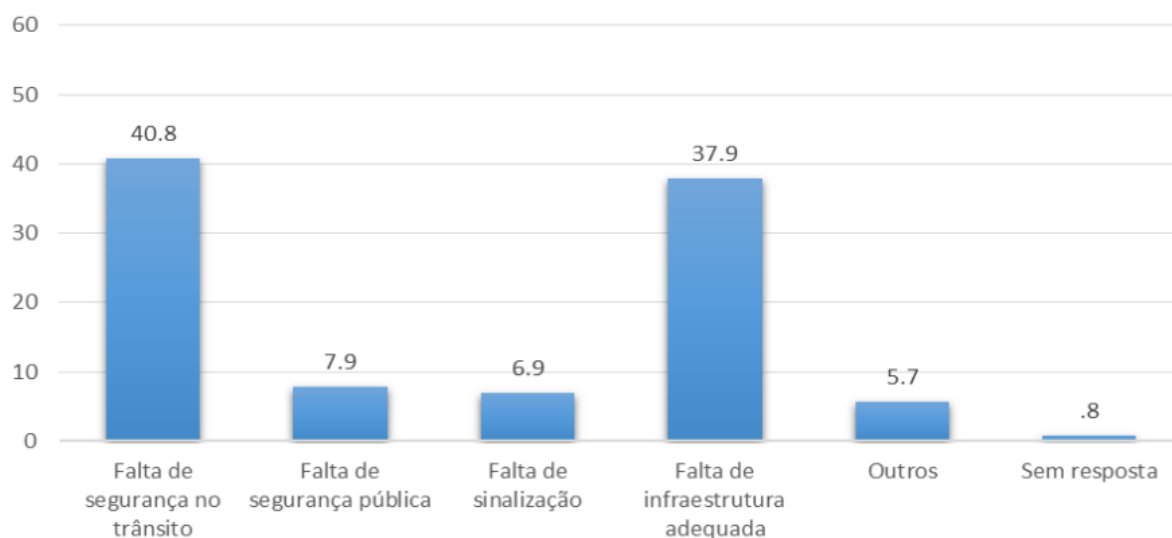
O presente trabalho articula os conceitos de Design como prática comunicativa e gráfica. A comunicação e o design permitem, assim, a visibilidade de discursos nos contextos do ciclismo entre mulheres, na cidade de Curitiba, no período entre os anos de 2021 e 2022. Logo, assim como afirma Cruz (2017), a importância dos aspectos comunicativos atrelados ao design está na potencialidade que os discursos podem ter nas redes sociais:

“Ao possibilitar o relato em primeira pessoa de situações de agressão, discriminação, assédio, entre outras expressões do machismo estrutural da nossa sociedade, o feminismo nas redes sociais ganha um alcance muito maior em razão do impacto que o compartilhamento das experiências pessoais online, marcadas pela subjetividade de suas autoras, causam. De tal forma, proporcionam uma maior identificação com as demais mulheres, gerando empatia e promovendo o desenvolvimento de coletivos e comunidades. ” (CRUZ, 2017).

A prática do ciclismo por parte da população feminina na cidade de Curitiba, infelizmente, acaba por não acontecer de maneira fluida. A *Pesquisa Perfil do Ciclista 2018*¹, evidenciou alguns desses motivos, conforme pode-se observar na Figura 1.

¹Relatório nacional que apresenta os resultados da Pesquisa Nacional sobre o Perfil do Ciclista Brasileiro.

Figura 1 - Problemas Enfrentados no Uso da Bicicleta como Meio de Transporte



Fonte: Parceria Nacional pela Mobilidade por Bicicleta (2018)

A falta de segurança no trânsito (40,8%) e a falta de infraestrutura adequada (37,9%) lideram o ranking como os principais problemas para a prática do ciclismo entre os indivíduos, incluindo para as mulheres, na cidade de Curitiba. A pesquisa ressalta que além dos pontos já listados, a falta de segurança pública e de sinalização adequada também são identificados como principais impeditivos para a prática segura e plena do ciclismo.

A motivação inicial deste trabalho também está atrelado às vivências pessoais da autora. Sendo ativa no ciclismo desde o começo da pandemia de Covid19 em 2020 e, desde este período, sendo integrante de um grupo de ciclismo do bairro de Santa Felicidade em Curitiba, a autora conseguiu identificar alguns pontos de melhoria. A percepção da necessidade de articular conversas e modos de incentivar outras mulheres, além de arquitetar estratégias de comunicação em rede eficazes para que as mulheres se sintam capazes, motivadas e inspiradas a incluírem o ciclismo e a atividade física em suas rotinas.

Ao participar das atividades do grupo de pedal e ao conviver com outras mulheres ciclistas, a autora conseguiu ter percepções e enxergar pontos de melhoria relacionados à prática do ciclismo, tanto pessoais quanto ligadas ao coletivo. Desde dificuldades ligadas à mobilidade e segurança pública até questões como motivação, autonomia, autoestima e bem-estar de cada uma das integrantes e participantes,

foram aspectos compreendidos e relevantes para a articulação de uma solução para melhorar a experiência e aproximar o público feminino do ciclismo.

Nesse sentido, a partir das práticas do ciclismo, surgiu a oportunidade atrelada à necessidade de articular e propor soluções informativas para grupos voltados ao ciclismo, transformando positivamente a vida das mulheres e contribuindo para uma prática segura.

Estudar e entender trabalhos de pesquisa que iniciaram da mesma motivação, porém ligados a outros segmentos, servirão como fonte de inspiração e posicionamento para o desenvolvimento deste projeto. São eles: a pesquisa de Larissa Pascoalini, intitulado *Metadesign de Serviços e Inovação Social em um Projeto de Capacitação Solidária* e o trabalho de Ynara Grupp intitulado *Cotidiano e Sobrecarga das Mulheres: Reflexões sobre os Espaços Acadêmicos através da mediação do Design e da Comunidade em Rede*.

1.5 METODOLOGIA

O presente trabalho é delimitado pela pesquisa participante qualitativa, na qual existe o envolvimento da pesquisadora no contexto da pesquisa. A utilização do método de entrevistas auxiliou na compreensão e aprofundamento das informações acerca da adoção do ciclismo no cotidiano sob a ótica das participantes, como nos propõe Brandão (1980):

“A pesquisa participante é um instrumento científico, político e pedagógico de produção compartilhada de conhecimento social e, também, um múltiplo e importante momento da própria ação popular” (BRANDÃO, P.19. 1980).

Também inspirada por ferramentas de design participativo, este projeto visa a participação das usuárias, entrevistadas e comunidade no processo de coleta e análise de dados. Logo, um aspecto potencialmente democrático de participação, que permite o envolvimento e aprofundamento dos envolvidos no projeto.

1.5.1 Pesquisa Participante Qualitativa

No âmbito da pesquisa participante qualitativa, a pesquisadora encontra-se imersa na cultura e contexto do objeto de estudo. De acordo com Gil (2008, p.31),

“tanto a pesquisa-ação quanto a pesquisa participante se caracterizam pelo envolvimento de pesquisadores e pesquisados no processo de pesquisa”.

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.194), a pesquisa participante consiste na participação real da pesquisadora na comunidade ou grupo. Esta acaba por se incorporar ao grupo e, por fim, envolve-se em tal ponto que acaba se confundindo com membros. A estratégia é se tornar tão próximo quanto qualquer outro indivíduo do grupo, participando e integrando as atividades rotineiras. Entretanto, apesar do envolvimento intrínseco, o ideal é que pesquisadores/as mantenham-se um caráter neutro discursivo, ainda que político, não influenciando ou causando dúvida na opinião e nos pensamentos dos entrevistados/as

Este trabalho conta com a pesquisadora sendo membro e ciclista, participante de um grupo de pedal e imersa nesse contexto. Tal fato permite seguir a linha de estudo de observação natural que pontua que “o observador pertence à mesma comunidade ou grupo que investiga” (Lakatos e Marconi, 2003).

Também BRANDÃO(1980), nos propõe que a pesquisa participante tem uma ação política, pois além de se propor ativa, no sentido de articular com os dados da pesquisa, produz também saberes na comunidade pesquisada, permitindo a voz e a vez de seus saberes e fazeres, em diálogo com o trabalho científico.

1.5.2 Pesquisa Qualitativa: Entrevista Semi Estruturada

A decisão de uso de entrevistas é amplamente utilizada para pesquisas qualitativas já que enriquecer agrega muito conhecimento e informações na etapa do processo de coleta e análise de dados. Sua utilização, no entanto, exige planejamento prévio e manutenção da ética. Isto, desde a escolha do participante, do entrevistador, do local, do modo ou mesmo do momento para a realização da intervenção (BICUDO, 2006).

Segundo Manzini (2004) as entrevistas englobam três grupos: estruturada, semi-estruturada e não-estruturada:

- Estruturada aquela que contém perguntas fechadas, algo como formulários, sem flexibilidade nas perguntas e respostas;
- Semiestruturada aquela orientada por um roteiro previamente elaborado, composto geralmente por questões abertas;

- Não-estruturada aquela que possibilita ampla liberdade na formulação de perguntas e na intervenção da fala do entrevistado.

A elaboração do roteiro de entrevista semiestruturada leva em conta aspectos culturais e o envolvimento e estudo do entrevistador acerca do tema, além do fato de conseguir e poder ser um bom articulador e ouvinte. Ou seja, dar espaço e liberdade para que o entrevistado exponha sua opinião e experiência ao mesmo passo que esteja atento e ligado para linkar temas pertinentes às suas falas.

Portanto, a coleta de dados ocorrerá através de entrevistas semiestruturadas, com roteiro previamente estabelecido, Tal fato permite estabelecer um norte ao debate e abrirá precedentes para o desenvolvimento de diálogos paralelos sobre o tema e enriquecimento das falas e conteúdos propostos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente projeto visa fundamentar questões e explorar alternativas que possibilitem a aproximação do público feminino com a prática do ciclismo. Considerando o contexto social e econômico, vontades e interesses individuais de cada uma das mulheres, além de fomentar o debate envolvendo o tema de pesquisa e permitir o engajamento e a disseminação de informações pertinentes e relevantes.

A análise se dá através de pesquisa bibliográfica, do aprofundamento teórico e do levantamento de dados e conceitos relacionados ao ciclismo e a participação feminina neste contexto. A amostra inclui, também, a perspectiva segundo a perspectiva da autora como mulher e ciclista na cidade de Curitiba.

2.1 AS MULHERES NO CICLISMO

2.1.1 História do Ciclismo Feminino

Contextualizando historicamente, a Europa e os Estados Unidos do século XIX foram marcados, principalmente, pela influência e impacto de novas invenções, de cunho científico e tecnológico e de artefatos materiais que reestruturaram a forma de viver, simbólica e concretamente ocupando importante papel na construção e no ideário da modernidade (MELO e SCHETINO; 2009).

As novas tecnologias e invenções apresentadas neste período revelam uma nova maneira de organizar e viver em sociedade:

“A máquina a vapor interfere profundamente na dinâmica da sociedade, inclusive na nova configuração dos tempos sociais, com a separação explícita entre os momentos de trabalho e de não-trabalho, algo típico do desenvolvimento do modo de produção fabril. O trem, a luz elétrica, a fotografia, entre outras invenções, contribuem para o surgimento de novas sensibilidades, relacionadas inclusive às ideias de velocidade e fugacidade que marcam o período.” (MELO e SCHETINO; 2009)

Com relação ao ciclismo, ainda que derivada de invenções anteriores conhecidas como velocípedes (mecanismos primordiais, que se tornaram forma de diversão apreciada pela elite), a bicicleta representou um novo marco no cenário da época. Isso porque, caracterizou-se por ser dispositivo pertencente aos indivíduos

comuns e que tornava viável encontros sociais, servindo para deslocamentos ao trabalho, meio de transporte de mercadorias ou pessoas, lazer, passeio e acesso a novos lugares. Além disso, permitiu a realização de competições e o acesso à prática esportiva. A bicicleta revolucionou a cultura e sociedade daquela época, como nos apontam os autores:

“Não é exagero dizer que a bicicleta e seus praticantes contribuíram de forma significativa para o discurso social do fin de siècle. Não somente foi a bicicleta um símbolo moderno, marcando seus praticantes como inovadores sociais, como também chamou a atenção dos transeuntes com seu barulho, buzinas e impressão, positiva e negativamente, de aproveitamento da velocidade. Esteve também relacionada a outras inovações. Ciclistas eram profetas dos novos estilos de se vestir, chapéus, calçados, guarda-sol, novos acessórios, inclusive novas câmeras. Para estar na moda nos anos 1890 era necessário estar “sobre rodas.” (MACKINTOSH e NORCLIFFE, 2006, p. 22, tradução nossa)

As mudanças decorrentes da invenção da bicicleta trouxeram à tona ideais de liberdade e igualdade. Isso acarretou em transformações ligadas à dinâmica social e rompimento de alguns padrões da época, tornando possível encontros entre classes sociais e a presença da mulher em ambientes públicos. Como afirmam Melo e Schetino (ano, p.), “tanto as provas de estrada quanto as de velódromos rapidamente deixaram de ser um entretenimento somente das classes altas para ser adotado por todas as camadas sociais.”

O final do século XIX marcou o ciclismo como atividade esportiva e, levando em consideração as peculiaridades deste momento histórico envolvendo a boa repercussão da bicicleta na sociedade da época e as rebeliões libertárias femininas, as mulheres vislumbraram uma forma de conseguirem se inserir em novos espaços. Contudo, ainda que o momento propiciasse novos tipos de pensamento e movimentos, a discriminação de gênero e a negligência da parcela feminina da população se fazia presente.

“A participação ativa de mulheres no esporte não era aceita socialmente na transição do século. O ciclismo não era uma exceção e os feitos de mulheres que tentaram quebrar recordes eram ignorados ou ridicularizados.” (ANDREWS, 1995, p. 54, tradução nossa)

Ainda que a invenção e advento da bicicleta tenham representado uma evolução nos moldes de transporte, lazer e esporte da época, ainda não representava uma prática esportiva possível e acessível para ambos os gêneros, acabando por beneficiar, majoritariamente, os homens.

Portanto, a participação das mulheres no ciclismo se resumia em ser participantes das plateias nas competições e apenas utilizar a bike para o lazer. As mulheres foram excluídas das provas e do ciclismo como atividade esportiva. Porém ainda assim, a possibilidade de poder pedalar como forma de lazer trouxe mudanças significativas e revolucionárias para a comunidade feminina.

“Deixe-me dizer o que penso da bicicleta. Ela tem feito mais para emancipar as mulheres do que qualquer outra coisa no mundo. Ela dá às mulheres um sentimento de liberdade e autoconfiança. Eu aprecio toda vez que vejo uma mulher pedalando... uma imagem de liberdade” (Susan ANTHONY, 1896, p. 10, tradução nossa).

Além dos ideais libertários que a prática do ciclismo pela comunidade feminina, foram notadas mudanças nos moldes culturais da época, com destaque para as transformações ligadas à moda e ao jeito que as mulheres se vestiam.

“Todos parecem concordar que os trajes usados para andar de bicicleta influenciaram consideravelmente a moda. Forneceram provavelmente mais um argumento a favor do uso de ceroulas. Mas também fizeram muitas mulheres vestirem calções, bloomers (saias curtas e calções presos nos tornozelos) e outras roupas esportivas, ensinaram-lhes a conveniência de bolsos, pouparam-lhes a necessidade de levantar as saias e criaram nelas um gosto por trajes com que pudessem sentar, caminhar ou recostar-se facilmente – e ainda pedalar.” (WEBER, 1988, p. 128)

Todavia, ainda que represente uma mudança revolucionária nos moldes culturais e estruturais da época, para a comunidade feminina, o ciclismo não era possível e apresentável da mesma forma que aconteceu para os homens. A prática do ciclismo dividiu opiniões e ressaltou ainda mais as discussões acerca da igualdade e discriminação de gênero no século XIX.

2.1.2 Ciclistas Mulheres na História

Notadamente ao longo da história as mulheres tiveram desde pequenas até grandes conquistas atreladas à prática do ciclismo. Nesta etapa do projeto foram apresentadas cinco mulheres que tiveram trajetórias notáveis no ciclismo e auxiliaram a aumentar o espaço e a visibilidade da comunidade feminina neste universo. Essas informações posteriormente foram utilizadas nas postagens (APÊNDICE G), de caráter informativo, em diálogo com a comunidade de mulheres.

2.1.2.1 Annie Londonderry

Em 1984, dois clubes masculinos de Boston lançaram o desafio que previa uma viagem de bicicleta ao redor do mundo. A jovem, Annie Kopchovsky, que mais tarde adotou o sobrenome Londonderry (em função de um de seus primeiros patrocinadores), aceitou o desafio de dar a volta ao mundo pilotando uma bike.

Sendo mãe e dona de casa, sua decisão de participar do desafio provando, assim, que uma mulher tem a mesma capacidade e potencial que um homem de realizar a atividade escandalizou a sociedade da época.

O desafio previa que Londonderry retornasse com uma quantia em dinheiro e, para resolver esta parte do desafio, a jovem ciclista conquistou o patrocínio de várias marcas da época, incluindo a Londonderry. O acordo era simples, as empresas auxiliavam com valor monetário e a ciclista circulava ao redor do mundo com as placas e emblemas das marcas em suas roupas e equipamentos.

“Tanto quanto essa atitude, surpreenderam suas posturas: conforme a viagem foi se desenrolando, ela foi adotando trajes masculinos, que facilitavam seu desempenho, e angariando recursos com a venda de suas fotos ou de espaços em sua roupa para anunciantes, que ansiavam por ligar seu nome a uma iniciativa que ganhava repercussão em todos os locais nos quais Annie passava: quinze meses depois, ao regressar aos Estados

Unidos, foi saudada enfaticamente pelo New York Times como a responsável pela mais incrível viagem realizada por uma mulher.” (MELO e SCHETINO; 2009, p. 121)

Ao longo de sua viagem em busca de cumprir o desafio, Londonderry percebeu que as roupas femininas não eram adequadas e dificultavam a prática, impedindo seus movimentos e impossibilitando o movimento de pedalar e a permanência em cima da bicicleta por longos períodos de tempo. Por isso, a ciclista adotou o uso de vestimentas masculinas incluindo as calças bloomers², conforme pode ser observado na Figura 1.

Figura 2 - Annie Londonderry

² Modelo de calças conhecido como saruel, atualmente.



MISS LONDONDERRY.

Fonte: Site Elas Pilotam, Acessado em: 20 de maio de 2022

Londonderry foi revolucionária em diversos aspectos da época, pioneira em marketing próprio, agitou a moda da época ao propor novas vestimentas e aceitou e concluiu um desafio de ciclismo, provando que as mulheres são tão capazes quanto os homens de pedalar.

2.1.2.2 Maria E. Ward

As atividades no século XIX eram divididas entre os gêneros e, dificilmente uma mulher tinha conhecimentos técnicos sobre temas tidos como masculinos. E, com relação ao ciclismo, não seria diferente.

Visualizando a falta de informação entre as mulheres, em 1896, Maria E. Ward publicou o livro “Bicycling for Ladies” com o intuito de instruir a comunidade feminina sobre a mecânica das bicicletas, dando dicas sobre vestimentas, sobre como se posicionar em cima da bicicleta e diversas outras informações relevantes sobre como pedalar da melhor maneira possível.

No desenvolvimento do livro, Ward capacita suas leitoras com o conhecimento prévio necessário para conseguir se manter segura e estável em uma bicicleta em movimento:

“The needs of the bicyclist are an intelligent comprehension of the bicycle as a machine, an appreciative knowledge of the human machine that propels it, and a realization of the fact that rider and bicycle should form one combined mechanism. For this, a knowledge of the laws that determine the limits and possibilities of both mechanisms is necessary.” (WARD, 1896, cap. IX)

Maria E. Ward foi revolucionária para os moldes da época, Seu vislumbre e ideia de capacitar, informar e interagir com uma parcela da população negligenciada e esquecida através da proposta de uma cartilha em formato de livro foi inovadora e perspicaz em diversos aspectos. A disseminação e divulgação de informações pertinentes e precisas acerca do ciclismo expandiu fronteiras e, certamente, permitiu que diversas outras mulheres pudessem ter a ciência e o conhecimento acerca de temas ligados à liberdade feminina e a prática do ciclismo.

2.1.2.3 Kittie Knox

Katherine Towle Knox, mais conhecida como Kittie Knox, impactou a sociedade do século XIX, ao ser uma das primeiras mulheres negras a praticar e experimentar o ciclismo.

No ano de 1885, a jovem ciclista foi aceita na League of American Wheelmen (LAW) e, tal fato gerou comoção entre os alguns membros da sociedade, principalmente os pertencentes a liga que concedeu a aprovação. Isso porque, sua

entrada na LAW não foi vista com bons olhos por ser uma mulher negra em um clube feito por e para homens brancos.

Knox enfrentou muita discriminação e casos de desigualdade para poder ser praticante do ciclismo e, mesmo assim, tornou o ato de andar de bicicleta algo aparentemente divertido em vez de uma atividade social complicada para os ricos com muitas regras (SHEAD, 2021).

Utilizando suas habilidades de costureira, acabou por gerar comoção no mundo da moda ao propor que mulheres pudessem usar calças para pedalar. A Figura 2, retrata Kittie Knox ao lado de sua bicicleta, trajando calças e suas características roupas para praticar o ciclismo.

Figura 3 - Kittie Knox



Fonte: Smithsonian Library

Knox travou uma batalha dupla contra a discriminação de raça e gênero. Sua trajetória de coragem diante da tensão e discriminação social ajudou a desmistificar o mundo do ciclismo como algo feito para homens brancos. Além disso, possibilitou a abertura para que outras mulheres pudessem manifestar interesse pela prática do ciclismo.

2.2 QUESTÕES DE GÊNERO NO CICLISMO

A história de participação das mulheres no esporte foi marcada pela desigualdade de oportunidades e invisibilidades (GOELLNER, 2005). As conquistas advindas do século XIX para o ciclismo foram alavancadas, em grande parte, pelo fato de já estarem acontecendo *movimentos sufragistas*³ no momento. Contudo, foi só na metade deste século que as mulheres começaram a ocupar os espaços públicos utilizando a bicicleta para lazer.

As questões de gênero que permeiam o mundo do ciclismo exigem estudos acerca do papel de ambos os sexos, uma vez que o termo gênero é articulado para designar ou definir as relações sociais entre os sexos e não podendo realizar investigações sobre mulheres de forma isolada (HARKOT, 2018).

Existem algumas hipóteses sobre os motivos pelos quais as mulheres são minoria entre os ciclistas e, muitas delas giram em torno do papel social da mulher construído ao longo da história. Homens tendem a realizar trajetos lineares, ao passo que as mulheres têm uma rotina multitarefa, fazendo inúmeras atividades e paradas ao longo do dia, o que torna suas rotinas mais complexas e trabalhosas.

Conforme dados de uma pesquisa realizada em 2008 pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 45,3% dos homens com dez anos ou mais afirmaram realizar atividades domésticas, enquanto que 86,3% das mulheres tiveram a mesma afirmativa. Segundo Harkot, as mulheres, enquanto esposas e mães, ainda são responsáveis pela maior parte do trabalho doméstico e cuidado com os filhos e ainda fazem parte do mercado de trabalho.

Nesse sentido, a pesquisa *Perfil do Ciclista*⁴, que analisou 1804 entrevistados na cidade de São Paulo, evidenciou que apenas 14% desse número representa ciclistas mulheres, conforme pode-se observar na Figura 4.

³Luta de reivindicação pela participação ativa das mulheres na política, direito ao voto

⁴Iniciativa nacional para melhor qualificar as informações sobre ciclistas das cidades brasileiras

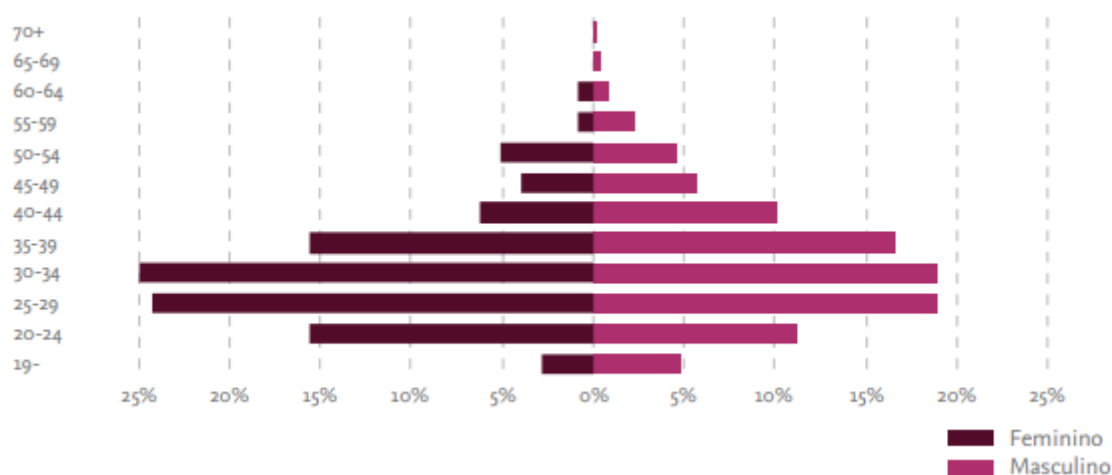
Figura 4 - Gênero dos Ciclistas Entrevistados



Fonte: Ciclocidade (2016)

Os homens tendem a praticar o ciclismo por mais períodos ao longo da vida ao passo que as mulheres são maioria quando mais jovens, como pode-se observar na Figura 5.

Figura 5 - Faixa Etária dos Ciclistas



Fonte: Ciclocidade (2016)

Tal fato pode ser explicado pelo fato das mulheres terem que admitir e administrar mais responsabilidades e atividades domésticas ao decorrer da vida, acumulando jornadas de trabalho profissionais e sociais, conciliando, muitas vezes, o papel de mãe, esposa, dona de casa, trabalhadora e afins.

“(..) pode-se arriscar hipóteses sobre como a idade e o papel desempenhado por cada um dos gêneros dentro da família possivelmente estão relacionados, com uma carga a mais de trabalho doméstico recaindo sobre as mulheres. Ainda é possível imaginar que as mulheres a partir dos 35 anos sejam mais frequentemente mães do que as mulheres mais novas e que deixem de usar a bicicleta ou diminuam a sua frequência de uso por conta disso. Ou ainda, é possível que as mulheres acima dos 35 anos tenham filhos muito grandes para serem carregados na cadeirinha da bicicleta e que, portanto, teriam que andar em uma bicicleta própria para acompanhar as mães no trajeto.” (HARKOT, 2018)

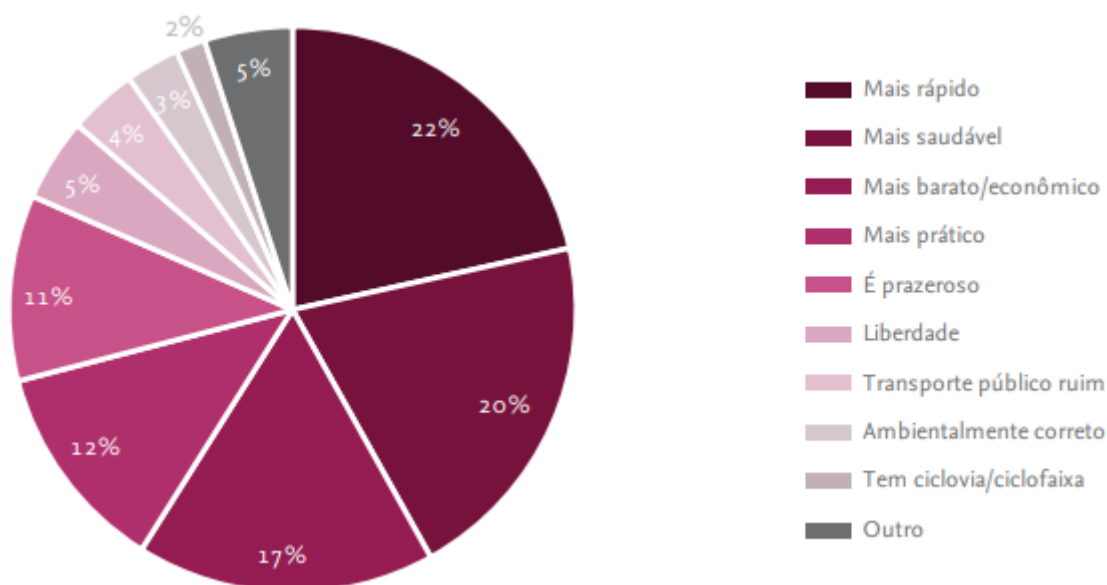
Portanto, sob a ótica das atividades ciclisticas, as questões envolvendo discriminação e desigualdade de gênero são exacerbadas na rotina e nas tarefas diárias das mulheres ressaltando a excessiva responsabilidade depositada sob as mulheres.

2.2.1 Motivações e Necessidades no Ciclismo

Vários foram os esforços e barreiras superadas pelas mulheres, historicamente, para que o ciclismo viesse a se tornar uma prática mais acessível para a comunidade feminina. No entanto, ainda que os marcos tenham revolucionado os moldes da época, ainda hoje a comunidade feminina encontra algumas barreiras que dificultam e, algumas vezes, inviabilizam a prática do ciclismo pelas mulheres.

A seguinte pesquisa bibliográfica transcorre acerca da Pesquisa Mobilidade por Bicicleta e os Desafios das Mulheres de São Paulo, desenvolvida por Marina Kohler Harkot que evidenciou dados interessantes e pertinentes sobre as motivações das mulheres ciclistas (Figura 4).

Figura 6 - Principais Motivações para Pedalar

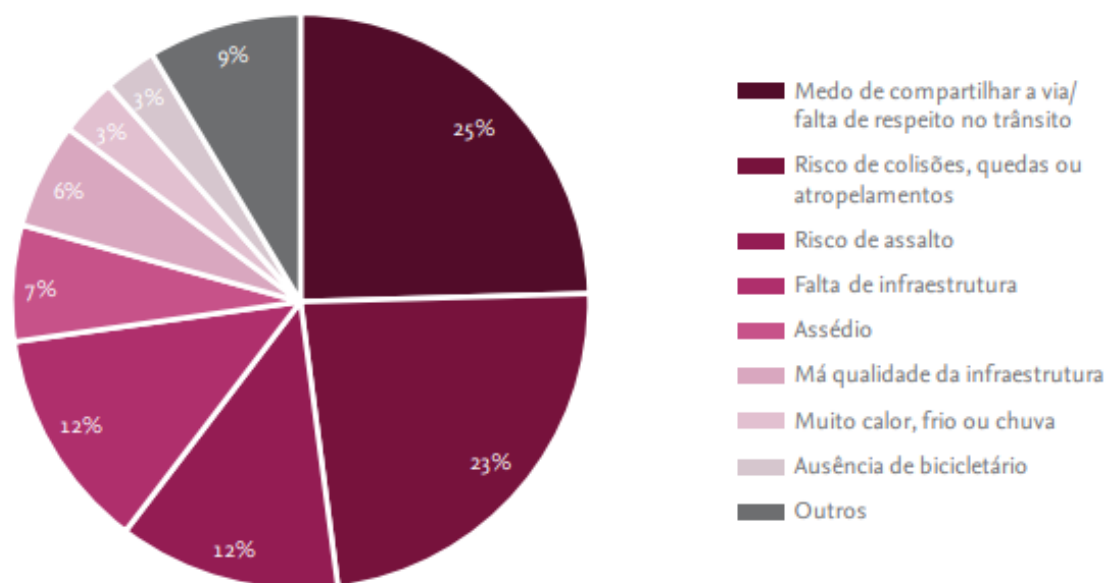


Fonte: Ciclocidade (2016)

Analisando a Figura 6, as entrevistadas parecem recorrer a bicicleta por ser uma forma mais rápida e saudável de se deslocar. É possível observar que existem parcelas da comunidade de ciclistas feminina que praticam a modalidade para servir como meio de transporte e aquelas que utilizam a bicicleta como lazer e hobby. Entretanto, também é perceptível o vislumbre da bicicleta como uma forma de economia e praticidade.

Questões de violência física, englobando medo de assalto (12%) e a violência de gênero causada através do assédio (7%), também foram problemas relatados pelas entrevistadas, conforme observa-se na Figura 7.

Figura 7 - Principais Problemas para Pedalar



Fonte: Ciclocidade (2016)

A pesquisa aponta que os principais problemas enfrentados pelas ciclistas entrevistadas quando pedalando são motivados pelo desrespeito no trânsito e a insegurança oriunda da má conduta dos motoristas e condutores.

2.2.1.1 Mobilidade Urbana e Ciclismo

A mobilidade urbana está ligada à facilidade dos deslocamentos de pessoas e bens nas cidades. O ir e vir do cotidiano é viabilizado através de veículos automotores e pela infraestrutura viária (vias, calçadas, ciclovias etc). O transporte urbano é, portanto, a interação entre todas as movimentações que precisam ser realizadas, por pessoas e bens, com a cidade (BRASIL, 2005).

O sistema viário atual é pensado para os veículos automotores e as áreas de estudo de planejamento urbano, muitas vezes, não contemplam abordagens de design centrado no usuário (PRADO, 2019). Entretanto, a mobilidade urbana poderia e deveria ser e representar uma maneira de assegurar que todos os indivíduos tenham acesso à cidade e seus serviços. Como afirma Norden:

“Se a mobilidade urbana é, ou deveria ser, a garantia de acesso à cidade, sua falta de planejamento ou sua ineficácia, incluindo o fato de ainda ser essencialmente baseada no uso do transporte motorizado, compromete o

bem estar e a qualidade de vida das pessoas nas cidades” (NORDEN, 2005).

Avanços em diversas esferas da sociedade ligados à liberdade e autonomia das mulheres auxiliaram na expansividade e ocupação de espaços predominantemente marcados como masculinos. E, a cada dia aumenta a presença das mulheres em trânsito: a pé, nos ônibus, de carro e também pedalando. Para ir ao trabalho, para executar afazeres cotidianos na circunvizinhança, para viver a cidade e cumprir funções sociais, as vias públicas e os meios de transporte são crescentemente “habitados” pelas mulheres (VIACICLO, 2010).

A crescente ocupação dos espaços urbanos pela parcela feminina da sociedade e a falta de planejamento viário e infraestrutura pensado para o usuário conferem um ambiente hostil para as mulheres aderirem uma *mobilidade ativa*⁵. Tal fato acaba inviabilizando, muitas vezes, que estas pensem a bicicleta como meio de transporte. E, por isso, se faz necessário entender e aplicar uma perspectiva centrada nas questões de gênero, entendendo as diferenças culturais e sociais vigentes, e na gestão da mobilidade urbana.

2.2.1.2 Segurança e a Prática do Ciclismo

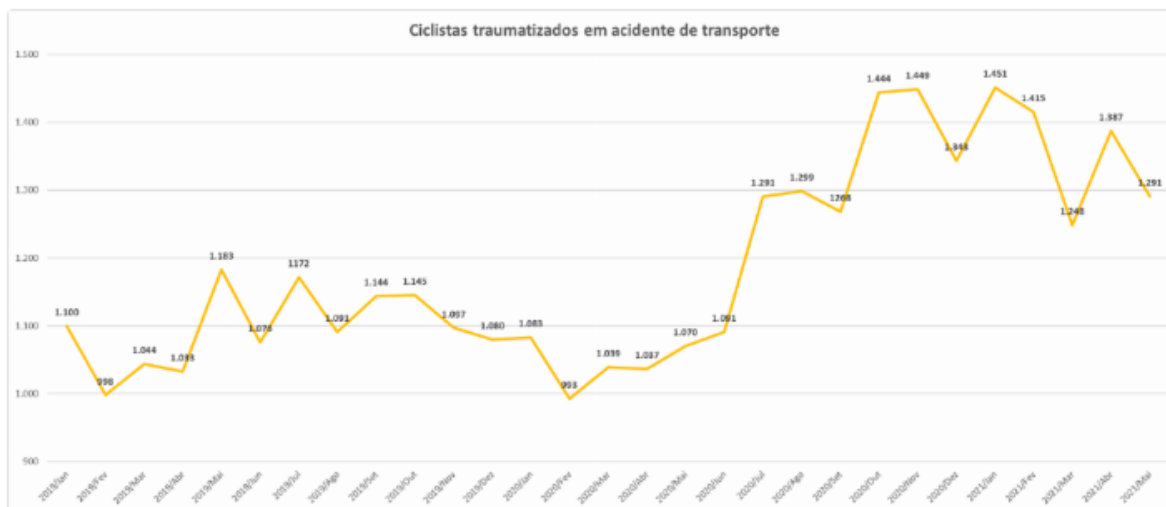
As questões de segurança pública e viária que permeiam a prática do ciclismo por mulheres vão de *sinistros*⁶ e acidentes ocasionais a casos de assédio e desrespeito à figura da mulher. Além disso, o porte das cidades e as políticas públicas de incentivo e proteção ao ciclista são algumas das variáveis que podem vir a influenciar na decisão das mulheres de utilizar a bicicleta como meio de transporte ou até mesmo para lazer.

Conforme indica a Figura 8, casos de sinistros graves acumulados nos mesmos períodos, mas de anos diferentes, obtiveram taxas altas. O mês de janeiro de 2019 acumulou 1.100 sinistros graves de ciclistas e no mesmo mês no ano de 2021 acumulou 1.451 ciclistas envolvidos nestes tipos de sinistros.

⁵Termo utilizado para se referir ao transporte de pessoas ou bens que utilizem tração humana

⁶Todo evento que resulte em dano ao veículo ou à sua carga e/ou lesões a pessoas e/ou animais, e que possa trazer dano material ou prejuízos ao trânsito, à via ou ao meio ambiente, em que pelo menos uma das partes está em movimento nas vias terrestres ou em áreas abertas ao público

Figura 8 - Faixa Etária dos Ciclistas Entrevistados



Fonte: Ciclocidade (2016)

O mapeamento realizado pelo *Abramet*⁷ em 2021 revelou o perfil dos ciclistas envolvidos em sinistros graves: cerca de 80% eram homens e a faixa etária dos entre 20 aos 59 anos é a predominante, o que corresponde a 60% dos casos. Tal análise revela que o público majoritário circulante de ciclistas é, ainda, composto pela população masculina e, estatisticamente, acabam se envolvendo muito mais em sinistros graves quando comparados com a parcela feminina da sociedade.

Conforme afirma o Relatório de 2017 da ViaCiclo: “a bicicleta pode ser um veículo capaz de facilitar a vida de muitas mulheres em várias situações do seu cotidiano. Entretanto, também sabemos que as mulheres são os usuários mais vulneráveis do espaço público, e isso afeta a maneira como elas usam o transporte”.

A percepção de que os homens se envolvem mais em sinistros graves pode revelar duas questões sobre a prática feminina no ciclismo. A primeira é a de que as mulheres são mais cuidadosas ao pilotar uma bicicleta e, por isso, acabam se envolvendo menos em acidentes. Porém, em contrapartida, estes dados, estatisticamente, revelam que o número baixo de envolvimento em sinistros é explicado pelo fato das mulheres serem minoria na parcela de ciclistas atuantes.

⁷Análise da Associação Brasileira de Medicina do Tráfego

2.3 SOLUÇÃO DIGITAL PARA CICLISTAS

A articulação social em torno de dispositivos e mídias digitais é uma forma interessante de estabelecer conexão e de se aproximar utilizando comunicação direta com o público. Como afirma Cruz:

“Assim como o ciclismo teve sua importância como instrumento de construção do feminismo mais de um século atrás, ao permitir a circulação de ideais e o encontro entre as mulheres, atualmente são as novas tecnologias de informação que têm destaque nesse papel. Através das redes sociais, as mulheres se articulam cada vez mais em grupos e comunidades, mesmo que nem sempre sob um viés feminista, mas onde a troca de experiências e apoio entre elas já se caracterizam como uma prática de empoderamento.” (CRUZ, 2017).

A organização social atrelada ao uso de novas tecnologias e meios de se comunicar e interagir auxilia na prospecção e divulgação sadia de projetos e campanhas de cunho social. Pensar e interagir socialmente através das mídias digitais é uma excelente maneira de divulgar e organizar grupos de mulheres ligadas ao ciclismo.

2.3.1 Portais para Ciclistas

Estabelecer conexão com um grupo social exige alicerces e ferramentas que permitam ao usuário se identificar e sentir-se pertencente. As técnicas de *Rapport* facilitam essa interação ao propor relações de empatia e afinidade. Conforme afirma Anthony Robbins, estrategista, escritor e palestrante motivacional estadunidense:

“Rapport é a capacidade de entrar no mundo de alguém, fazê-lo sentir que você o entende e que vocês têm um forte laço em comum. É a capacidade de ir totalmente do seu mapa do mundo para o mapa do mundo dele.”

Portanto, pensar em estratégias e ferramentas de comunicação social que permitam estabelecer rapport com o usuário e possibilitem a ele reconhecimento e

pertencimento são medidas extremamente importantes e eficazes para o sucesso de uma proposta de intervenção.

Dentro do universo do ciclismo, existem alguns projetos e canais de comunicação digital focados em grupos específicos ou com propostas interessantes para os aficionados e interessados pelo tema.

2.3.1.1 Bike Anjo

O Bike Anjo é uma rede de pessoas que acreditam no poder de transformação social da bicicleta ligado a comunidade e a cidade em que está inserida. Segundo o documento institucional de valores do projeto, a Bike Anjo pode ser explicada da seguinte forma:

“O Bike Anjo é uma rede nacional de ciclistas voluntárias/os que incentivam o uso da bicicleta como ferramenta de transformação das cidades, em busca de pessoas pedalando mais felizes e com segurança.”

O Bike Anjo conecta ciclistas praticantes que desejam partilhar seus conhecimentos sobre o tema com pessoas que têm o desejo de fazer parte da comunidade do ciclismo e não possuem, ainda, informações ou segurança para iniciar a atividade. Através da intermediação entre esses dois grupos de pessoas, o projeto viabiliza e permite que o ciclismo seja praticado de forma segura e eficiente nas cidades.

A plataforma categoriza os participantes e os direciona segundo suas expertises para suprir as necessidades do grupo como um todo. Funciona da seguinte forma: as pessoas se cadastram e podem pedir auxílio com relação ao tema de forma geral, ou seja, ajuda com relação a rotas, acompanhamento do trânsito, práticas de pedal e temas correlatos. Após esta fase de cadastro, a base analisa o pedido e redireciona o Bike Anjo (participante voluntário proposto para ajudar) mais adequado para a requisição. Ao participar, oferecendo ajuda ou a recebendo, a pessoa estará vivenciando os ideais propostos pela plataforma e, assim, vivendo os valores do Bike Anjo. A imagem 9 exemplifica como funciona as etapas do projeto:

Figura 9 - Processos Bike Anjo



Fonte: Site Bike Anjo (2022)

O projeto Bike Anjo possibilita que o ciclismo seja vivenciado em grandes centros urbanos e cidades de todo o Brasil, conectando pessoas ao redor do tema e da prática do pedal e ampliando o número de ciclistas praticantes e apaixonados.

2.3.1.2 Collab Bici

O projeto de extensão Collab Bici⁸ tem como objetivo promover o uso da bicicleta como meio de transporte e incentivar a mudança de hábitos na comunidade interna e externa à UFPR.

Segunda a pesquisadora Gheysa Prado (2019), o projeto surgiu como resposta a um crescimento populacional desenfreado, que levou a mudanças no estilo de vida das pessoas e uma mobilidade urbana planejada tendo como base os veículos automotores. Analisando a cidade de Curitiba, que tem aproximadamente 2 milhões de habitantes (IBGE, 2019), o transporte individual motorizado é o modal mais utilizado, com 49,2% da distribuição modal.

Levando em conta os dados apresentados, o projeto CoolabBici desenvolve ações voltadas para a melhoria da interação entre a comunidade e a mobilidade urbana. Uma das ações diz respeito ao sistema colaborativo de compartilhamento de bicicletas para a comunidade interna da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

⁸Sensibilização para o Uso da Bicicleta como Modal de Transporte pela Comunidade UFPR

“O projeto de extensão "Sensibilização para o uso da bicicleta como modal de transporte na comunidade UFPR” teve início em maio de 2017 e tem como objetivo incentivar e promover o uso da bicicleta como meio de transporte por meio da sensibilização da comunidade para o tema.” (PRADO,2020).

O desenvolvimento desta ação surgiu como solução a um problema identificado internamente na universidade. O projeto de extensão foi então procurado a fim de dar destino a uma série de bicicletas abandonadas no campus da UFPR Curitiba.

Portanto, o projeto visou a promoção da mudança de hábitos a partir de ações de incentivo ligadas ao ciclismo. Até o ano de 2020, o projeto continuava ativo e atendendo a comunidade interna da UFPR.

2.3.2 Grupos de Pedal

As comunidades são formadas por indivíduos que possuem interesses e identidades comuns sobre temas correlatos. É necessário compreender as organizações sociais que se formam a partir de interesses, laços, identidades e informações comuns. De acordo com Castells:

“Comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social” (Castells, 2003, p.106).

A atividade física e a prática do ciclismo, por sua vez, têm o poder e a capacidade de, também, unir indivíduos em detrimento de interesses mútuos. Segundo Vieira e Freitas (2007), a vida sobre rodas transformou por completo o cotidiano do homem. As pessoas passaram a se reunir para praticar o ciclismo em grupos. Seja em função de aumentar a segurança, ter mais motivação, fazer amigos e interagir com diferentes pessoas ou apenas para passar o tempo, os ciclistas tendem a se organizar em comunidades e se apoiam mutuamente para a continuidade da prática.

Na cidade de Curitiba existem alguns grupos de ciclistas que se organizam em prol da prática e da socialização com diferentes pessoas com o mesmo interesse em comum. É o caso dos grupos de pedal: SB Riders e Penélopes do Pedal.

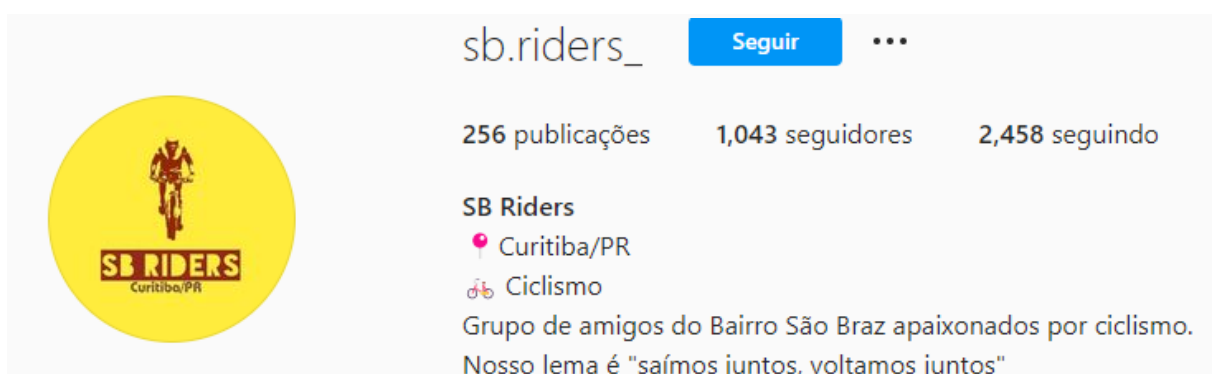
2.3.2.1 SB RIDERS

O grupo de pedal, *SB Riders* é originário das proximidades do bairro São Braz, em Curitiba. Conforme a descrição dos organizadores do grupo nas redes sociais, o SB Riders pode ser descrito como “Grupo de amigos do Bairro São Braz apaixonados por ciclismo. Nosso lema é *saímos juntos, voltamos juntos*”.

O grupo é destinado a todos os grupos de pessoas, independentemente da idade, cor, sexo, religião e afins. A organização acontece através das redes sociais, do Instagram, Facebook e, principalmente, através do grupo do WhatsApp. As páginas têm um número considerável de seguidores e interações, o que possibilita articulações e interações de grande amplitude entre os participantes.

No Instagram, o grupo conta com 1.043 seguidores até a data da coleta de dados. Conforme indica a Imagem 10:

Figura 10 - Perfil do Grupo de Pedal SB Riders no Instagram



Fonte: Instagram (2022)

No Facebook, apesar do menor número de seguidores e de interações com a página (Imagem 11), ainda é possível perceber o envolvimento e a existência de atividade por parte dos participantes.

Figura 11 - Perfil do Grupo de Pedal SB Riders no Facebook



Fonte: Facebook (2022)

Todavia, a maior conexão e interação entre os participantes do grupo de pedal SB Riders se dá através do grupo principal na rede de comunicação WhatsApp, conforme indica a imagem 12:

Figura 12 - Total de participantes no Grupo de WhatsApp



Fonte: WhatsApp (2022)

Diariamente o grupo do WhatsApp é movimentado com mensagens e programações de pedais entre os integrantes. Como participante do grupo, a autora vivencia esta experiência através das conversas e organizações via grupos e participa dos encontros como ciclista. As imagens disponíveis no APÊNDICE A são

do banco de imagens do grupo SB Riders e mostram alguns dos momentos de interação entre os participantes, inclusive com participação da autora.

2.3.2.2 Penelopes do Pedal

O grupo de pedal, *Penélopes do Pedal*, é destinado, exclusivamente, a mulheres ciclistas oriundas da cidade de Curitiba e entornos. Sua organização também acontece via redes sociais, principalmente através do Instagram, conforme indica a imagem 13:

Figura 13 - Perfil do Grupo Penélopes do Pedal no Instagram



Fonte: Instagram (2022)

Este grupo possui uma característica própria e extremamente interessante por ser voltado exclusivamente a mulheres. O grupo está em plena atividade e é notável sua diferenciação com relação às questões de gênero e identidade própria através das postagens e conteúdos desenvolvidos nas redes sociais. Por meio do canal no Instagram é perceptível que o grupo está em pleno funcionamento e existe a integração e interação entre as ciclistas. Observa-se na Figura 14:

Figura 14 - Perfil do Grupo Penélopes do Pedal no Instagram



Fonte: Instagram (2022)

As postagens e materiais presentes nas redes sociais do grupo ressaltam a ideia de coletividade e presença forte de identidade de gênero e posicionamento do conceito de ser um grupo destinado única e exclusivamente para mulheres.

3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Alinhando as pesquisas e conhecimento teórico referente ao objeto de estudo do projeto, pretendeu-se projetar uma solução digital alinhada a uma estratégia de comunicação visual e digital que fossem coerentes e que pudessem sanar e auxiliar a comunidade feminina na prática do ciclismo, na produção e ação de extensão⁹ com a comunidade

3.1 ENTREVISTAS

O método de entrevistas semiestruturadas foi o selecionado para a etapa de coleta de dados e informações desse projeto. Este possibilita a roteirização de perguntas ao mesmo passo que permite a liberdade da entrevistadora em conduzir e direcionar a entrevista conforme seu desenrolar e explorar melhor as ferramentas de comunicação e diálogo. Além disso, esta interação entre entrevistador e entrevistado permite um melhor direcionamento e desenvolvimento do projeto baseado no Design Participativo.

3.1.1 Descrição do Método

Seguindo a linha de pesquisa participante qualitativa veiculada por meio de entrevistas semiestruturadas, um roteiro (APÊNDICE A) com questionamentos relacionados às questões motivacionais e necessidades que envolvem e permeiam o público alvo foi previamente elaborado e pensado em torno da prática do pedal.

As entrevistas aconteceram ao longo do segundo semestre de 2021, quando esse projeto teve início. Foram selecionadas 3 ciclistas atuantes na cidade de Curitiba que praticam o ciclismo em diferentes modalidades: para lazer e hobby, como esportista, para mobilidade e transporte. A Figura 15 apresenta o perfil das participantes:

⁹ A ação de extensão foi realizada na data de 29 de maio de 2022, por meio de Meet, no formato de um Bate-papo aberto à comunidade formada pelo Instagram. Registro da ação feita pela professora Claudia Bordin Rodrigues, DEPEX - UTFPR Ct Curitiba.

Figura 15 - Perfil das Entrevistas Projeto Engrenadas



Fonte: Figura da Autora (2022)

As três entrevistas aconteceram em dias e horários pré estabelecidos com cada uma das participantes e organizadas via aplicativos de reuniões online. A realização desta seção de pesquisa em formato de vídeo gravado permitiu uma melhor análise do conteúdo abordado.

3.1.2 Transcrição e Pontos Principais das Entrevistas

A coleta de dados da pesquisa qualitativa por meio de entrevista semiestruturada acarretou em coleta de material rico acerca das motivações e necessidades das entrevistadas. A síntese das informações e detalhes gerais do conteúdo abordado foram transcritos em formato de texto.

3.1.2.1 Karla Chaiana Jarek

A primeira entrevistada praticava, até o momento da entrevista, atividades ligadas ao ciclismo por um intervalo de tempo correspondente a 1 ano e 3 meses. Relatos obtidos ao longo da entrevista revelaram que a participante Karla sentia

satisfação e prazer ao pedalar. Ressaltou os benefícios e ganhos pessoais que adquiriu desde o seu primeiro contato com o ciclismo. Eram eles relacionados a sua saúde, bem-estar e sentimentos de felicidade e realização. Percebeu, então, que as mudanças foram para muito além do esperado, comentando o ganho para com sua resistência e condicionamento físico pessoal.

Ainda que se sentisse muito realizada e feliz, a consultora de viagens de 34 anos não deixa de comentar e atestar seu descontentamento com relação a segurança precária e falta de infraestrutura urbana pública. Sua principal queixa vai de encontro a relação de desrespeito e imprudência por parte dos condutores de veículos automotores para com os ciclistas urbanos.

Alguns dos pontos de melhoria apontados por Karla vão desde a conscientização da comunidade em geral para com as atividades e praticantes do ciclismo, até a melhoria com relação ao ambiente público com revitalização e construção de novas ciclovias, investimento em materiais de sinalização como placas e conscientização da população.

Uma alternativa, segundo Jarek, para se sentir mais segura com relação ao trânsito foi participar de grupos de pedal dentro de seu bairro. Integrante do grupo de pedal SBRider's do bairro Santa Felicidade em Curitiba, ressalta a comodidade e segurança que é praticar a atividade com mais ciclistas, podendo contar com ajuda em caso de emergências, acidentes ou sinistros e ajudando a evitar ser assaltada e agredida:

“Pedalar em grupo, para mim, representa mais segurança em questão de assalto e em questão de saúde. Saúde com relação a poder ter alguém para pedir ajuda e ser socorrida ao longo do trajeto. (Karla Jarek, 2021)”

Além disso, na visão de Karla, pedalar em grupo auxilia na promoção do *networking*¹⁰, promovendo a interação social entre pessoas de diferentes culturas e conhecimentos. Ciclistas e praticantes mulheres podem se beneficiar ao praticar o ciclismo em conjunto, através de grupos de ciclismo e afins, uma vez que auxiliam

¹⁰Ação de trabalhar sua rede de contatos, trocando informações relevantes com base na colaboração e ajuda mútua

no aumento da sensação de segurança além de facilitar a interação e convívio entre as mulheres.

As mulheres ciclistas sonham, na visão de Karla, em poder pedalar com mais tranquilidade e respeito por vias e espaços comuns, sem precisarem se preocupar com os olhares, julgamentos e desrespeito advindos da falta de segurança e respeito no trânsito. “Independente de suas vestimentas ao praticar o ciclismo, as mulheres devem ser respeitadas” (JAREK, 2021).

3.1.2.1 Jenyfer Susan Farias Madureira

A segunda participante iniciou a entrevista indicando que o interesse pelo ciclismo sempre esteve presente de forma latente em sua vida. Até que em 2016, ao observar e perceber seus colegas se deslocarem de bicicleta até a faculdade, decidiu, também, adotar essa prática. Na época, Jenyfer desejava alinhar uma nova forma de se locomover na cidade à economia que esse meio de transporte representa e, ainda, praticar atividade física.

Ao começar a praticar sentia que a falta de motivação e ferramentas e equipamentos próprios eram empecilhos para que ela tivesse um maior engajamento com o ciclismo. Entretanto, com o passar do tempo, sempre praticando, ela já não mais percebe essas dificuldades e encara os problemas decorrentes com mais naturalidade.

Sua opinião com relação a prática do ciclismo por mulheres tange a problemas recorrentes como a questão do assédio. Madureira relata que já sofreu um evento de assédio nas ruas ao pedalar quando um motorista se direcionou a ela de maneira inapropriada. Ainda sobre essa questão comenta:

“Para pedalar, as ciclistas usam roupas que são mais coladas ao corpo e, alguns indivíduos, veem isso como oportunidade de assédio.”

Para Jeny, a condição ideal para se pedalar na cidade está ligada a melhoria na infraestrutura pública urbana, com destaque para melhorias na iluminação das

ruas, além da revitalização e criação de novas ciclovias, principalmente para as regiões mais afastadas do centro da cidade de Curitiba.

Na época, a experiência mais recente da jovem ciclista envolvia sua primeira participação em um pedal realizado em grupo. Estar em contato com outros ciclistas, praticando, trouxe à tona a sensação de pertencimento e realização para Jenyfer.

Com relação ao ciclismo ser praticado em grupo, enxerga como uma atitude positiva. Além de ser uma ótima opção para as mulheres, conseguem socializar entre si, suprimindo necessidades básicas de acolhimento e pertencimento e criando laços duradouros através da atividade física.

Segundo Susan, as mulheres ciclistas sonham com a visibilidade e reconhecimento de suas ações. Enxerga que a comunidade feminina que pratica o ciclismo é capaz e detém conhecimentos relacionados à bicicleta, suas funcionalidades e especificidades e, por isso, deve ser respeitada e reconhecida.

3.1.2.1 Rosangela Bobato Cavassim

A terceira participante, Rosangela, sempre realizou alguns passeios esporádicos com a bicicleta ao decorrer de sua vida. Foi no início da pandemia de Covid19, em 2020, com suas antigas atividades físicas ligadas a academia pausadas por conta da quarentena instaurada no país, que viu no ciclismo uma boa alternativa para manter-se ativa fisicamente.

Com o apoio de amigos, que cederam uma bicicleta emprestada, Cavassim iniciou definitivamente no ciclismo. Com a prática constante, começou a perceber os inúmeros benefícios que a bicicleta acarretava para sua saúde física e mental.

No período inicial, Rosangela enfrentou algumas dificuldades para se desenvolver no ciclismo. Sentiu que o cansaço, falta de motivação e as excessivas críticas externas sobre seu novo estilo de vida cotidiano foram alguns obstáculos que teve que enfrentar.

Infelizmente já presenciou casos de violência verbal e assédio por parte de condutores de veículos automotores, acusando total falta de respeito para com as mulheres ciclistas. Por esse motivo, Rosângela acredita que para tornar a experiência no ciclismo melhor e mais proveitosa para as mulheres, é preciso investir em alguns pontos de melhoria. Como por exemplo, investir em infraestrutura

viária, com mais ciclovias e, principalmente, com políticas que incentivem o respeito para com as ciclistas mulheres.

Com relação a sua visão sobre a prática realizada em grupos, considera uma fonte de motivação para continuar e se manter ativa na atividade, uma vez que cultiva boas amizades.

Rosângela enxerga a rotina da maioria das mulheres como caótica e estressante, acumulando várias funções e papéis. Por esse motivo, as mulheres podem se beneficiar ao pedalar juntas, isso porque, uma pode motivar e ajudar as outras.

No auge dos seus 57 anos, Cavassim esbanja força e determinação. Compartilhou sua vontade em montar um grupo de ciclismo voltado para a inclusão e acolhimento de mulheres de meia idade que manifestem interesse em começar a pedalar e que, por ventura, não se sintam aptas ou a vontade para iniciar as atividades.

3.2 PROPOSTA DE AÇÃO DE COMUNICAÇÃO

A elaboração de uma estratégia e ação de comunicação que seja eficiente e focada em atingir o público alvo do projeto precisa seguir algumas diretrizes e metodologias de desenvolvimento e organização.

Entender e explorar quais as melhores ferramentas, plataformas e gerar autoridade por meio da identidade de marca são pontos fundamentais para o sucesso e melhor compreensão do projeto como um todo.

3.2.1 Canvas de Estratégia de Mídia Social

O método Canvas é uma ferramenta de inovação corporativa que permite visualizar de forma intuitiva todos os aspectos fundamentais do seu negócio, construindo diferenciais competitivos por meio de brainstormings e ideias compartilhadas (PRAGA, 2018).

Responder a questões fundamentais como as abordadas no Canvas de Estratégia de Social Media (OSWALD, 2016) e, assim analisar critérios e pontos de estratégia são importantes ferramentas no processo de escolha e definição do veículo e canal de comunicação mais adequado para cada projeto.

O modelo Canvas foi aqui referenciado e utilizado para estruturação e desenvolvimento da estratégia de comunicação digital. A partir dele, foi-se elaborado o quadro Canvas referente ao projeto (Figura 16) e, assim, permitiu visualizar e responder com mais clareza questões fundamentais relacionadas ao objetivo e problema do projeto de pesquisa. Sua importância está relacionada ao fato de conseguir entender o quê, como e porquê a utilização de mídias sociais e qual ou quais delas seria a mais adequada e aceita pelo público alvo.

Figura 16 - Modelo Canvas Estratégia Rede Social



Fonte: Figura da Autora (2022)

A questão “o quê?” foi respondida pela ação de comunicação do projeto que visou aproximar, personificar e dar voz à comunidade feminina com relação à prática do ciclismo. Assim, propõe-se a construção de um artefato digital que aproxime e consiga sanar as dúvidas e motivar as mulheres nessa esfera de atividade.

O “por quê” é respondido pela adoção de uma estratégia de comunicação que utilize as redes sociais como mediador, mais especificamente, o uso do

Instagram. A justificativa se dá pelo fato de que, ainda que existam livros, plataformas e perfis específicos de ciclismo, nenhum deles trata a mulher como objeto foco, tampouco produz conteúdos relevantes para todos os tipos de mulheres que se interessem pelo ciclismo.

A proposta de ação visa aproximar a comunidade feminina do ciclismo, facilitando o acesso a informações relevantes e de qualidade, de forma rápida e eficiente através de uma plataforma acessível a todas. Logo, a utilização de redes sociais se torna imprescindível, já que possibilita a aproximação da comunidade como um todo com o tema e, principalmente, das mulheres com a prática do ciclismo.

3.2.2 Design de Identidade

A identidade visual possibilita a criação de uma imagem que “abarcia tudo aquilo que, voluntariamente ou não, vai formando a posição da empresa na sua relação com o público” (PEÓN, 2000, p. 13). Por isso, visto que a aproximação e reconhecimento do projeto pelas mulheres possa ser feito de modo fácil e prático, o desenvolvimento da identidade visa a criação de nome, logo, elementos de apoio e adequação do tom de voz das publicações para conversar de maneira coesa com a personalidade e objetivo do projeto.

Esta etapa do projeto é extremamente importante visto que possibilita criar conexão com o público-alvo e, assim, tornar o projeto relevante e de fácil reconhecimento e aceitação por parte da comunidade.

3.2.2.1 Nome

Ao desenvolver a identidade visual, tangeia-se na criação do nome, sendo esta uma das etapas mais importantes na otimização e facilitação da identificação do projeto pelo público-alvo, visto que:

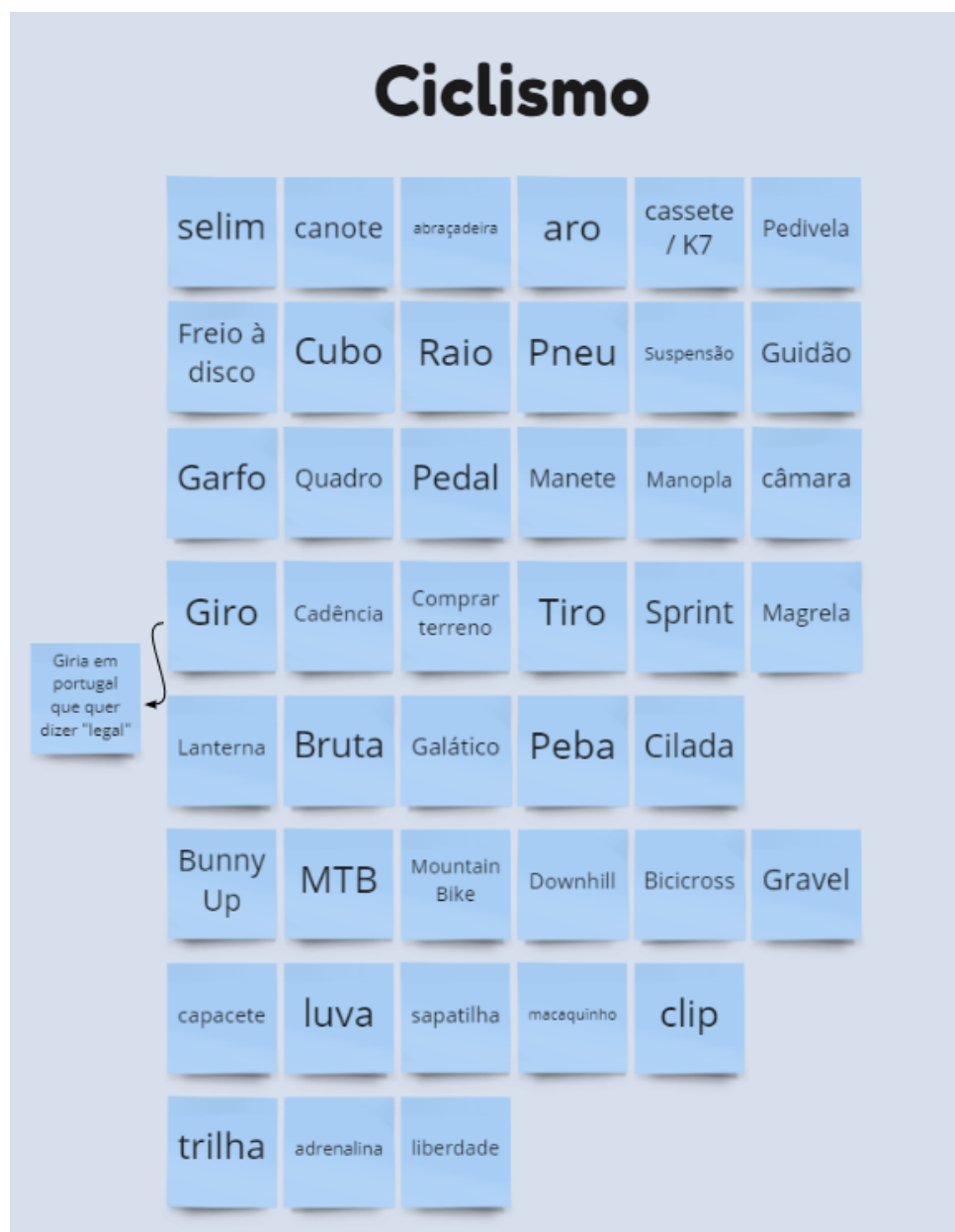
“O nome é, sem dúvida, um dos pontos de contato mais importantes de uma marca e contribui positivamente na construção de sua identidade. É uma espécie de “gatilho” de associações simbólicas da empresa ou produto. Quando percebido visual ou auditivamente, consegue despertar pensamentos, impressões e experiências da marca que estão na mente dos seus públicos.” (RODRIGUES).

Portanto, para a criação do nome do projeto, foi adotado um processo que seguiu algumas etapas base. Primeiramente, a elaboração de um briefing direcionado a coletar informações relevantes sobre o projeto. A utilização do Canvas de Estratégia de Mídia Social ('item' 3.1.1) auxiliou na elaboração do roteiro desta etapa, o qual está disponível no APÊNDICE B.

Num segundo momento, realizou-se uma pesquisa por referências nominais relacionadas aos temas: ciclismo, comunidade feminina e mulheres e palavras de incentivo/motivação. Foi feito um levantamento com os principais termos de cada um dos temas.

A pesquisa relacionada à primeira palavra-chave-foco resultou em jargões, gírias, nome de peças e componentes de bicicleta, modalidades e demais termos relacionados ao ciclismo, conforme pode ser observado na Figura 17.

Figura 17 - Brainstorm Naming Ciclismo



Fonte: Figura da Autora (2022)

A pesquisa pelo segundo termo, comunidade feminina, resultou em sinônimos, palavras relacionadas a figura feminina e alguns nomes de mulheres destaque para no universo do ciclismo, personagens característicos e afins, conforme está exemplificado na Figura 18.

Figura 18 - Levantamento Naming relacionado ao termo Mulheres



Fonte: Figura da Autora (2022)

A terceira pesquisa, relacionada a termos de incentivo, resultou em palavras, jargões e gírias relacionadas à ideia de motivação e otimismo, vide Figura 7.

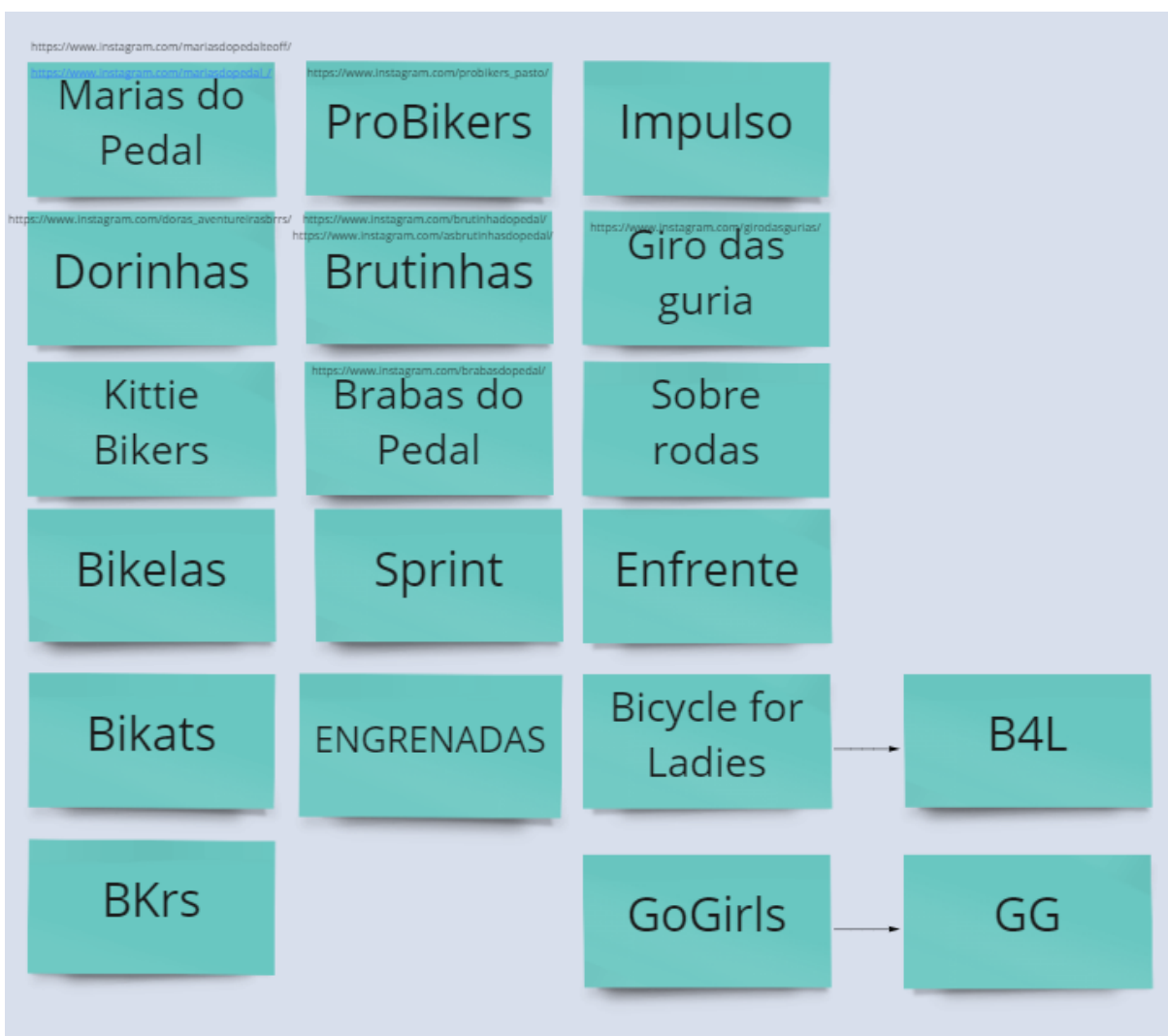
Figura 19 - Levantamento relacionado ao termo Incentivo



Fonte: Figura da Autora (2022)

Em um segundo momento foi realizado o processo de brainstorm (explosão de ideias), que conforme afirma Rodrigues (2011), é caracterizado pelo levantamento de uma grande quantidade de alternativas relacionadas aos critérios do briefing. O levantamento de termos relacionados às palavras-chave-foco da pesquisa resultou na seleção de ideias de possíveis nomes que poderiam ser aplicados ao projeto, conforme indica a Figura 8.

Figura 20 - Levantamento Naming



Fonte: Figura da Autora (2022)

Seguindo as características do briefing como parâmetro, foram elencadas alternativas segundo os 4 critérios (Figura 21): termo técnico (Projeto Sprint), criação de personagem (Marías do Pedal), sigla (Projeto K7) e composição de palavras (Projeto Engrenadas).

Figura 21 - Alternativas Naming

1º Termo Técnico

arrancada

Sprint

O **sprint** ou corrida de velocidade é uma prova do ciclismo de pista que envolve dois ou quatro ciclistas, que competem contra um oponente, diferentemente da Perseguição Individual, os corredores começam juntos.

Quando a linha de chegada se aproxima em uma prova de **ciclismo**, os **ciclistas** se armam para o **sprint**, seja a vitória sendo disputada por dois competidores ou por um pelotão inteiro. É o momento em que os **ciclistas** atingem sua maior velocidade em busca do triunfo.

"Sprintar" é o ato de impulsionar o corpo para aumentar a velocidade e ter um pico de melhora no desempenho durante o pedal. Técnica usada principalmente em subidas.

Projeto Sprint

Velocidade

Desempenho

Força

Determinação

projeto **SPRINT**

projeto **SPRINT**

2º Personagem

Mariás do Pedal

Maria Ward

Escreveu uma cartilha orientando as mulheres como se vestir, andar de bike, a mecânica do equipamento etc.

1896

BICYCLING FOR LADIES

3º Sigla

K7

O cassete é um sistema de engrenagens (basetas) fixas, criadas no ano de 1978, com o objetivo de substituir as tradicionais cassetes, ou também conhecidas como Rocias Livres, ou seja, o conjunto de engrenagens que possibilita a troca de marchas nas bicicletas.

Essa peça é um conjunto de rodas dentadas que fica localizado na parte traseira da bicicleta, especificamente no cubo traseiro. Sendo assim, a peça – o cassete – se encaixa no cubo, que também é conhecido como freehub e é mantido firmemente no lugar com uma trava de cassete com rosca.

K7 é o conjunto de engrenagens ou rodas dentadas de uma bike

Projeto K7

União

Leveza

Inovação

4º Composição

ENGRENADAS = + engajADAS

ENGREngem

FORÇA

TRANSMITE O MOVIMENTO

Uma engrenagem não existe sem a outra

Tem que existir ligação entre os eixos

TRANSMITIR FORÇA

Palavra feminina

Arrolada, comprometida, envolvida

Fonte: Figura da Autora (2022)

Logo após, foi realizada uma filtragem das 4 alternativas a partir da análise da viabilidade de posicionamento do projeto. O nome “Marías do Pedal” foi excluído a partir de uma pesquisa que revelou já existirem grupos de ciclismo vinculados à mesma identidade nominal. Já no nome K7 foi retirado do processo de definição pela possibilidade de associação com o Podcast Projeto K7¹¹.

Dessa forma, a definição do nome do projeto resultou na geração de duas alternativas finais: a primeira, “Projeto Sprint”, aborda em formato de linguagem usual uma técnica do ciclismo, em que o atleta precisa impulsionar seu corpo de

¹¹ Podcast de acervo de fitas K7 de histórias de terror

maneira a aumentar consideravelmente sua velocidade em um curto intervalo de tempo levando-o, assim, de ter um pico de melhora no desempenho durante o pedal. A segunda alternativa, “Projeto Engrenadas”, associa duas palavras relevantes ao tema aos tópicos levantados no briefing: engrenagem, remetendo a ideia de força, transmissão de movimento e ligação entre os eixos, e engajadas, ressaltando a ideia de comprometimento e determinação, além de ser uma palavra feminina.

Assim, visando definir a alternativa final para o nome do projeto, uma consulta com 3 mulheres foi realizada a fim de contextualizar em relação à ação da comunidade e consultadas sobre a viabilidade de ambos os nomes.

A primeira alternativa foi reprovada integralmente pela dificuldade de pronúncia, por se tratar de uma palavra de origem estrangeira. A segunda foi bem recebida por ser de fácil compreensão e gerar uma ideia de pertencimento. Logo, Projeto Engrenadas foi o nome escolhido para ser utilizado nas próximas etapas de construção de identidade e desenvolvimento visual.

3.2.2.2 Proposta Gráfica

Segundo Gilberto Strunck (2003), identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que vão formar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço. O desenvolvimento de uma identidade visual que dialoga de maneira harmônica com o briefing e a definição de naming da etapa anterior é de extrema importância para expressar de maneira correta os conceitos do projeto.

Logo, a criação da identidade visual passou por um processo de 4 etapas: briefing, pesquisa, geração de alternativas de logo, seleção final e desenvolvimento de elementos de apoio.

A primeira etapa foi a definição de um briefing (APÊNDICE E) que orientasse o direcionamento do processo criativo de criação da marca e identidade através do levantamento de informações relevantes.

A pesquisa por referências gráficas resultou na criação de um moodboard (Figura 22), uma espécie de mural que pode ser composto por imagens, vídeos e elementos visuais que representam a ideia de um projeto (RAMOS, 2019).

Figura 22 - Moodboard de Estudos Gráficos de Similares

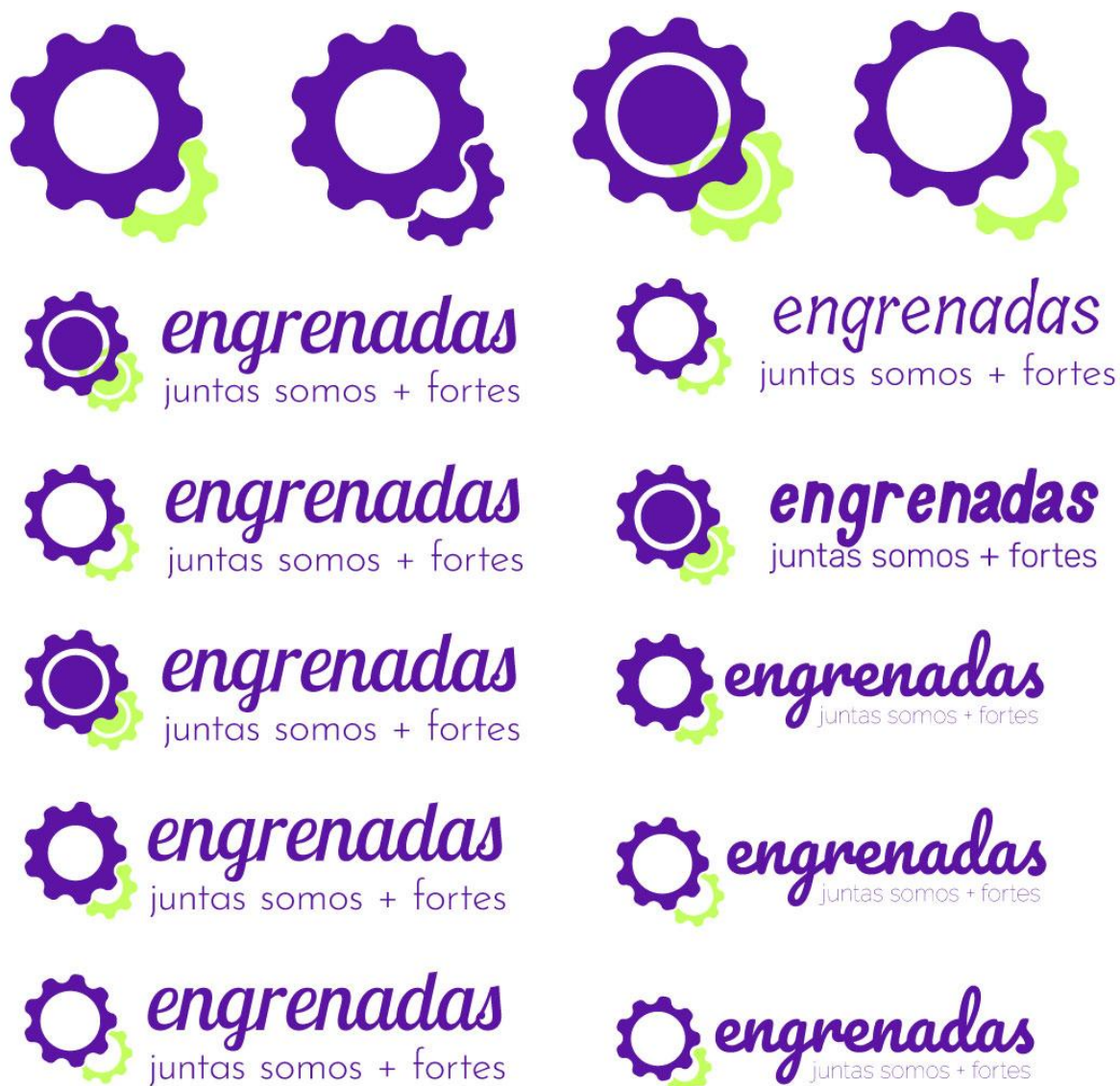


Fonte: Compilação da Autora (2022)

Analisando a proposta referencial apresentada e cruzando com as informações extraídas do briefing, é possível notar que a demanda gráfica está ligada a uma linguagem mais descontraída, digital e centrada nas tendências da comunidade feminina, utilizando tons fortes e marcantes.

Portanto, tomando como base que logotipo é uma marca formada a partir da leitura, ou seja, que faz uso de caracteres, e quando um logotipo sofre modificações até virar um desenho, torna-se um símbolo (PEÓN, 2001) e orientando-se pelas informações levantadas até o momento, foram desenvolvidas alternativas de logotipo e símbolo para o projeto, conforme representado na Figura 23.

Figura 23 - Alternativas de Logo





Fonte: Compilação da Autora (2022)

Com o processo de geração de alternativas gerado, as opções de logotipo foram analisadas individualmente segundo os critérios do briefing e, em seguida, descartadas seguindo a ótica de coesão com o público e a demanda. Logo, a alternativa final para o Projeto Engrenadas foi escolhida, conforme indica a Figura 24.

Figura 24 - Alternativa Final Projeto Engrenadas



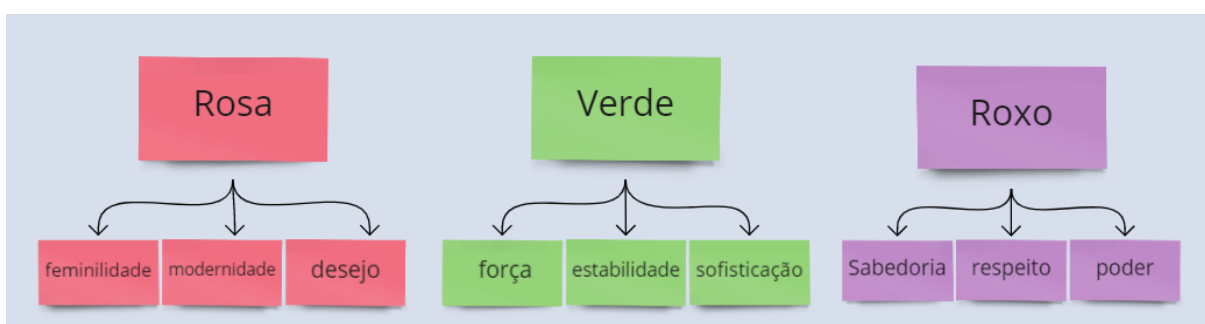
Fonte: Figura da Autora (2022)

Para a criação do símbolo, a associação foi feita com o movimento e funcionamento de engrenagens entre si, que operam em pares, ou seja, os dentes de um par se encaixam nos espaços dos dentes dos outros (SALES, 2019).

Simbolizando, assim, a união entre as partes que só operam se estiverem em perfeita sincronicidade entre si.

Para a escolha da paleta de cores do projeto, em um primeiro momento, foi-se levado em conta estudos relacionados à teoria e a influência que as cores podem exercer para alcançar objetivos e transmitir mensagens. Como observa-se na Figura 25, as cores pré selecionadas remetem a ideia de força, ao utilizar o verde, do poder feminino com o uso do roxo e a feminilidade com o rosa claro:

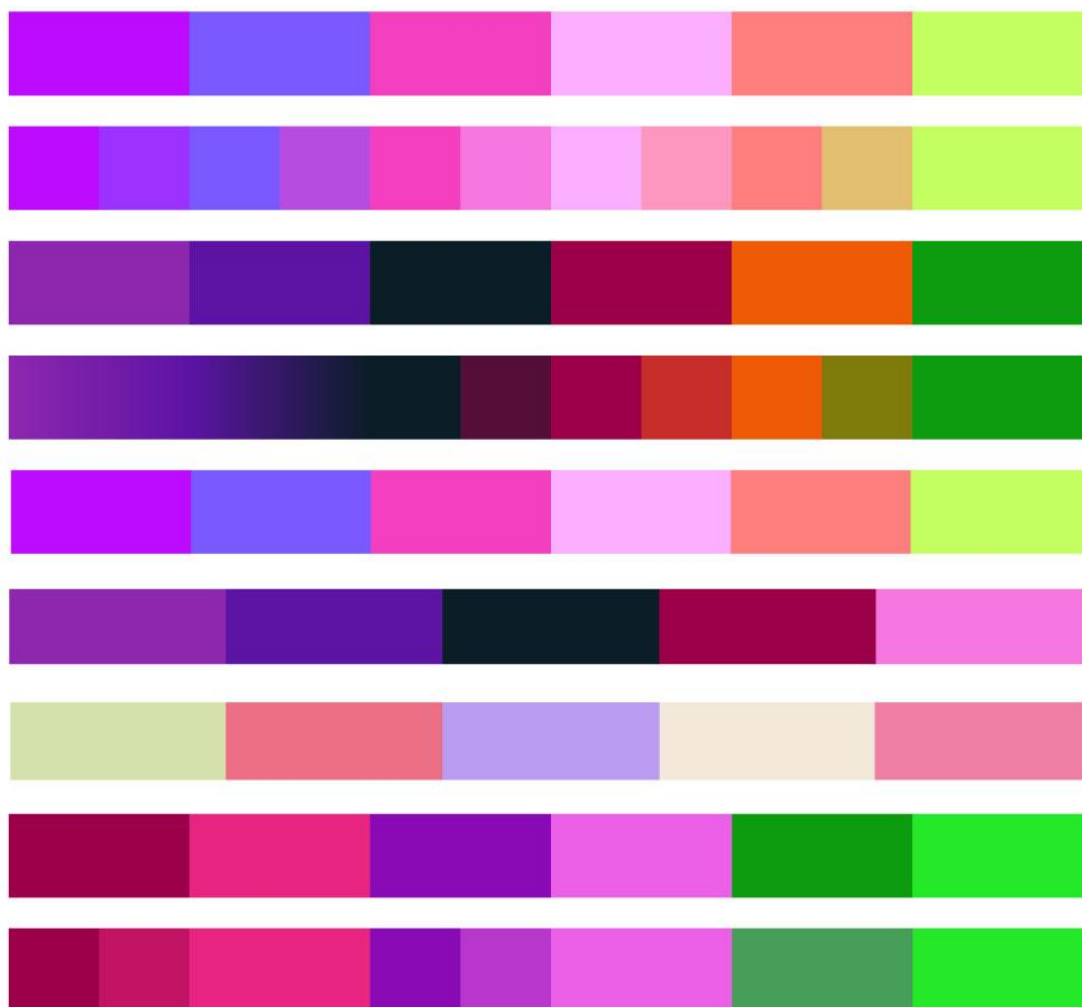
Figura 25 - Estudos de Cores



Fonte: Figura da Autora (2022)

Com ideias pré estabelecidas relacionadas ao significado que cada cor pode vir a transmitir ao projeto, foi feito um prévio estudo de algumas alternativas e possibilidades de composições de cores, como se observa na Figura 26:

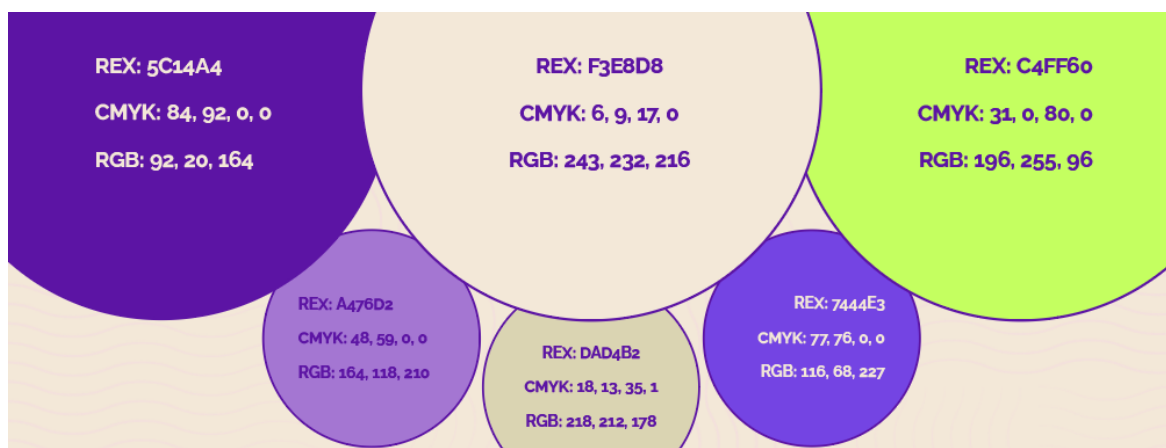
Figura 26 - Estudos para Paleta de Cores



Fonte: Figura da Autora (2022)

Por fim, foi escolhida uma paleta de cores que fosse capaz de transmitir a essência e o objetivo do projeto, como observa-se na Figura 27:

Figura 27 - Estudos para Paleta de Cores



Fonte: Figura da Autora (2022)

As redes sociais possibilitam a flexibilização do uso do logotipo nas publicações. Portanto, o conjunto do nome do projeto em associação ao símbolo não será sempre utilizado, podendo-se optar pela assinatura e marca d'água em postagens com a utilização do prefixo @ (indicativo de um perfil no Instagram), conforme está indicado na Figura 28. Além disso, isso justifica a não necessidade do uso da logo em formatos negativos, devido a sua criação e planejamento em cronograma de curto-prazo limitarem as publicações exclusivamente nas redes sociais.

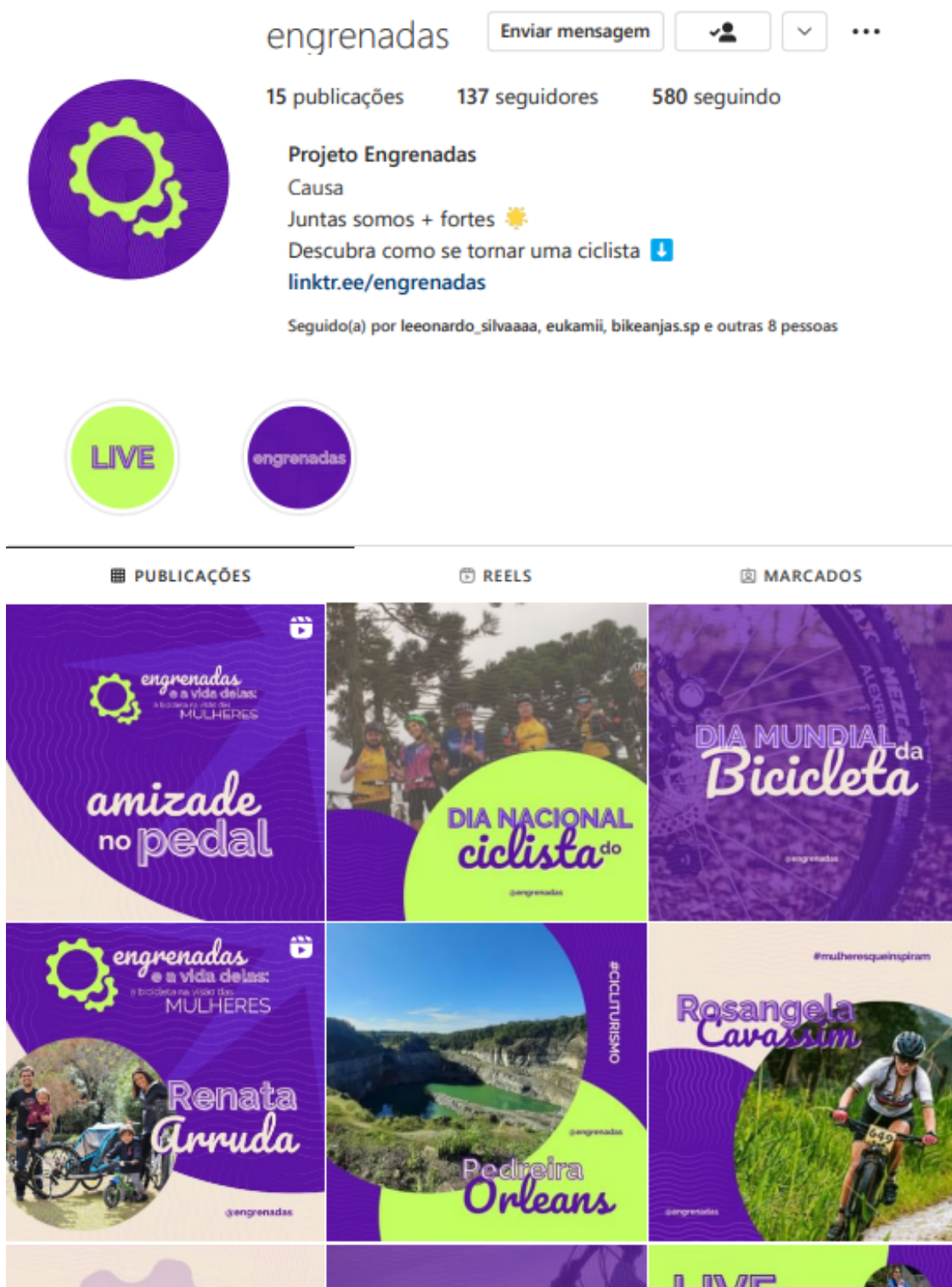
Figura 28 - Uso da Marca nas Redes Sociais



Fonte: Figura da Autora (2022)

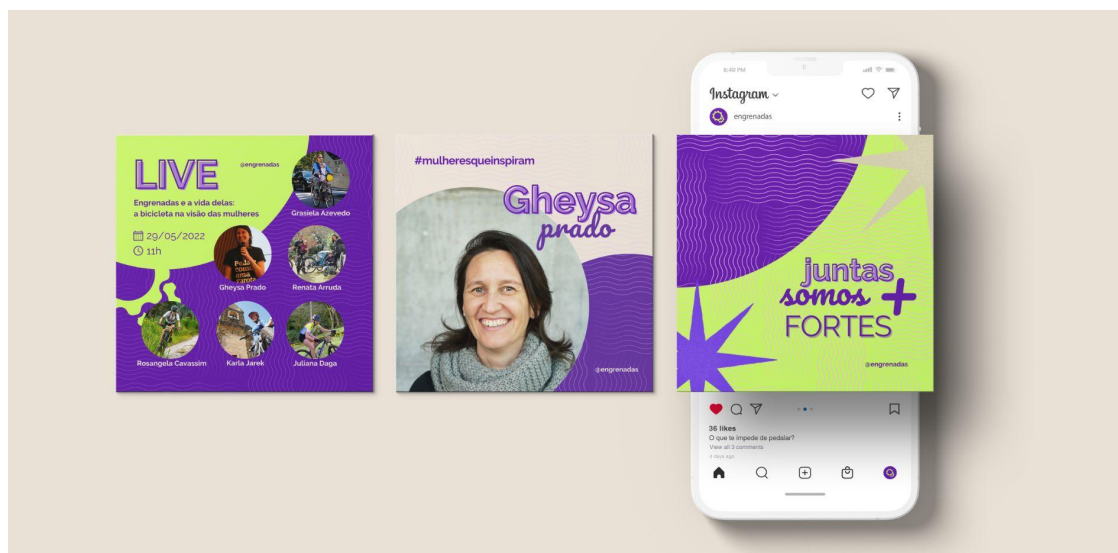
As Figuras 29 e 30 apresentam uma prévia de como ficou a apresentação do perfil no Instagram do Projeto Engrenadas:

Figura 29 - Uso da Marca nas Redes Sociais



Fonte: Figura da Autora (2022)

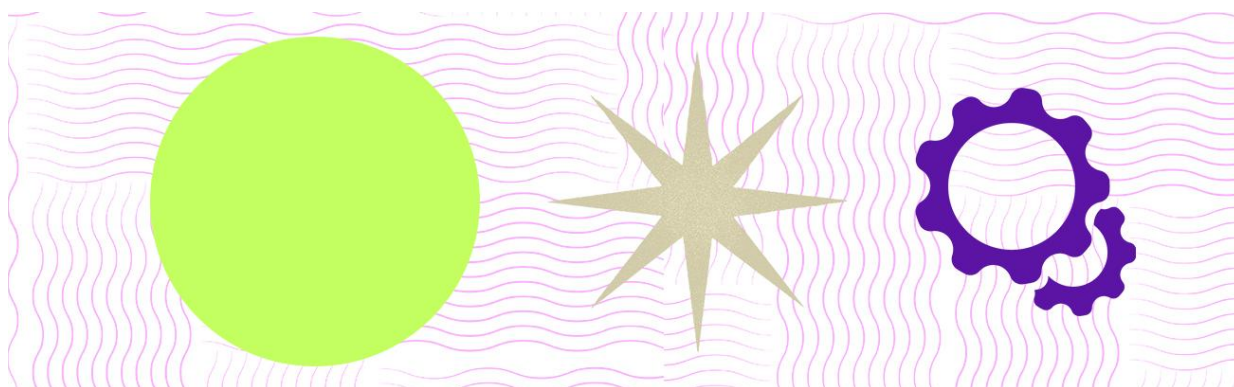
Figura 30 - Mockup do Projeto Engrenadas no Instagram



Fonte: Figura da Autora (2022)

Com as informações e conceitos definidos nos briefings e a criação e definição da marca e identidade visual, foram elencados elementos de apoio para auxiliar a padronizar as postagens com relação ao uso de formas e adornos, mantendo um padrão visual para o perfil. Dessa forma, os materiais e peças gráficas desenvolvidas para o Projeto Engrenadas devem seguir o uso dos elementos propostos na Figura 31.

Figura 31 - Elementos de Apoio da Marca



Fonte: Figura da Autora (2022)

Portanto, o resultado do desenvolvimento da parte gráfica do Projeto Engrenadas foi reunido em formato de um *Manual da Marca* resumido, conforme indicado na Figura 32:

Figura 32 - Manual da Marca Projeto Engrenadas



Raleway Family

Thin

Aa Bb Cc Dd Ee Fe Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Xx Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Fe Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Xx Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pacifico Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Fe Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Xx Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Fonte: Figura da Autora (2022)

3.2.2.3 Tom de voz

A identidade do Projeto Engrenadas vai muito além de uma proposta estética e a definição de um naming. O projeto deve expressar sua personalidade através do uso de tom de voz que seja coerente em todas as redes sociais e em todos os formatos de postagens.

Tom de voz se diz como a maneira com que uma marca se porta referente a sua comunicação, considerando todo diálogo entre projeto e comunidade, visando um posicionamento de escrita e oratória unificado (RODRIGUES, 2020).

O tom de voz utilizado no projeto foi definido segundo o questionário sobre a marca (RODRIGUES, 2020), presente no APÊNDICE F, que caracteriza o modo de fala da marca perante seu público. Portanto, a logo tem presença, força e empoderamento na mesma intensidade que manifesta descontração, acolhimento e apoio. Utilizando a primeira pessoa no plural, *nós*, a comunicação remete a ideia de comunidade, pertencimento e representatividade.

3.2.3 Conteúdo

A produção de conteúdo para o presente projeto visa trazer à tona o debate acerca da representatividade, acessibilidade e princípios motivadores para prática da atividade de ciclismo em Curitiba e região por parte da comunidade feminina.

Dessa maneira, a organização e levantamento de conteúdos relevantes para as publicações foi realizada a partir do estudo e pesquisa de dados e aprofundamentos realizados na etapa de pesquisa de referencial teórico deste documento. Levando em consideração que a finalidade de ação deste documento é o fomento ao debate a partir de questões já evidenciadas neste trabalho como a visibilidade e representatividade feminina em espaços destinados ao ciclismo, as motivações e necessidades das mulheres para a prática do ciclismo e as dificuldades e curiosidades acerca do tema.

3.2.3.1 Cronograma e planejamento

O cronograma de planejamento foi construído segundo estratégia para gerar engajamento a partir das postagens. Por isso, segue uma linha de organização segundo um planejamento prévio, categorizando temáticas para postagem semanal, a fim de criar rotina e previsibilidade.

O Instagram, rede social definida para servir como apoio para as divulgações midiáticas deste projeto uma vez que permite que as marcas fortaleçam muito a sua imagem perante o seu público (DRUBSCKY, 2015). Além disso, é importante ressaltar que utilizar as ferramentas nativas da plataforma e adotar técnicas auxilia num melhor engajamento e, assim, permite que a marca seja entregue e se conecte com seus seguidores¹².

Os formatos de postagem no Instagram se dividem entre: *Reels*,¹³ *Stories*¹⁴ e *Feed*¹⁵. Cada um desses tipos de postagens tem uma finalidade a ser explorada a fim de facilitar o acesso a informação do perfil e compartilhamento das informações.

Logo, a Figura 33 ilustra o planejamento das postagens para o mês de maio de 2022, sinalizando os formatos utilizados e os temas abordados. Além disso, é possível encontrar as postagens, bem como os conteúdos relacionados, disponíveis no APÊNDICE G.

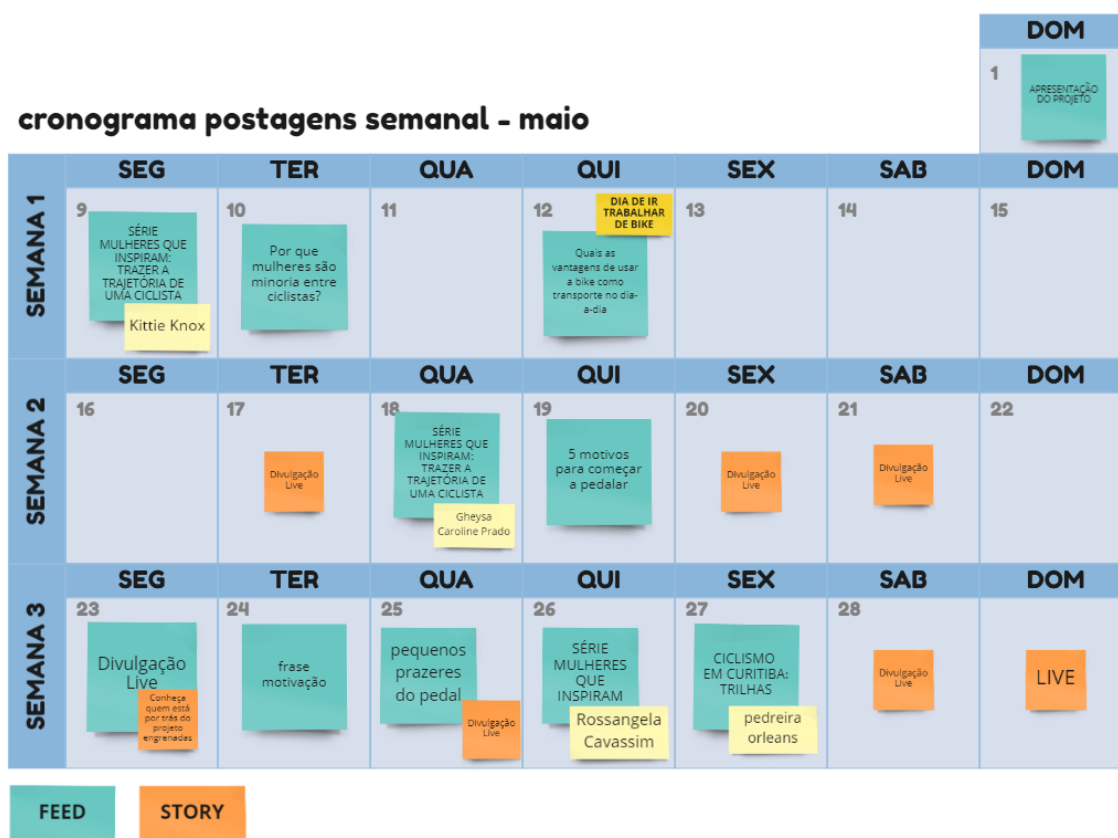
¹² Usuários que acompanham o perfil a partir da ação de “seguir”.

¹³ Vídeos de até 30 segundos voltados à uma expressão criativa e divertida.

¹⁴ Fotos e vídeos compartilhados de forma rápida e fácil que ficam disponíveis por 24 horas.

¹⁵ Imagens e vídeos publicados com maior possibilidade de espaço e legenda.

Figura 33 - Planejamento das Postagens



Fonte: Figura da Autora (2022)

Com o intuito de engajar o público, foi desenvolvida uma série de posts intitulada #mulheresqueinspiram, na qual o objetivo é o de representar e apresentar mulheres com experiências diversas dentro do universo do ciclismo a fim de inspirar e incentivar outras mulheres à atividade.

Todavia, o processo de planejamento e organização do conteúdo previu a pesquisa por hashtags relevantes ao perfil e seu posterior uso nas postagens, além da criação de tags específicas para o projeto: #engrenadas e #projetoengrenadas. Por toda postagem ter um tema específico dentro da área de ciclismo feminino, foram utilizadas tags gerais, condizentes ao tema geral, e tags voltadas para o assunto em questão.

3.2.4 Roda de Conversa - Ação de Extensão com a Comunidade

O desenvolvimento e amadurecimento teórico e midiático do projeto resultou na idealização e, posteriormente, na realização de uma roda de conversa divulgada de maneira remota e online através de canais de streaming. O formato de reunião

online foi escolhido para que todas as convidadas pudessem participar, uma vez que uma das participantes se encontrava em outro país.

Nesse sentido, associada a metodologia de entrevista semi-estruturada, se diz por roda de conversa no âmbito deste projeto uma ferramenta de pesquisa, tal qual:

“As rodas de conversas possibilitam encontros dialógicos, criando possibilidades de produção e ressignificação de sentido – saberes – sobre as experiências dos partícipes. Sua escolha se baseia na horizontalização das relações de poder. Os sujeitos que as compõem se implicam, dialeticamente, como atores históricos e sociais críticos e reflexivos diante da realidade. Dissolve-se a figura do mestre¹⁶, como centro do processo, e emerge a fala como signo de valores, normas, cultura, práticas e discurso. Portanto, na roda, a fala é compreendida como expressão de modos de vida.” (SAMPAIO; 2014)

Em um primeiro momento, devido ao interesse da participação de uma das convidadas que se encontrava distante fisicamente, esses encontros deveriam ser planejados de forma remota e online. Entretanto, com o crescimento e desenvolvimento do projeto, existe a possibilidade de realizar encontros temáticos e presenciais, como a organização de pedais com as participantes e entusiastas do projeto, promovendo, assim, mais engajamento da comunidade. Além disso, é possível idealizar o desenvolvimento de um produto assíncrono como um podcast¹⁶.

O desenvolvimento da primeira roda de conversa girou em torno do contexto do projeto e das experiências vivenciadas por mulheres ciclistas em suas diferentes modalidades e espaços. Tal parâmetro de debate acabou por resultar no nome da roda de conversa: *Engrenadas e a vida delas: a bicicleta na visão das mulheres*.

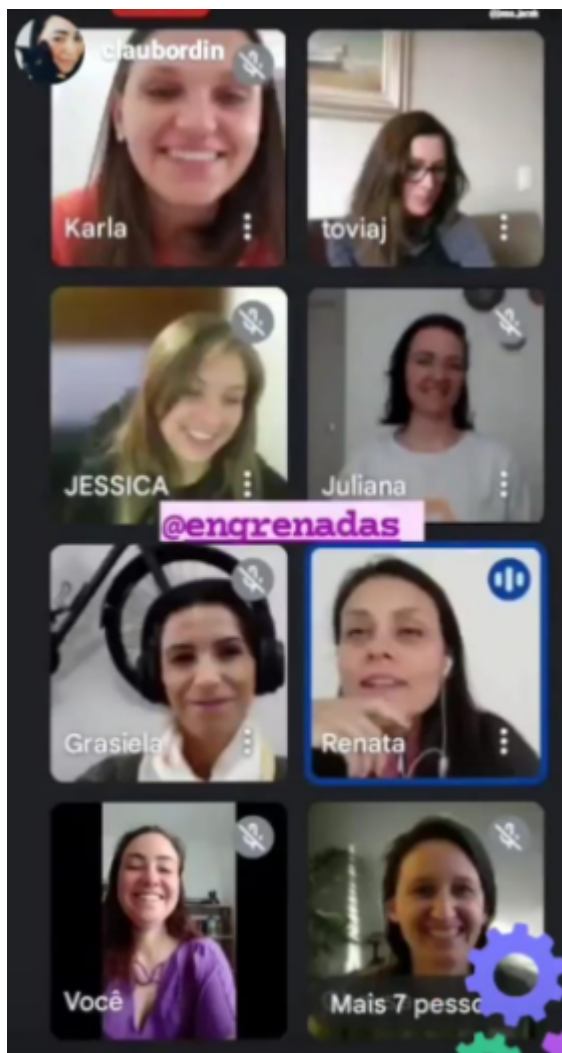
A *live*¹⁷ contou com a participação de seis ciclistas, conforme exemplificado na Figura 34, Todas contam com hábitos diferentes: aquelas que utilizam a bicicleta como meio de transporte, as que conseguiram adequar e conciliar o ciclismo com o papel de mãe, levando seus filhos e alinhando ao cotidiano, as que têm o ciclismo como hobby e aquelas que enxergam o ciclismo como modalidade esportiva,

¹⁶ Produto midiático que pode ser ouvido pela internet a qualquer momento.

¹⁷ Expressão utilizada para abordar transmissões realizadas ao vivo em um contexto digital.

praticando e participando de provas e competições. É possível encontrar a lista de participantes no APÊNDICE F.

Figura 34 - Participantes da Roda de Conversa



Fonte: Claudia Bordin Rodrigues (2022)

O roteiro da primeira roda de conversa que ocorreu no dia 29 de maio de 2022 pode ser encontrado no Apêndice G. O tempo estimado de duração do evento ocorreu dentro do intervalo esperado de uma hora e 20 minutos, no qual foi possível fomentar o debate e a troca de experiências e motivações entre as participantes de forma bastante positiva. Ao longo dessa troca foi possível observar que as participantes se sensibilizaram e encontraram espaço para discussão acerca de suas motivações, necessidades e experiências próprias dentro da atividade com a bike.

3.2.5 Levantamento e Análise do Desempenho

O processo de enriquecimento de valor do perfil necessita de análise constante das métricas midiáticas das postagens, uma vez que a atual pesquisa e os processos de divulgação encontram-se em estágio inicial. Ao analisar os dados dos formatos de posts e as taxas de engajamento de cada tipo de tema é possível estabelecer estratégias para criar laços mais profundos e duradouros com os seguidores.

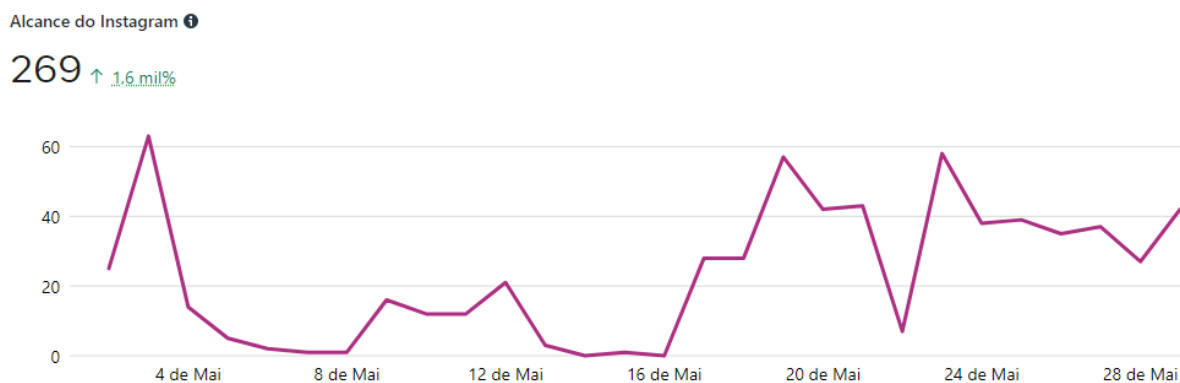
É de extrema importância a análise do conteúdo já publicado a fim de melhorar e otimizar a qualidade com o objetivo de fomentar o debate e o compartilhamento de informações relevantes ao tema do projeto. Assim sendo possível aprimorar o desenvolvimento de um artefato artificial, sendo o aqui já proposto ou não.

3.2.5.1 Rede social

A proposta inicial já previa o planejamento midiático para o mês de maio de 2022, variando entre publicações em formato *feed* e *stories*. As publicações divulgadas através dos *stories*, foram desenvolvidas para divulgação das participantes e da roda de conversa, a fim de gerar o compartilhamento da arte e do conteúdo da *live*. O propósito dessa ação visou a divulgação para engajar e levar o maior número de mulheres a participarem da ação. Os posts formato *feed* foram desenvolvidos a partir de temas estudados e pesquisados na etapa de levantamento bibliográfico e acabaram por gerar posts instrucionais, de fomento da representatividade feminina e informações relevantes acerca das motivações, questões técnicas, curiosidades e assuntos pertinentes à prática do ciclismo e manutenção de bicicletas.

As publicações no perfil do projeto tiveram início no dia 1 de maio de 2022 e se estenderam até o dia 28 de maio de 2022, obtendo ao longo desse período um total de 142 seguidores e um alcance de 269 contas, conforme pode ser observado na Figura 35.

Figura 35 - Gráfico de Alcance do Instagram



Fonte: Meta Business Suite (2022)

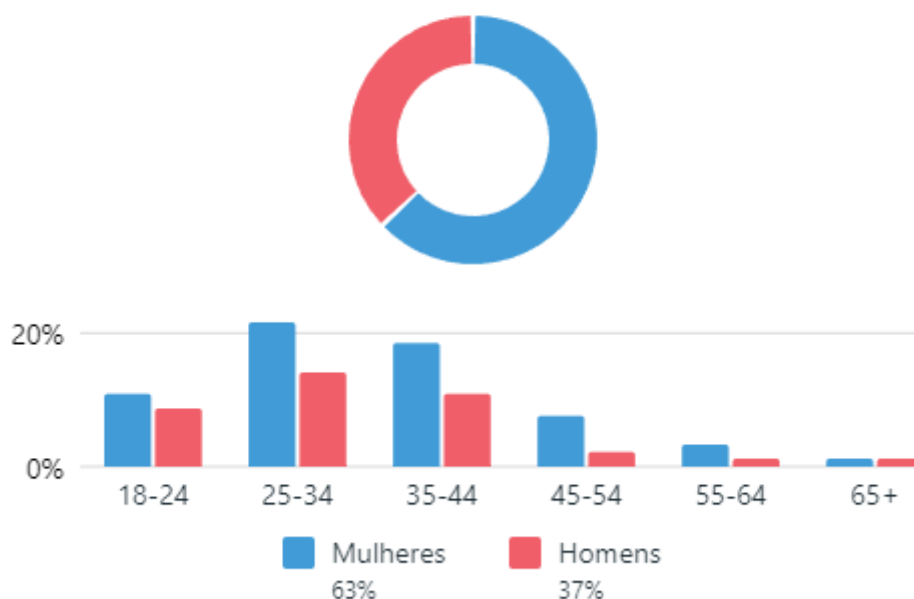
As publicações foram previamente desenvolvidas para atingir o público feminino o que pode ser observado que ocorreu, conforme indicam os dados da Figura 36. Dos 142 seguidores do perfil, 63% são mulheres e a maior parte na faixa etária de 25 a 44 anos.

Figura 36 - Dados Demográficos do Perfil do Instagram

Seguidores do Instagram ⓘ

142














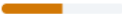

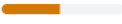


Faixa etária e gênero ⓘ



Fonte: Meta Business Suite (2022)

Entre as postagens formato feed as que performaram de maneira mais satisfatória, conforme informa a Figura 37, fomentando engajamento através de curtidas e comentários, foram as ligadas a série de posts intituladas #mulheresqueinspiram. Tal fato pode ser explicado pela ideia de representatividade feminina no universo do ciclismo. O post de divulgação da live teve uma boa receptividade pelos usuários, alcançado a segunda posição com relação ao número de alcance. Além disso, posts conteudistas com informações relevantes sobre motivos e experimentações também foram bem aceitos pelo público.










Figura 37 - Métricas e Alcance dos Posts Feed

Conteúdo recente ↕	Tipo	↓ Alcance ⓘ	↕ Curtidas e reações ⓘ	↕ Comentários ⓘ
 A série #mulheresqueinspiram do ... Quarta, 18 de maio 11:40	Publico	97 	35	11
 Vem com a gente no domingo, dia ... Segunda, 23 de maio 07:00	Publico	67 	23	1
 Conheça 5 motivos para você com... Quinta, 19 de maio 12:47	Publico	65 	21	0
 Já experimentou ir ao trabalho de ... Quinta, 12 de maio 07:35	Publico	58 	16	0
 A série #mulheresqueinspiram do ... Quinta, 26 de maio 06:05	Publico	55 	16	3
 Conheça Kittie Knox, uma das #mu... Segunda, 9 de maio 14:04	Publico	49 	18	1
 Pedalar pode te proporcionar expe... Sexta, 27 de maio 14:00	Publico	48 	8	0
 Aqueles pequenos prazeres que só... Quarta, 25 de maio 14:00	Publico	46 	17	0
 Por que as mulheres são minoria e... Terça, 10 de maio 13:37	Publico	44 	21	0

Fonte: Meta Business Suite (2022)

Com relação às métricas relacionadas às postagens de Stories, não obtivemos dados quantitativos suficientes para uma análise mais profunda e específica acerca do possível engajamento. É possível observar que aqueles Stories com marcação das participantes e das organizadoras do projeto tiveram mais engajamento com relação ao número de cliques que os demais.

Figura 38 - Métricas e Alcance dos Posts Stories

Conteúdo recente ↕	Tipo	↕ Alcance ⓘ	↕ Curtidas e reações ⓘ	↓ Toques em figurini
 @claubordin @jess.jarek Segunda, 23 de maio 08:13	Story	--	--	7
 @kajarek @gheysacprado @grasie... Terça, 17 de maio 10:44	Story	--	--	3
 @rosangela.cavassim_bobato Sábado, 21 de maio 07:35	Story	--	--	1
 @grasielacunhaazevedo @gheysac... Sábado, 28 de maio 06:48	Story	--	--	0
 Essa publicação não tem texto Quarta, 25 de maio 15:01	Story	--	--	0
 Essa publicação não tem texto Quarta, 25 de maio 15:01	Story	--	--	0
 Essa publicação não tem texto Quarta, 25 de maio 14:59	Story	--	--	0
 Essa publicação não tem texto Terça, 24 de maio 09:36	Story	--	--	0
 @juliana_daga Sábado, 21 de maio 07:36	Story	--	--	0

Fonte: Meta Business Suite (2022)

Todavia, o desempenho do Projeto Engrenadas na plataforma Instagram tem dados bastante positivos para o período de tempo que está ativo e operante. Tal fato pode ser constatado pelo crescente número de seguidores e alcance do perfil. Pela possibilidade de proporcionar um contato mais próximo com a comunidade e com uma grande quantidade de pessoas, a comunicação e promoção do projeto através das redes sociais comprova-se ser eficaz e conversar com a proposta de artefato do presente projeto.

3.2.5.2 Roda de conversa

Para análise das métricas que circundam a roda de conversa do dia 29 de maio de 2022 é necessário se atentar aos conteúdos desenvolvidos nas etapas anteriores de caráter de divulgação e compartilhamento do convite da mesma.

Para a realização do evento foi de extrema importância a seleção e convite das ciclistas convidadas para o debate. Isto é, considerando o contexto do projeto e

o tema definido para a roda de conversa, as participantes foram definidas a partir do contexto da prática do ciclismo em diferentes instâncias e vivências do cotidiano a fim de ter uma gama variada de informações e experiências.

As participantes foram convidadas de maneira nominal, ou seja, a desenvolvedora deste projeto em conjunto com sua orientadora Claudia Bordin, entraram em contato com cada uma das participantes e fizeram um convite formal através de conversas diretas promovidas via chat digital e e-mail.

Dessa forma, o convite para o evento foi realizado através da divulgação de um convite, indicado pela figura 39, e compartilhado via postagem no feed da rede social do projeto. Para fomentar a inclusão, as participantes foram mencionadas e *marcadas*¹⁸ no post. A lista das participantes e o termo de participação de cada uma delas está disponível no APÊNDICE H.

Figura 39 - Convite Roda de Conversa



Fonte: Figura da Autora (2022)

Os participantes externos foram convidados a partir da divulgação via posts Stories do Instagram, conforme pode ser observado na Figura 40. . Através de uma

¹⁸ Expressão utilizada para contextualizar o ato de vincular outros perfis à postagem

série de Stories, os seguidores puderam experienciar como seria o processo para participar da live.

Figura 40 - Convite Roda de Conversa



Fonte: Figura da Autora (2022)

Uma vez que não foi solicitada inscrição prévia na roda de conversa, não foi possível contabilizar o número de participantes externos no momento da conversa. Tem-se total ciência das seis convidadas e das duas moderadoras presentes. No entanto, apesar de não ter-se o número exato de pessoas que compareceram no momento da live, é possível observar através dos comentários do chat, que os debates e temas abordados geraram entusiasmo e engajamento por parte dos presentes, conforme pode ser observado no APÊNDICE I.

Mesmo o evento tendo ocorrido de maneira virtual, tal foi gravado a fim de permitir consulta e compartilhamento do conteúdo posteriormente, tendo aprovação das participantes para gravar o momento. Por esse motivo, visando a divulgação do projeto e da roda de conversa, a live foi postada via *YouTube*¹⁹.

Além disso, as discussões extremamente pertinentes ao tema geraram empatia e reconhecimento entre as convidadas que mostraram-se interessadas e

¹⁹ Plataforma de streaming de vídeos online

motivadas a expor suas experiências. É possível notar isso na fala de Gheysa Prado, ciclista e pesquisadora na área de mobilidade urbana e sustentabilidade: "Sempre é muito bom estar perto de outras mulheres que inspiram, cada uma dentro de sua realidade, seu contexto. É muito legal ver como a bicicleta conecta as pessoas nessa vontade de lugares, espaços melhores e mais acolhedores para mulheres e crianças." (ENGRENADAS E A VIDA DELAS: A BICICLETA NA VISÃO DAS MULHERES, 2022).

Alguns assuntos relacionados ao ciclismo foram abordados no debate entre as participantes. Temas ligados à mobilidade, economia, segurança, ciclismo como atividade física e esporte, visibilidade e representatividade feminina e o fato de, por muito tempo, a prática ter sido vista como atividade majoritariamente masculina e, agora, as mulheres estarem ocupando espaços que antes não poderiam. Como citou Gheysa Prado:

"Ser mulher nesse nosso universo, e isso em qualquer lugar, já é um desafio. É uma luta diária existir enquanto mulher: estar na rua, estar em qualquer espaço. Lutar por espaço de reconhecimento profissional, lutar contra violências diversas. Ser mulher e estar em uma bicicleta é um ato de resistência. É ter minha liberdade e autonomia respeitados" (PRADO, 2022)

Logo, a partir das informações levantadas na roda de conversa e o contexto de desenvolvimento do projeto, viabiliza-se a possibilidade de amadurecimento de artefatos que consigam suprir de forma síncrona algumas necessidades mencionadas ao longo do projeto. Além disso, o uso de redes sociais e canais de comunicação são interessantes, visto que possibilitam o alcance e engajamento do público com o tema e os assuntos propostos.

3.2.5.3 Resultados da Ação

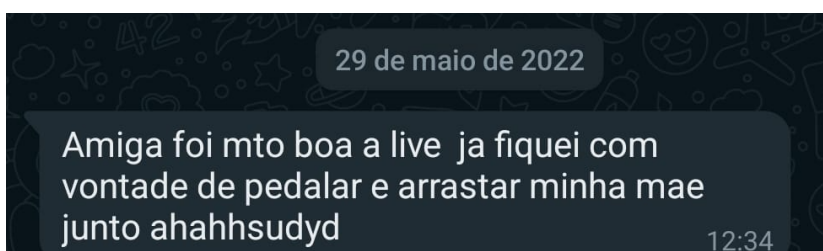
A roda de conversa intitulada: "*Engrenadas e a Vida Delas: a Bicicleta na visão das Mulheres*" que aconteceu no dia 29 de agosto em formato online teve repercussão positiva entre o público alvo e reuniu um número expressivo de participantes ativos.

Ainda durante o evento foi perceptível a interação positiva dos participantes entre eles mesmo e com as ciclistas convidadas, conforme pode-se observar no APÊNDICE J.

O incentivo por parte das ministrantes da *live*, em especial a Prof. Rosangela Bordin, resultou na geração de perguntas e questionamentos interessantes e pertinentes por parte dos espectadores presentes. Tal fato ocasionou em um debate entre as participantes com o público para sanar tais dúvidas. Estes momentos foram importantes para a continuação e perpetuação do assunto da roda de conversa em torno do assunto: ciclismo.

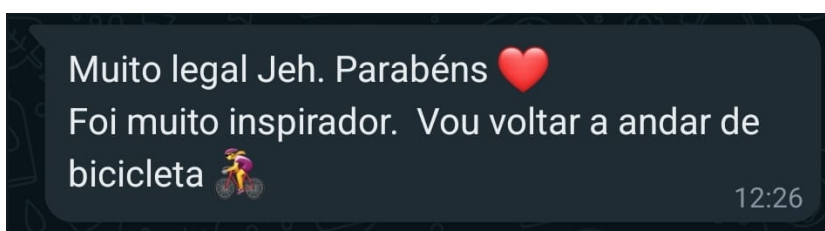
O evento obteve-se feedback positivo mesmo após sua conclusão. Algumas mulheres participantes como membros da roda e outras como espectadoras, entraram em contato com a autora deste trabalho através do perfil oficial do projeto “@engrenadas” e pelos contatos pessoais, comunicando extrema satisfação e interesse pelo tema abordado, como pode-se observar nas Figuras 41, 42 e 43.

Figura 41 - Feedback Roda de Conversa 1



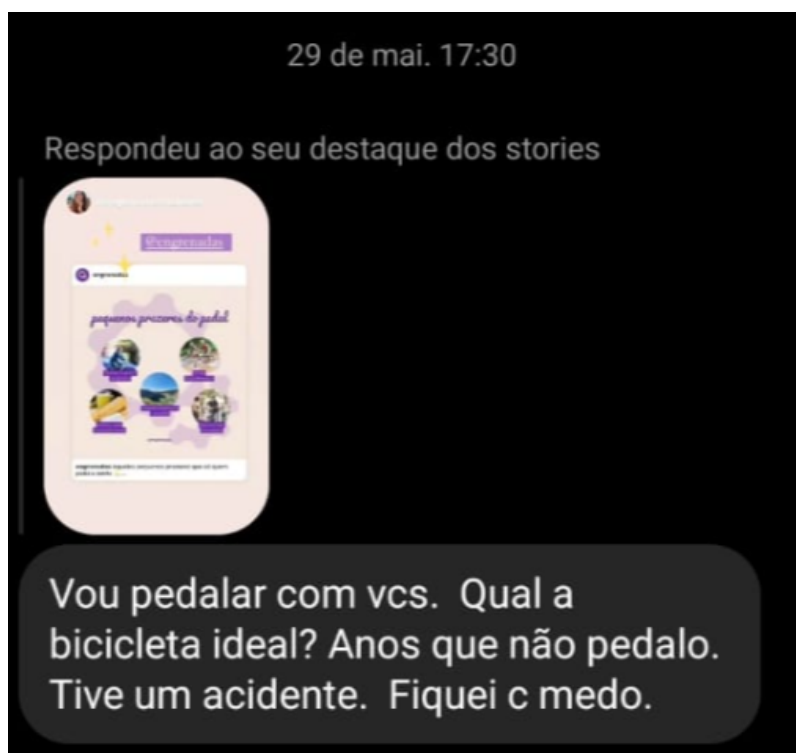
Fonte: Figura da Autora (2022)

Figura 42 - Feedback Roda de Conversa 2



Fonte: Figura da Autora (2022)

Figura 43 - Feedback Roda de Conversa 3



Fonte: Figura da Autora (2022)

Todavia, para além do feedback positivo e boa percepção por parte do público participante, também houve o crescimento pessoal da autora deste trabalho em questões de desenvolvimento comunicativo, organizacional e também, em âmbitos do esporte ligados a bike.

Importante ressaltar que a construção do referido trabalho abriu portas profissionais para a presente autora. Os trabalhos, conteúdos e materiais desenvolvidos funcionaram como alicerce para que as empresas do ramo de Design e Comunicação notassem o desempenho da autora e a convidassem para fazer parte de seus times. Portanto, auxiliou na inserção efetiva de uma jovem profissional no mercado de trabalho e no mundo da comunicação e do design.

4 BOAS PRÁTICAS

A dinamicidade e desenvolvimento do presente trabalho ao longo dos últimos meses resultou em ações afirmativas quanto ao envolvimento e interação do público feminino junto ao perfil do *Projeto Engrenadas* e para com a prática do ciclismo.

Sendo assim, a continuação e prolongamento do projeto se torna interessante e fundamental para o fortalecimento das atividades e propostas de trabalho do projeto frente ao público alvo.

Como forma de alavancar o projeto frente ao Instagram, foram estipuladas algumas ações e ideias de conteúdo visando engajamento e interação do público feminino via ferramentas da própria plataforma. Sendo assim, seriam estruturas editoriais voltadas ao uso de conteúdos em alta, como memes e conteúdos engraçados e de fácil percepção, uso de caixinhas de perguntas e devolutiva e divulgação de feedbacks de seguidores, bastidores e o dia-a-dia de mulheres praticantes do ciclismo, conforme observa-se na Figura 44.

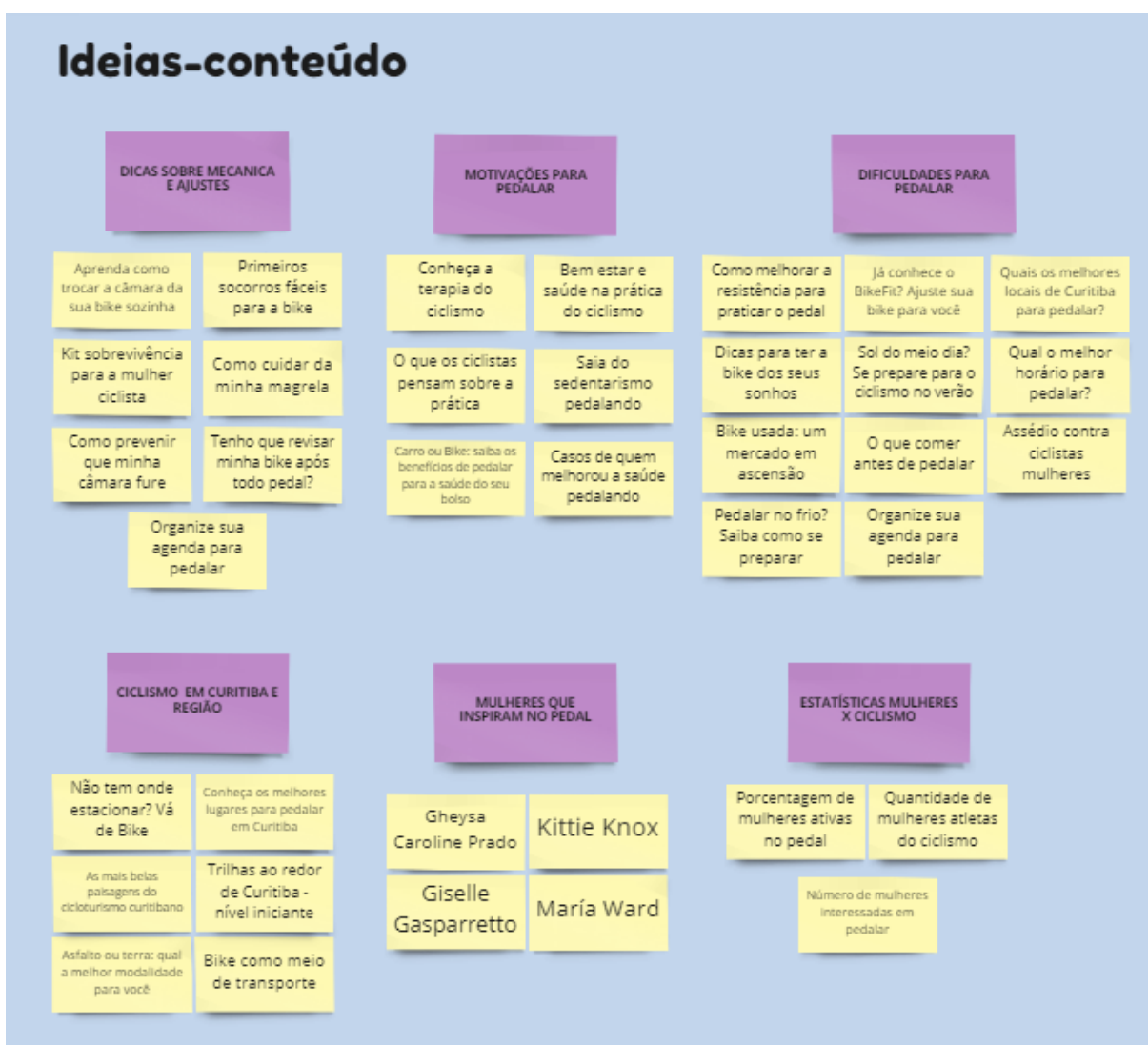
Figura 44 - Propostas de Conteúdos Redes Sociais

- 1. Memes de assuntos do momento.**
- 2. Reels com conteúdos engraçados.**
- 3. Caixinhas de perguntas.**
- 4. Respostas da caixinha de perguntas.**
- 5. Feedback dos seus clientes.**
- 6. Perguntas já respondidas.**
- 7. Bastidores da sua rotina profissional.**
- 8. Stories de determinados assuntos.**
- 9. Dicas no Feed em formato carrossel.**
- 10. Reels com dicas.**
- 11. Conteúdo no feed de interação.**
- 12. Reels com meme interativo.**

Fonte: Figura da Autora (2022)

A partir desses temas e conteúdos voltados à ferramentas da plataforma, foram desenvolvidas ideias de temas para futuras editorias, ações e campanhas que poderão vir a ser adotadas pelo projeto frente às redes sociais, conforme indica a Figura 45.

Figura 45 - Ideias para Conteúdo Redes Sociais



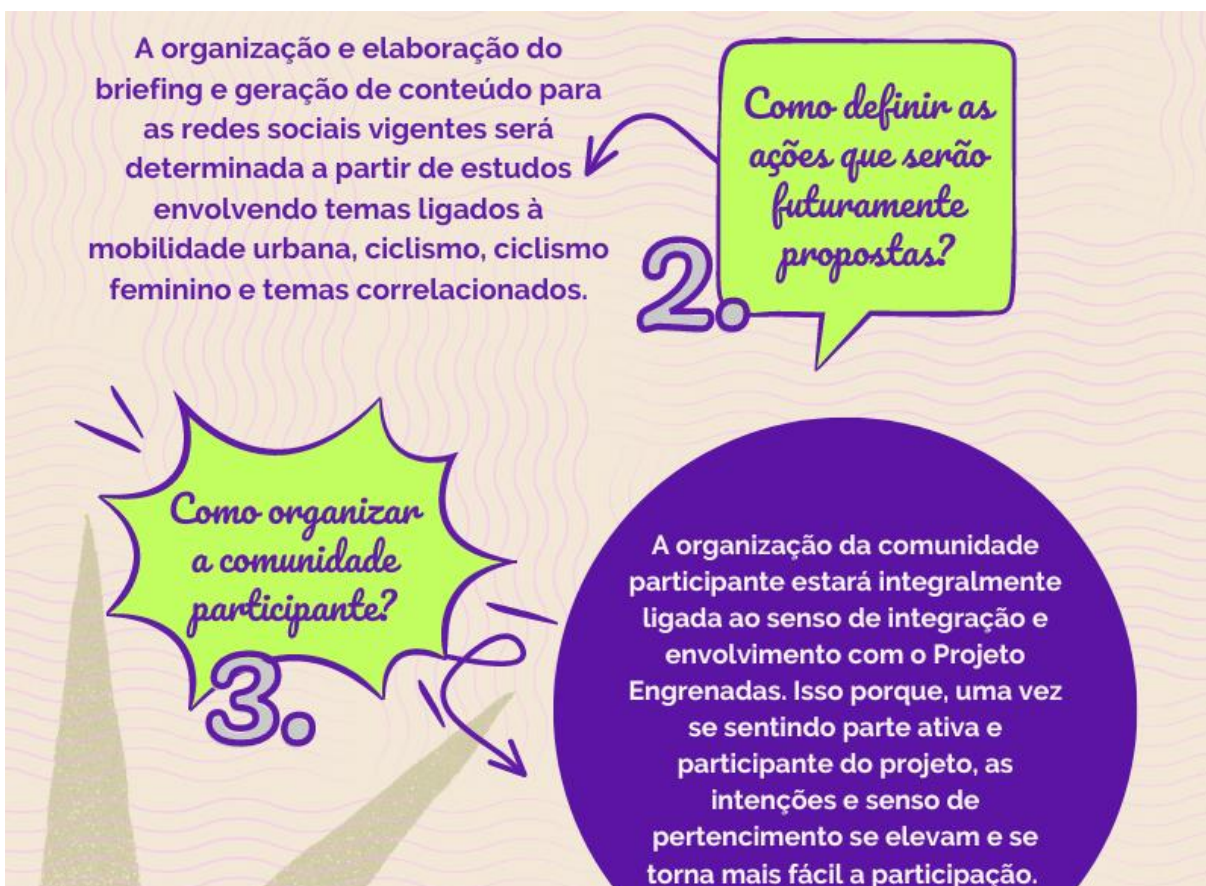
Fonte: Figura da Autora (2022)

Dentre os temas propostos para futuras editorias, estão: dicas de mecânica e ajustes de bicicletas, temas motivacionais para se manter ativa no ciclismo, dificuldades encontradas para praticar o ciclismo, mulheres que inspiram no mundo do ciclismo, estatísticas que interligam a comunidade feminina e o ciclismo, como é e dicas ciclísticas em Curitiba e região, entre outros.

Conforme descrito na Figura 46 (*Infográfico de Boas Práticas e Propostas Futuras*) a continuidade do Projeto Engrenadas estará voltado ao trabalho de postagens e interações via Instagram, uma vez que as estratégias adotadas foram, em primeiro momento, voltadas para esta rede social. Contudo, existe a possibilidade de expansão para outras redes sociais conforme estudo de ativação do público alvo.

Figura 46 - Boas Práticas e Propostas Futuras do Projeto Engrenadas







Fonte: Figura da Autora (2022)

Quanto à organização e elaboração do briefing e geração de conteúdo relevante para a proposta do projeto, serão elaborados a partir de estudos prévios dos temas bases já propostos: mobilidade urbana, ciclismo, ciclismo feminino e temas correlacionados.

A organização da comunidade participante estará integralmente ligada ao senso de integração e envolvimento com o *Projeto Engrenadas*. Isso porque, uma vez se sentindo parte ativa e participante do projeto, as intenções e senso de pertencimento se elevam e se torna mais fácil a participação. Logo, a fim de ser acessível a todos os usuários, a comunicação e contato será feita através, também, das ferramentas de bate-papo das redes sociais. Assim como foi realizado no desenvolvimento do presente projeto, o contato com as entrevistadas, participantes e usuários será realizado via Instagram e contatos oficiais do *Projeto Engrenadas*.

Com relação a preparação e desenvolvimento dos futuros materiais e peças gráficas do projeto, deverão seguir o padrão de identidade visual definida neste presente trabalho, além de estarem norteadas por um briefing pré-estabelecido pela autora e estar relacionado ao tema central do projeto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento da atual pesquisa, objetivou a reflexão sobre o papel da mulher no esporte e na prática de atividades ligadas ao uso da bicicleta, analisando seus papéis, motivações e objeções quanto à prática.

Apesar de ainda em desenvolvimento, o projeto teve como principal objetivo entender as necessidades e motivações do público alvo. E assim então, conseguir explorar conteúdos e estabelecer proximidade a tal ponto de conseguir traçar uma solução viável e eficaz capaz de aproximar as mulheres da prática do ciclismo.

Por não conseguir me dedicar exclusivamente durante o período de produção deste projeto, as postagens ficaram espaçadas e o crescimento do perfil não obteve um crescimento exponencial. Porém, ainda assim, o projeto teve repercussão e com um cronograma e divisão de trabalhos, o perfil tem capacidade para ter mais presença e posicionamento em meio digital.

A experiência deste projeto me proporcionou, possibilitou o desenvolvimento e aprendizado pessoal, além de estabelecer conexões com pessoas excepcionais no mundo do ciclismo. Agradeço imensamente a participação e colaboração de cada uma das entrevistadas e das participantes da roda de conversa. Obrigada Gheysa Prado, por seus conhecimentos e estudos na área de mobilidade urbana, Grasiela Azevedo, Renata Ribeiro Arruda e Juliana Daga por aceitarem participar e partilhar seus momentos e experiências com o ciclismo. Agradeço às minhas colegas de pedal Karla Jarek, Rosangela Bobato Cavassim e Jenyfer Susan Farias Madureira, por tantos momentos e histórias juntas e por aceitarem partilhar suas histórias em neste projeto. E um último agradecimento à minha orientadora, Prof. Claudia Bordin, por me incentivar e acreditar na potencialidade que o ciclismo tem para a comunidade feminina.

Poder ter conhecido e aprendido com estas mulheres incríveis, que vivenciam o ciclismo de formas tão diversas mas que mesmo assim estão unidas no mesmo propósito engrandece este trabalho e evidencia a importância do tema para o fortalecimento e reconhecimento do papel feminino na sociedade.

Uma vez definida a estratégia para objetivo do projeto e, tendo iniciado a demarcação das atividades e produção de conteúdo relevante para sanar as lacunas encontradas, os próximos passos do projeto são para alavancar e proporcionar crescimento e repercussão consistente e gradual.

O futuro do projeto está ligado à construção de novas parcerias com perfis ativos e pessoas de caráter relevante dentro das redes sociais especificadas e, o estudo da inclusão de novas plataformas digitais para ampliar o portfólio de divulgação e debate.

Além disso, estar presentes em diferentes locais. Ou seja, ultrapassar os limites geográficos e abranger o projeto para outras cidades, estados e países, a fim de conectar e difundir o conhecimento e integração feminina no ciclismo.

Existem muitos campos e caminhos a serem trilhados. O Projeto Engrenadas, ao meu ver, tem potencial para abranger mais pessoas e incluir mais mulheres. Meu objetivo futuro é o de fortalecer a identidade da marca através de parcerias com outros grupos e pessoas do meio, promover linhas de roupas e produtos personalizados, disseminar o projeto para que mais mulheres tenham a possibilidade de poder estar em meios diferentes, com ou sem a bicicleta.

Para tal, aproveitando o gatilho de resultados positivos e promissores, o presente trabalho tem potencial para ser ainda maior e mais abrangente, promovendo sempre a inclusão de mulheres, o convite ao debate e o entendimento de suas necessidades e motivações.

REFERÊNCIAS

MELO, Victor Andrade de; SCHETINO, André. **A bicicleta, o ciclismo e as mulheres na transição dos séculos XIX e XX**. Estudos Feministas, Florianópolis, 17(1): 296, janeiro- abril/2009

CASTRO, Alice. **Annie Londonderry: uma mulher à frente do seu tempo**. Disponível em: <<https://www.elaspilotam.com/post/annie-londonderry-uma-mulher-%C3%A0-frente-d-o-seu-tempo>>. Acesso em 20 de maio de 2022.

POPOVA, Maria. **Bicicleta para senhoras: um manifesto ilustrado de 1896 para os esplendores universais da bicicleta como um instrumento de autoconfiança, uma máquina de treinamento para viver com incerteza e um portal para a alegria**. Disponível em: <<https://www.themarginalian.org/2020/04/08/bicycling-for-ladies-maria-ward-1896/>>. Acesso em 22 de maio de 2022.

SHEAD, Victoria. **MÊS DA HISTÓRIA DA MULHER: KITTIE KNOX**. Disponível em: <<https://usacycling.org/article/womens-history-month-kittie-knox>>. Acesso em 22 de maio de 2022.

HARKOT, Marina Kohler. **A bicicleta e as mulheres: mobilidade ativa, gênero e desigualdade socioterritoriais em São Paulo**. São Paulo, 30 de maio de 2018.

Comunicados do Ipea. **Mulher e trabalho: Avanços e continuidades**. 8 de março de 2010

GOELLNER, Silvana Vilodre. **Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história**. Pensar a Prática, v. 8, n. 1, p. 85-100, 2005

PRADO, Gheysa Caroline. **MODELO PARA PROMOÇÃO DA MOBILIDADE URBANA ATIVA POR BICICLETA: UMA ABORDAGEM DO DESIGN DE SERVIÇOS PARA O COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL**. Curitiba, 2019.

ViaCiclo – Associação dos Ciclousuários da Grande Florianópolis. **A mulher e a bicicleta na cidade: sentimentos e aspirações de florianopolitanas**. Florianópolis, Novembro de 2010

CRUZ, Marina Nogueira da. **"MINAS NA PISTA": A BICICLETA COMO FERRAMENTA DE EMPODERAMENTO FEMININO**. Rio de Janeiro, 2017.

ABRAMET. **Sinistros graves com ciclistas cresceram 30% nos primeiros meses de 2021**. Disponível em: <<https://www.abramet.com.br/noticias/sinistros-graves-com-ciclistas-cresceram-30-n-os-primeiros-meses-de-2021/>>. Acesso em 10 de maio de 2022.

ANDRADE, Marcela. **Rapport: o que é e como usar essa poderosa arma de persuasão a favor da sua empresa.** Resultados Digitais. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/vendas/rapport/>>. Acesso em 25 de julho de 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

BICUDO, F. **A entrevista- testemunho: quando o diálogo é possível.** Revista Caros Amigos. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-entrevistatestem-unho-quando-o-dialogo-e-possivel/>>. Acesso em 16 de maio de 2022.

CAMARGO, Liriane S. A. **Explorando o Design Participativo como Prática de Desenvolvimento de Sistemas de Informação.** Ribeirão Preto, v. 5, n. 1, p. 138-150, mar./ago. 2014.

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking: Inovação em negócios.** Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. E-book

“O tempo do desporto”. In: CORBIN, Alain (Org.). História dos tempos livres. Lisboa: Teorema, 2001. p. 229-263. WEBER, Eugene. França fin de siècle. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

PRADA, Charles. **Canvas: conheça essa metodologia de inovação e sua relação com o Design Thinking.** Blog Euax. 26 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.eu-ax.com.br/2018/02/canvas-design-thinking-inovacao/>>. Acesso em 25 de maio 2022.

OSWALD, Martin. **Como você obtém uma estratégia inteligente de mídia social em apenas 60 minutos.** Disponível em: <<https://oswaldmartin.medium.com/how-you-get-a-smart-social-media-strategy-in-only-60-minutes-ecd9a2530848>>. Acesso em 23 de abril de 2022.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual.** Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar seus valores.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

RAMOS, Ana Júlia. **Visualize com mais clareza as suas ideias com ajuda de um moodboard.** Rock Content. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/moodboard/>>. Acesso em 21 de abril de 2022.

DRUBSCKY, Luiza. **Marketing no Instagram: o guia para iniciantes.** Rock Content. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-no-instagram/>>. Acesso em 22 de abril de 2022.

Sampaio J, Santos GC, Agostini M, Salvador AS. **Limits and potentialities of the circles of conversation: analysis of an experience with young people in the backcountry of Pernambuco, Brazil.** Interface (Botucatu). 2014; 18 Supl 2:1299-1312.

Castells. M. (2003). **Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a Sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar.

Castells. M. (2013). **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na era da Internet.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar.

VIEIRA, S e FREITAS, A. **O que é Ciclismo.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra: COB, 2007.

APÊNDICE A - FOTOS DO GRUPO SB RIDERS





APÊNDICE B - ROTEIRO ENTREVISTAS

1. Solicitação dos dados da participante: nome, idade e profissão
2. Motivações para iniciar no ciclismo e começar a pedalar?
3. Quais dificuldades encontrou no início das atividades no ciclismo?
4. Ainda encontra alguma dificuldade para pedalar?
5. Sente algum tipo de preconceito por ser mulher e pedalar?
6. Para você, qual seria a condição/situação ideal para pedalar na cidade (local onde mora)?
7. Quais as vantagens de pedalar em grupo?
8. O que você acredita que seria o sonho das ciclistas mulheres?
9. Como grupos de ciclistas (mulheres) poderiam se beneficiar por pedalar juntas?

APÊNDICE C - BRIEFING NAMING

1. Qual o objetivo do projeto?

O objetivo do projeto é aproximar a comunidade feminina da prática do ciclismo e personificar a imagem da mulher ciclista em suas diferentes etapas e funções da vida.

2. Qual a história do projeto e suas inspirações?

O projeto surgiu a partir da visão da pesquisadora, como ciclista, em ter um canal de comunicação destinado ao público feminino em suas diferentes etapas. Um canal que se comunique com os vários tipos de mulheres: faixas etárias, hobbies, funções e interesses distintos, porém com o interesse mútuo pela prática do ciclismo.

3. Para quem o projeto é destinado? Qual o público alvo?

O projeto é destinado a comunidade feminina em geral, levando em conta a diversidade que existe em termos culturais, faixa-etária e classe-social. Como o projeto é vinculado ao ciclismo, considera-se que o público tenha ou deseje adquirir familiaridade e conhecimentos nesse campo.

4. O que o naming deve comunicar? Como a marca deve ser lembrada?

O naming deve acolher e comunicar a necessidade da visibilidade feminina frente ao ciclismo, seus participantes e a comunidade em geral. Deve servir como meio de empoderamento, representatividade e inovação e comunicar a força e perseverança das mulheres. Além disso, precisa ter destaque e ser única, provocando interesse e chamando a atenção.

5. Por que esse projeto é importante para a comunidade?

A falta de representatividade feminina e visualização do ciclismo como atividade inerente e possível de ser realizada por ambos os sexos, inviabiliza a prática para grande parte do público feminino. Isso porque, grande parte das mulheres acaba por considerar-se incapaz de realizar a atividade. A intenção do projeto é apresentar de forma rápida e lúdica, através das redes sociais, mulheres reais participando ativamente de pedais e se sentindo familiarizadas e ativas com a prática no seu cotidiano.

6. Qual o diferencial do projeto para a comunidade?

O diferencial do projeto está em, justamente, trazer a comunidade feminina real para o discurso e debate em redes sociais, tornando a imagem da ciclista mulher algo palpável e representativo.

7. Defina o projeto em 3 palavras chave.

Ciclismo, mulher, representatividade.

8. Qual a visão de futuro do projeto?

O projeto está hoje (29/04/2022) ainda em processo de desenvolvimento inicial. O processo de naming se faz imprescindível para a construção de um plano estratégico de comunicação, linguagem e identidade de marca. A ideia é que ao longo dos próximos 40 dias, o projeto seja fonte de dados e informações relevantes para o trabalho de conclusão de curso. Apesar de não existir um plano futuro definido, caso os dados iniciais indiquem que o projeto esteja sendo bem aceito pela comunidade, nada impede a continuação prolongada das atividades do projeto.

APÊNDICE D - BRIEFING PROPOSTA GRÁFICA

1 - Quais os materiais desenvolvidos nessa etapa?

As entregas deste módulo incluem o desenvolvimento de uma logo, paleta de cores e materiais gráficos correspondentes a identidade de marca do projeto para aplicação em redes sociais.

2 - Qual a mensagem comunicada pela identidade visual da marca?

A marca deve comunicar força e empoderamento feminino. Além disso, precisa ser descontraída e jovial de maneira a aproximar e acolher as mulheres, por isso é necessário sempre acompanhar as tendências relacionadas ao nicho da marca.

3 - Painel Semântico

	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
FRIO					X			QUENTE
SÉRIO					X			DIVERTIDO
PRETO E BRANCO							X	EM CORES
POUCAS CORES						X		VÁRIAS CORES
JOVEM			X					ADULTO

APÊNDICE E - QUESTIONÁRIO TOM DE VOZ

1 - A marca é tímida ou extrovertida?

A marca se posiciona de maneira extrovertida, mostrando presença ao falar.

2 - Como a marca da Oi? E como se despede?

O projeto Engrenadas comprimenta e se despede de maneira acolhedora, seguindo o uso de ponto de exclamação e de emojis (😍❤️🌟🚲) que conversem com a identidade da marca.

3 - A marca fala no plural, usando o nós ou no singular, em primeira pessoa?

Com a intenção de se aproximar e acolher a comunidade feminina, a comunicação deve ser feita utilizando a primeira pessoa no plural, *nós*.

4 - Que termos costuma usar?

As publicações costumam iniciar com um questionamento, uma pergunta ou frase que desperte a atenção do usuário logo no início do processo de experiência com a postagem. Ao final das postagens, o uso de frases que incentivam os usuários a comentar, compartilhar e interagir com os conteúdos propostos.

APÊNDICE F - POSTAGENS INSTAGRAM



#mulheresqueinspiram

Kittie Knox



@engrenadas

Por que as mulheres são minoria entre os ciclistas?

1

ASSÉDIO E
MACHISMO

2

INFRAESTRUTURA
PRECÁRIA

3

MÁ DIVISÃO DAS
TAREFAS

@engrenadas

#mulheresqueinspiram

Gheysa
prado



@engrenadas

LIVE

@engrenadas

Engrenadas e a vida delas:
a bicicleta na visão das mulheres

📅 29/05/2022

🕒 11h



Grasiela Azevedo



Gheysa Prado



Renata Arruda




Rosangela Cavassim



Karla Jarek



Juliana Daga



**“Deixe-me dizer o que penso da bicicleta.
Ela tem feito mais para emancipar as
mulheres do que qualquer outra coisa no
mundo. Ela dá às mulheres um sentimento
de liberdade e autoconfiança.
Eu aprecio toda vez que vejo uma mulher
pedalando... uma imagem de liberdade”**

- Susan ANTHONY, 1896

@engrenadas

pequenos prazeres do pedal



SENTIR O VENTO
NO ROSTO



FICAR
ENDORFINADA



PASTEL COM
CALDO DE CANA



CONHECER NOVOS
LUGARES



ENCONTRAR
AS AMIGAS

@engrenadas

#mulheresqueinspiram

Rosângela Cavassim



@engrenadas



5 motivos
para
começar a
PEDALAR

@engrenadas



1

MELHORAR A SAÚDE FÍSICA E MENTAL



Pedalar vai te ajudar a
fortalecer o corpo e ainda
funciona como terapia

@engrenadas

A large, stylized number '2' in a vibrant yellow-green color, positioned on the left side of the graphic.

EVITAR O TRÂNSITO

**Se optar pela bike, vai
evitar muito estresse e
perda de tempo no trânsito**

@engrenadas

CONHECER LUGARES NOVOS

Sair para
pedalar vai te
levar para
lugares novos
dentro e fora
de sua cidade



3

@engrenadas

FAZER NOVOS AMIGOS

Participar de
pedais vai te
apresentar
muitas pessoas
novas de todas
as idades

4



@engrenadas

SENSAÇÃO DE LIBERDADE

A prática leva a
liberação de
hormônios que
vão te fazer
sentir melhor e
mais feliz

5



@engrenadas



**COMPARTILHE
ESSE POST COM
SEUS AMIGOS**

@engrenadas

3 vantagens de usar a **bike** como **meio de** **transporte**

@engrenadas





Economia

Pedalar vai te ajudar a
gastar menos com
transporte

@engrenadas



Tempo

Ao escolher ir de bike, você evita de ficar muito tempo no trânsito

@engrenadas

Ecologicamente correto

Uma ótima alternativa aos
meios de transporte que
utilizam combustíveis fósseis

@engrenadas





Compartilhe
esse post com
suas amigas :)

@engrenadas

É AMANHÃ!

domingo 29.05

LIVE

Engrenadas e a vida delas:
a bicicleta na visão das mulheres

11h

ASSISTA PELO LINK:



Grasiela Azevedo



Gheysa Prado



Renata Arruda



Rosangela Cavassim



Karla Jarek



Juliana Daga

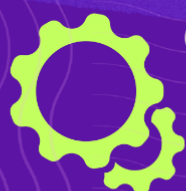
@engrenadas

RENATA ARRUDA

- Ciclista
- Mãe
- Jornalista



LIVE
@engrenadas



engrenadas
e a vida delas:
a bicicleta na visão das
MULHERES

amizade
no **pedal**

CONHEÇA NOSSAS
convidadas

LIVE

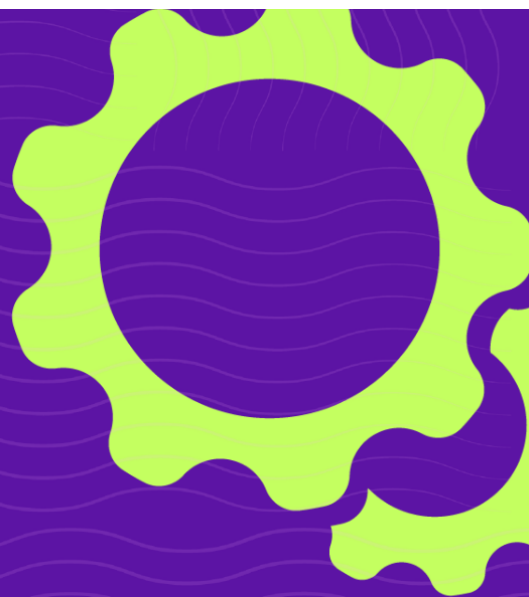


Engrenadas e a vida delas:
a bicicleta na visão das mulheres

 **29/05/2022**

 **11h**

@engrenadas



PREPARADOS

— para nossa —

LIVE?

COMO VAI FUNCIONAR >>>

@engrenadas

1^o ACESSE O LINK DA LIVE



Acesse o link , também, pela
nossa Bio

@engrenadas

2^o PARTICIPE CONOSCO DESSA RODA DE CONVERSA INCRÍVEL!!

Ciclistas convidadas:



Grasiela Azevedo



Gheysa Prado



Renata Arruda



Rosangela Cavassim



Karla Jarek



Juliana Daga

Idealizadoras:



Claudia Bordin



Jessica Jarek

KARLA JAREK

- Ciclista
- Consultora de viagens

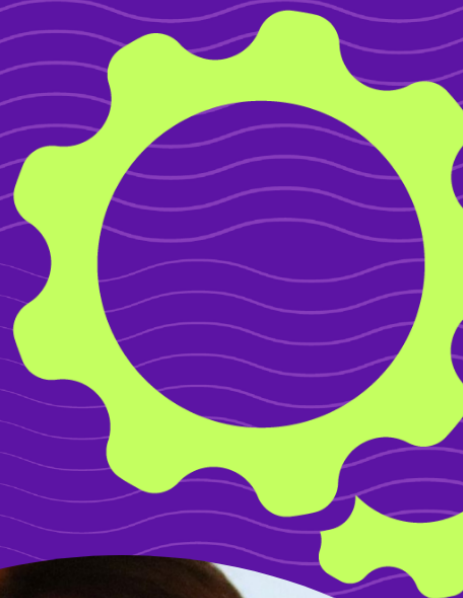


LIVE

@engrenadas

GHEYSA PRADO

- Ciclista
- Bike anja
- Ativista
- Professora
- Pesquisadora
- Designer
- Feminista



LIVE

@engrenadas

GRASIELA AZEVEDO

- Ciclista
- Mãe



LIVE

@engrenadas

ROSANGELA BOBATO CAVASSIM

- Ciclista
- Consultora de Moda e Imagem Pessoal



LIVE

@engrenadas

JULIANA DAGA

- Ciclista
- Psicóloga
- Especialista em trânsito
- Instrutora de autoescola
- Programa Medo de Dirigir



LIVE

@engrenadas

CONHEÇA as
mulheres
que fazem o
PROJETO ENGRENADAS
— ACONTECER —



Claudia
Bordin



jessica
Jarek













@engrenadas

Figura XX- Cronograma de Postagens Maio

DIA	FEED	STORY
01/05/2022		X
09/05/2022		X
10/05/2022		X
12/05/2022		X
17/05/2022	X	
18/05/2022		X
19/05/2022		X


Fonte: Figura da Autora (2022)

Figura XX- Cronograma de Postagens Maio

DIA	FEED	STORY
20/05/2022	X	
21/05/2022	X	
23/05/2022		
24/05/2022		X
25/05/2022		  
26/05/2022		X
27/05/2022		X
28/05/2022	X	

Fonte: Figura da Autora (2022)

APÊNDICE G - ROTEIRO RODA DE CONVERSA

Data: 29/05/2022 Domingo	
Horário: 11h - 12h30	
Mediadoras: Jessica Jarek e Claudia Bordin	
Convidadas: Gheysa Prado Karla Jarek Rosangela Bobato Cavassim Grasiela Azevedo Renata Ribeiro Arruda Juliana Daga	
Onde: https://meet.google.com/bgj-bvof-kzq	

Horário	O quê	Quem
11h - 11h05	Aguardar a chegada da audiência	Todas
11h05 - 11h10	Boas-Vindas + Apresentação do Projeto + Agradecimentos	Jessica/Claudia
11h10 - 11h20	Apresentação das convidadas	Jessica
11h20 - 11h50	Pergunta Geral: Motivação	Todas
11h50 - 12h20	Pergunta Específica: Experiências	Todas
12h20 - 12h30	Comentários e Encerramento	Jessica

Observações: As questões perguntas são destinadas às convidadas com tempo estimado de fala de 05 minutos, assim cada uma terá a sua liberdade em discorrer sobre as perguntas em cada tópico.

Apresentação do Projeto

Bom dia, bem vindos a Roda de Conversa intitulada *Engrenadas e a vida delas: a bicicleta na visão das mulheres*, promovida pelo projeto Engrenadas. Eu sou Jessica Jarek, design em formação pela UTFPR e com orientação da professora Claudia Bordin, idealizamos o projeto Engrenadas cujo objetivo é o de compreender as motivações e necessidades do público feminino com relação à prática do ciclismo na cidade de Curitiba e região, a fim de arquitetar uma solução em forma de produto digital, alinhando design e comunicação em redes, que dialogue para tornar esta prática segura e atrativa para mulheres.

Apresentação das Convidadas

Para compor nossa roda de conversa, teremos seis mulheres incríveis que vivenciam o ciclismo em suas vidas de formas diferentes:

7. **Gheysa Prado:** professora do curso de Design de Produto da UFPR, com mestrado e doutorado em Design, pesquisadora na área de design para sustentabilidade com ênfase em inovação social, design ativista, design e cidades com foco na mobilidade urbana. Atua ativamente como professora extensionista desde sua entrada na UFPR como coordenadora do projeto de extensão CoolabBici UFPR e é voluntária na rede Bike Anjo.
8. **Karla Jarek:** consultora de viagens, tem 32 anos e iniciou no ciclismo por incentivo de sua prima durante a pandemia em 2020. Desde o primeiro momento já sentiu os benefícios para sua saúde e as melhorias em seu condicionamento físico e bem-estar. Cada vez mais foi superando seus limites e gostando cada vez mais da prática!
9. **Rosangela Bobato Cavassim** tem 57 anos e é consultora de moda. Ainda que não tivesse muitas pretensões quando começou a pedalar ao longo da pandemia, conseguiu ver no ciclismo uma alternativa para continuar suas atividades físicas, sair de casa e manter sua mente trabalhando de forma sadia. Hoje já participa de provas de ciclismo e treina diariamente!

10. **Grasiela Azevedo** é especialista em SGI e voluntária na rede Bike Anjo. Conseguiu alinhar de forma majestosa o papel de mãe e a atividade no ciclismo
11. **Renata Ribeiro Arruda** é jornalista e atualmente trabalha ligada à área de marketing digital e audiovisual. A prática do ciclismo está presente em sua família já que pedala com seu marido e seus filhos.
12. **Juliana Daga** é psicóloga, especialista em trânsito, instrutora de autoescola e atuante no programa medo de Dirigir. Além disso, é apaixonada pelo ciclismo e ativa na prática do pedal!

Pergunta Geral: Motivação

De onde surgiu a paixão pela bike e a motivação para iniciar no ciclismo?

O que é ser mulher no mundo do ciclismo para você?

Pergunta Específica: Experiências

Comentários breves de suas experiências com o ciclismo

Comentários e Encerramento

Agradecemos imensamente as nossas convidadas que aceitaram o convite para partilhar um pouco das suas experiências no ciclismo com a gente!

APÊNDICE H - TRANSCRIÇÃO CHAT RODA DE CONVERSA

00:00:43.464,00:00:46.464

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Bom dia a todas! Essa Live do Projeto Engrenadas será gravada, com finalidades pedagógicas e acadêmicas para o projeto de TCC da estudante Jéssica Jarek.

00:00:59.709,00:01:02.709

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Agradecemos a presença de todas/es/os e aguardamos mais uns minutos para nossa conversa!

00:01:01.660,00:01:04.660

Grasiela Azevedo: ok

00:01:39.349,00:01:42.349

Renata Ribeiro Arruda: Ok

00:01:56.808,00:01:59.808

Lisiane Jarek: Bom dia a todas

00:01:56.909,00:01:59.909

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: A dinâmica será explicada pela estudante Jéssica daqui uns minutos e todas podem enviar perguntas, via audio ou chat!

00:02:14.352,00:02:17.352

Lisiane Jarek: Ok

00:02:58.475,00:03:01.475

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Bom dia a todas! Essa Live do Projeto Engrenadas será gravada, com finalidades pedagógicas e acadêmicas para o projeto de TCC da estudante Jéssica Jarek.

00:11:22.417,00:11:25.417

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Que inspiração linda, Rosangela!

00:12:00.221,00:12:03.221

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Bom dia a todas! Essa Live do Projeto Engrenadas será gravada, com finalidades pedagógicas e acadêmicas para o projeto de TCC da estudante Jéssica Jarek.

00:12:12.084,00:12:15.084

Thiago Vinicius Ribeiro: @Rô 🚀🚀🚀🚀

00:12:34.894,00:12:37.894

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Agradecemos a presença de todas/es/os, mandem suas perguntas para as convidadas via chat :)

00:13:35.371,00:13:38.371

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Lindo, Karla! 40 km! Uauuuu! :)

00:13:47.243,00:13:50.243

Lisiane Jarek: Linda

00:14:14.673,00:14:17.673

Lisiane Jarek: Karla guerreira e determinada sempre

00:16:54.954,00:16:57.954

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Inspirador, Grasiela! Que bacaníssimo!

00:17:15.625,00:17:18.625

Grasiela Azevedo: obrigada!

00:17:19.145,00:17:22.145

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Também penso no pequeno, quero que ele tenha mais tempo comigo na bike

00:17:34.496,00:17:37.496

Lisiane Jarek: Grazi

00:17:52.322,00:17:55.322

Lisiane Jarek: Mãe inspiradora

00:18:00.728,00:18:03.728

Grasiela Azevedo: obrigada!

00:18:05.789,00:18:08.789

Lisiane Jarek: Obrigada

00:18:50.204,00:18:53.204

Lisiane Jarek: A você e a determinação da persistência ao pedal

00:19:25.794,00:19:28.794

Grasiela Azevedo: muito obrigada!

00:21:25.775,00:21:28.775

Lisiane Jarek: Conhecimento , informação em massa e práticas destas cartilhas com todo público. Talvez essa seja a saída para a segurança das bikes no trânsito

00:21:26.265,00:21:29.265

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Demais Juliana, pedal gourmet eu vou!

00:21:55.204,00:21:58.204

Lisiane Jarek: Parabéns Juliana. Muito obrigada por seu incentivo

00:25:18.694,00:25:21.694

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Bom dia a todas! Essa Live é parte do Projeto Engrenadas e está sendo gravada, com finalidades pedagógicas e acadêmicas para o projeto de TCC da estudante Jéssica Jarek. Deixem suas perguntas no chat para as convidadas!

00:28:50.226,00:28:53.226

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Lindo Gheysa, que história bacana da vida na cidade :)

00:38:11.878,00:38:14.878

Patricia Salomão: Bom dia meninas!

Estou na estrada, voltando para Curitiba.

Ouvido todos esses depoimentos ótimos, mas não consigo falar.

00:40:28.882,00:40:31.882

Lisiane Jarek: Parabéns Gheysa, admiro muito as famílias unidas em todos os momentos . Amo ver papais com seus filhinhos na bike

00:40:34.260,00:40:37.260

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Mulheres resistindo nas bikes :)
@Gheysa

00:41:29.399,00:41:32.399

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Lista

00:41:49.509,00:41:52.509

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: As poderosas na bike! Super
@karlajarek

00:41:54.114,00:41:57.114

Lessandra Salomao: Meninas lindas. Quanta inspiração e bons exemplos a seguir. Estou motivada para retornar ♥

00:42:47.904,00:42:50.904

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Lindo ver as mães na bike @Renata

00:45:25.084,00:45:28.084

Renata Ribeiro Arruda: Muito importante isso, grasi

00:46:00.350,00:46:03.350

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: No dever de ensinar no trânsito @Grasiela

00:47:40.167,00:47:43.167

Gheysa Prado: O nosso código de trânsito é moderno, "só" precisa ser cumprido

00:48:25.598,00:48:28.598

Lisiane Jarek: Roupas coloridas e refletivas auxiliam em muito a visibilidade das bikes

00:49:38.148,00:49:41.148

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Lista de presença: <https://forms.gle/D6f9ys6Kmgvtv1jyy5>

00:50:48.492,00:50:51.492

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Pelo fim de ciúmes no pedal, @Rosangela

00:51:17.897,00:51:20.897

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Ganhando os espaços e a visibilidade nas provas @Juliana

00:51:59.667,00:52:02.667

Renata Ribeiro Arruda: Parabéns, Rosangela

00:52:28.925,00:52:31.925

Lisiane Jarek: Parabéns Rosangela. Incentivadora

00:52:49.962,00:52:52.962

Patricia Salomão: Como encontrar e iniciar em um grupo de corrida?

00:56:07.899,00:56:10.899

Patricia Salomão: Gurias... escrevi corrida, mas é bike

00:56:32.204,00:56:35.204

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Entendemos, Patricia :)

00:56:33.542,00:56:36.542

Patricia Salomão: Grupo de bike, principalmente para passeios mais longos

00:56:36.266,00:56:39.266

Patricia Salomão: Kkkk

00:56:40.012,00:56:43.012

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Legal!

00:56:48.303,00:56:51.303

Patricia Salomão: Mania de correr 😂😂

01:01:43.226,01:01:46.226

Patricia Salomão: Obrigada!!

01:02:19.824,01:02:22.824

Lisiane Jarek: Como sair de situações de perigo.

01:02:37.462,01:02:40.462

Lisiane Jarek: Por exemplo. Cachorro kkkkkkk

01:03:10.085,01:03:13.085

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Boa Lisiane!

01:06:56.300,01:06:59.300

Lisiane Jarek: Gangue dos dogs kkkkkkkk

01:08:31.345,01:08:34.345

Lisiane Jarek: Kkkkkk incentivador de velocidade

01:10:08.284,01:10:11.284

Lisiane Jarek: Muito legais essas histórias

01:11:17.691,01:11:20.691

Lisiane Jarek: Kkkkkkk ainda treina equilíbrio com pernas para o ar

01:11:44.219,01:11:47.219

Isabella Santos: Parabéns meninas!! muito bom :)

01:12:09.417,01:12:12.417

Juliana Daga: Eu que agradeço a oportunidade

01:12:23.482,01:12:26.482

Lessandra Salomao: Parabéns meninas ❤️🚲

01:12:58.044,01:13:01.044

Lisiane Jarek: Parabéns para todas, maravilhosas mulheres e suas bikes

01:14:03.936,01:14:06.936

Joelma Abidin: Ótimas histórias....

Parabéns a todas!!! 🙌🙌

01:16:12.760,01:16:15.760

CLAUDIA BORDIN RODRIGUES DA SILVA: Não esqueçam da lista de presença:

<https://forms.gle/D6f9ys6Kmgvtv1jyy5>

01:17:37.625,01:17:40.625

Lisiane Jarek: Abraços obrigada

APÊNDICE I - INFOGRÁFICO BOAS PRÁTICAS E PROPOSTAS FUTURAS

