



**TDC+**  
DIVERSIDADE

# Meetransform

um espaço de expressão para a comunidade LGBTQI+

---

# Grupo



**Caio Barão**  
Service Designer

*caiobarao@gmail.com*

 /caiobarao



**Erica Rodrigues**  
Service Designer

*ericarc.designer@gmail.com*

 /ericards



**Julia Spohr**  
Service Designer

*spohj280@gmail.com*

 /juliaspohr



**Mario Kanegae**  
Service Designer

*mario.yks@gmail.com*

 /marioyks



# Intro

## Casa Florescer

- Centro de Acolhida Especial para Mulheres Transexuais e Travestis - Bom Retiro, São Paulo;
- 2018: 30 mulheres em situação de vulnerabilidade social.



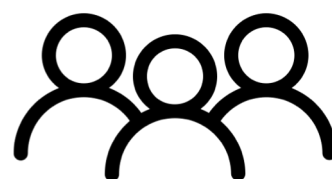
## Alberto

Gerente de Serviços  
da Casa Florescer



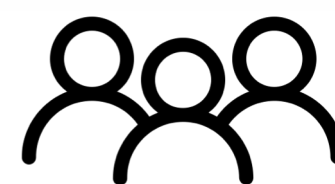
**1990**

- Baniu o então "homossexualismo" da lista de doenças mentais. (Fonte: Folha de São Paulo)



**31**

- Nova York recentemente oficializou 31 nomenclaturas. **Identidade de gênero, orientação sexual, sexo biológico e papéis de gênero.** (Fonte: Jornal Nexo)



**17.9 MILHÕES**

... é a estimativa de homossexuais no Brasil (Fonte: Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais)

# O que os números falam da comunidade LGBTQ+?



**37%**

- Dos brasileiros dizem **não aceitar um filho gay, lésbica, bissexual ou transexual\* em casa.** (Fonte: Ins. de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia)



**30/35 anos**

- É a média de **expectativa de vida de uma pessoa travesti\*\*** no Brasil. (Fonte: Jornal Nexo)

\* **Transexual:** às vezes abreviado como "trans", descreve pessoas cuja identidade de gênero não corresponde ao sexo biológico. Pode-se referir à uma série de identidades, incluindo homens e mulheres. (Fonte: National Geographic Brasil)

\*\* **Travesti:** descrição utilizada para identificar pessoas que desempenham papel de gênero feminino, mas que não se reconhecem como mulher. (Fonte: Jornal Nexo)

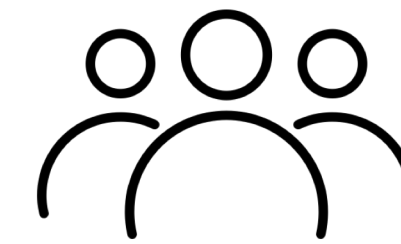
# Nosso processo.

Utilizamos 3 passos estratégicos centrados no ser humano do livro HDC\*, listados ao lado. Dentro de cada fase, buscamos ferramentas que nos ajudassem a **ouvir**, **criar** e **implementar** e que respondessem às necessidades particulares de nosso projeto.



Ouvir

"... coletar **histórias** e se **inspirar** nas pessoas."\*



Criar

"... trabalhar em **equipe** para traduzir em estruturas, **oportunidades** e soluções."\*



Implementar

"... **modelagem** de custos e receitas, [...] e **planejamento** de implementação."\*



SAMUEL

- = PARTICIPA (RODAS DE CONVERSAS / PALESTRAS / RODA DE EMPRESAS.)
- = YOUTUBE > CANAL >
- = (ZIPOP - FEIRA LIVRO) SALA PI AUTOR GERAR OU CONVERSAR. DESABA.FAR.
- SEXUALIDADE "FANTASMA" A COLHEIDOR
- TATO (PESSOAS SOUBESSEM COMO FALAR). pode ser "bêlica" CONSELHO / VIVÊNCIA / ROUBAR O ESPAÇO.
- DOR ENTENDER A DOR DAS PESSOAS

QUAIS CAMADAS AS PESSOAS TRANS. ESTÃO

CLASSE DEFICIENTE

DICAS

RENATA PERON. TRANS CANDIDATO.

LUCAS NAJAR TRANSUIADO.



ESPAÇO DE FALA TRANS me.TRANS

STAKEHOLDERS

BENCH

PESQUISADOS

ARTICULADORES

BAR EUGÊNIA

APOLLO CANTOR

PESSOAS QUE GOSTAM VÃO A MEET UPS

INFLUENCERS

YOUTUBERS

PALESTRANTES

APOLADORES CASOS

TRANSEMPREGOS

LOCCA NAJAR "CANAL"

SAMUEL GOMES - GUARDEI NO ARMARIO

MAYRA REIS (JORNALISTA)

TODXS

PROJETO PURPURINA

MATE SCHNEIDER TRANSEMPREGO

ALBERTO

SSEXBOX

APPARECHA LUZIA - LOCAL DE FALA T/ NEGROS

DONA DA APARALHA LUZIA

ISABELA UX MIGA DO CAIO

ROLAND DE OLIVEIRA

PESSOAS EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE SOCIAL

CASA

HEBERT CANAL DAS BEE

ORGANIZAÇÃO SOBRE SOROLOGIA HIV+

TRANS CIDADANIA

RENATA PERON PRE-CANDIDATA DEP. FEDERAL.

"HORMONIZAÇÃO" CRT CENTRO TRATAMENTO



FASE

# Ouvir

*"... coletar histórias e se inspirar nas pessoas."\**

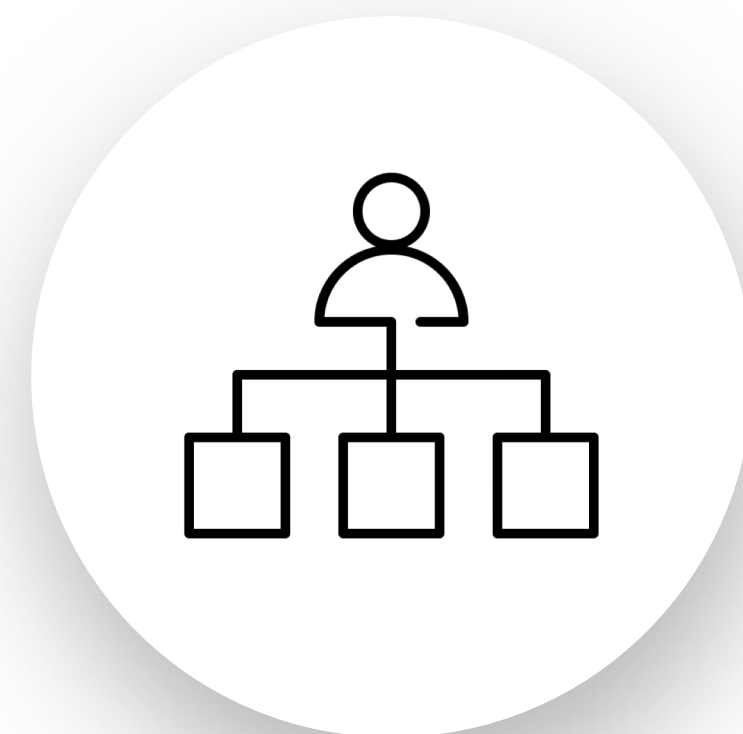




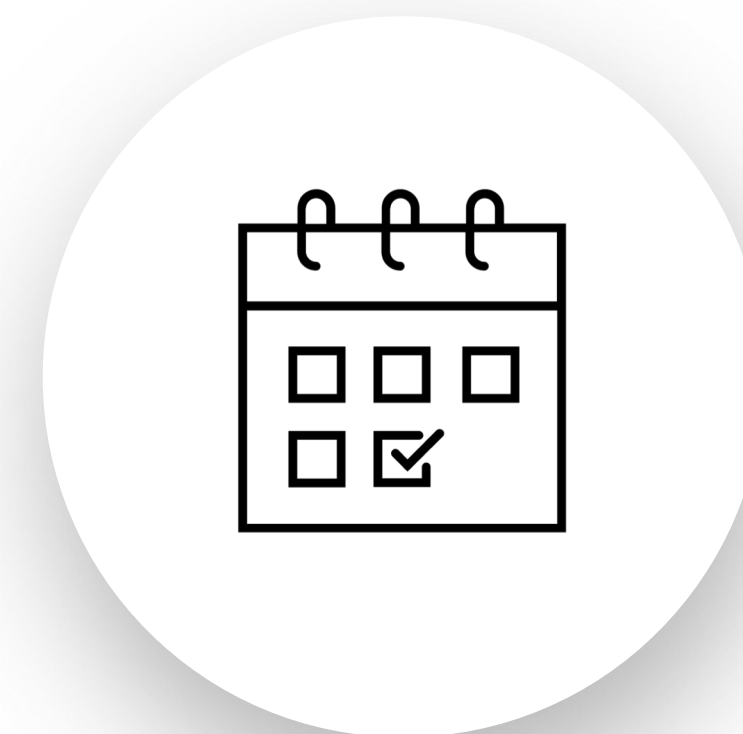
**Primeiros contatos  
com a Casa Florescer**



**Entrevistas com  
lideranças**



**Entrevista com  
especialistas**



**Visitas contextuais  
à Casa Florescer**





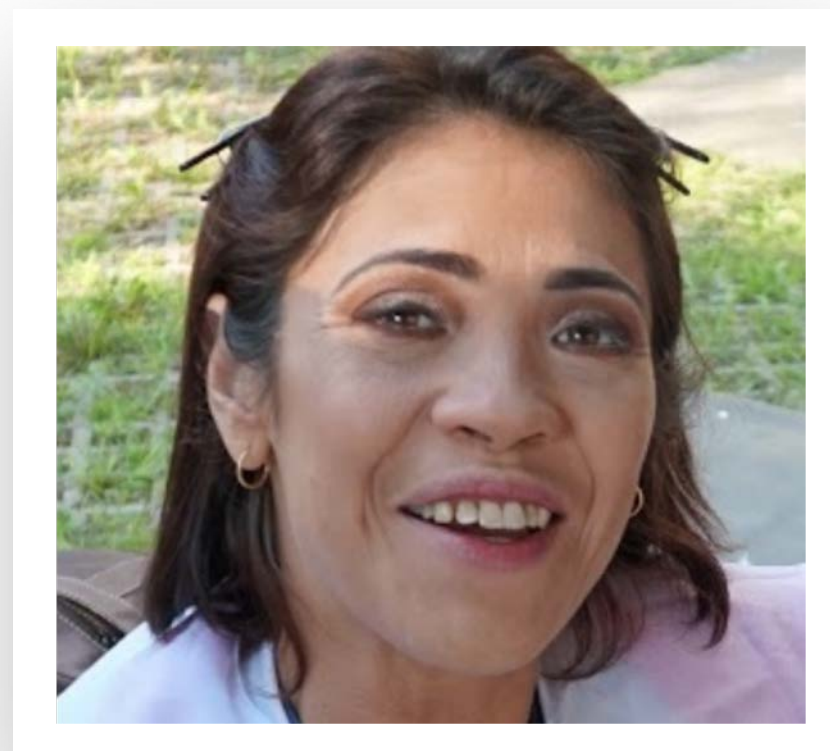
**Nidia**

Ex - moradora da Casa  
Florescer, auxiliar de cozinha



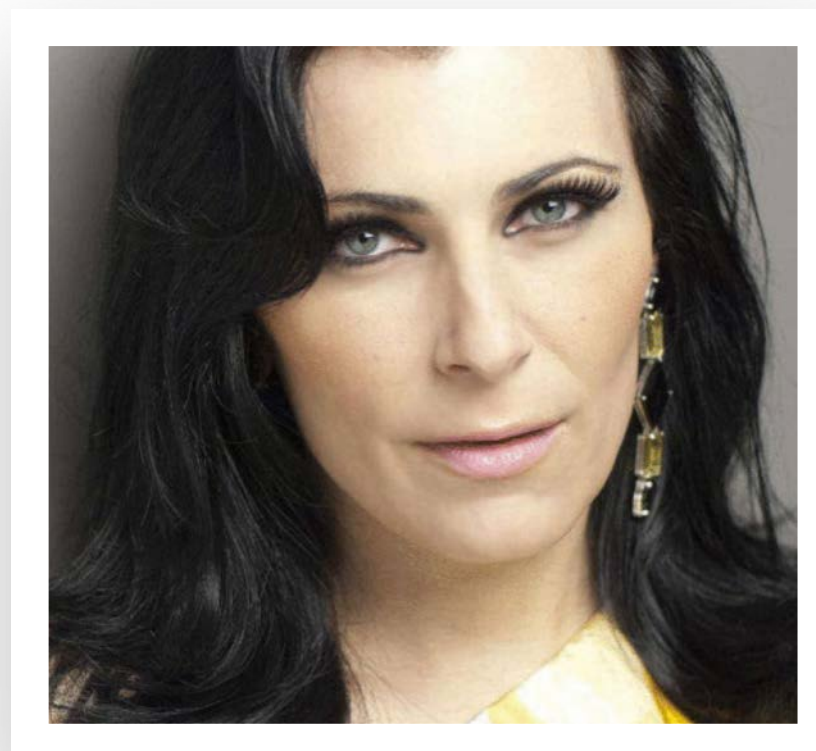
**Alberto**

Gerente de Serviços da Casa  
Florescer



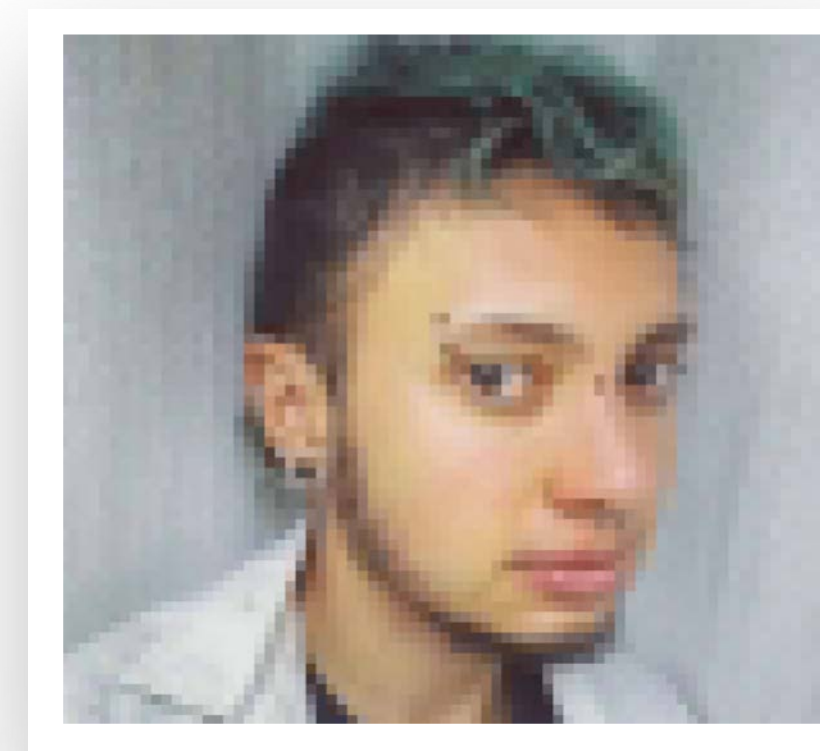
**Edilaine**

Assistente Social da Casa  
Florescer



**Maitê**

Fundadora do Transempregos  
e atriz

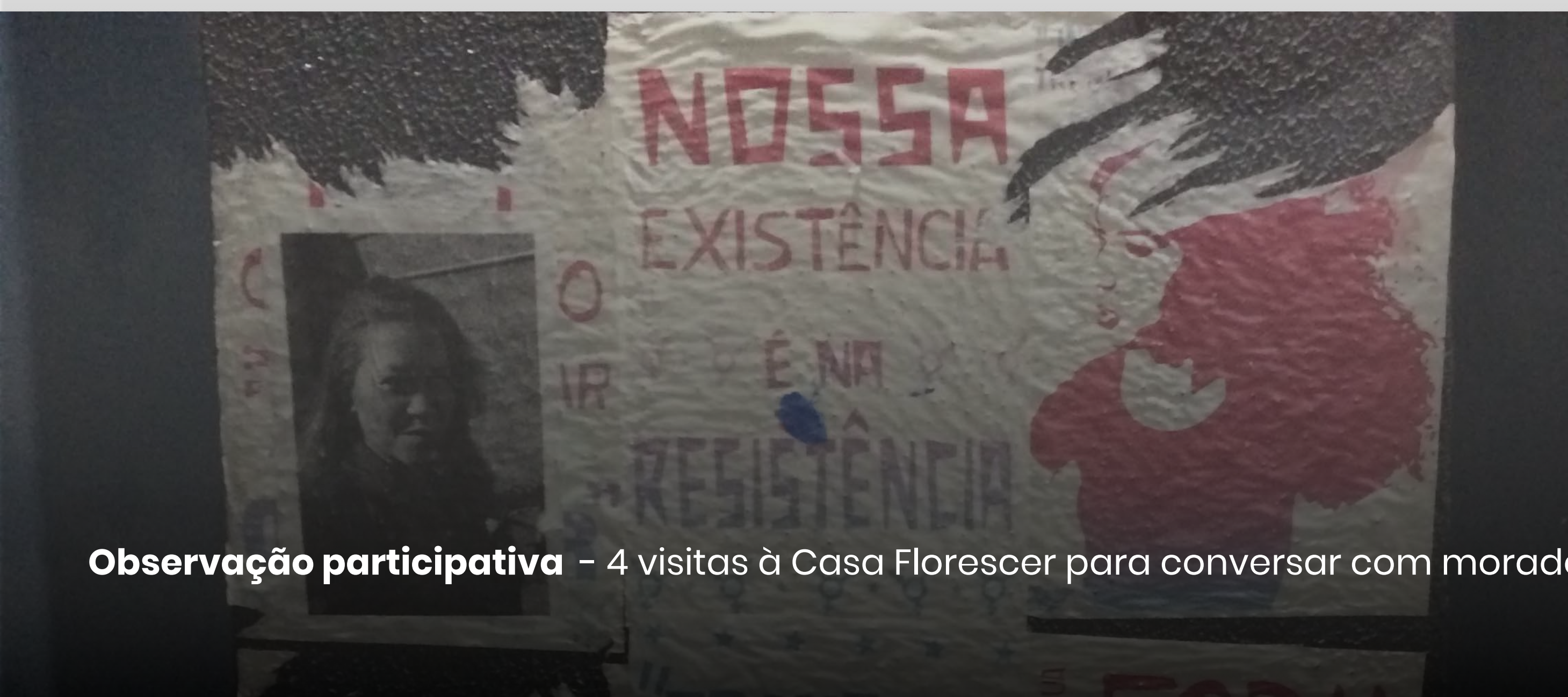
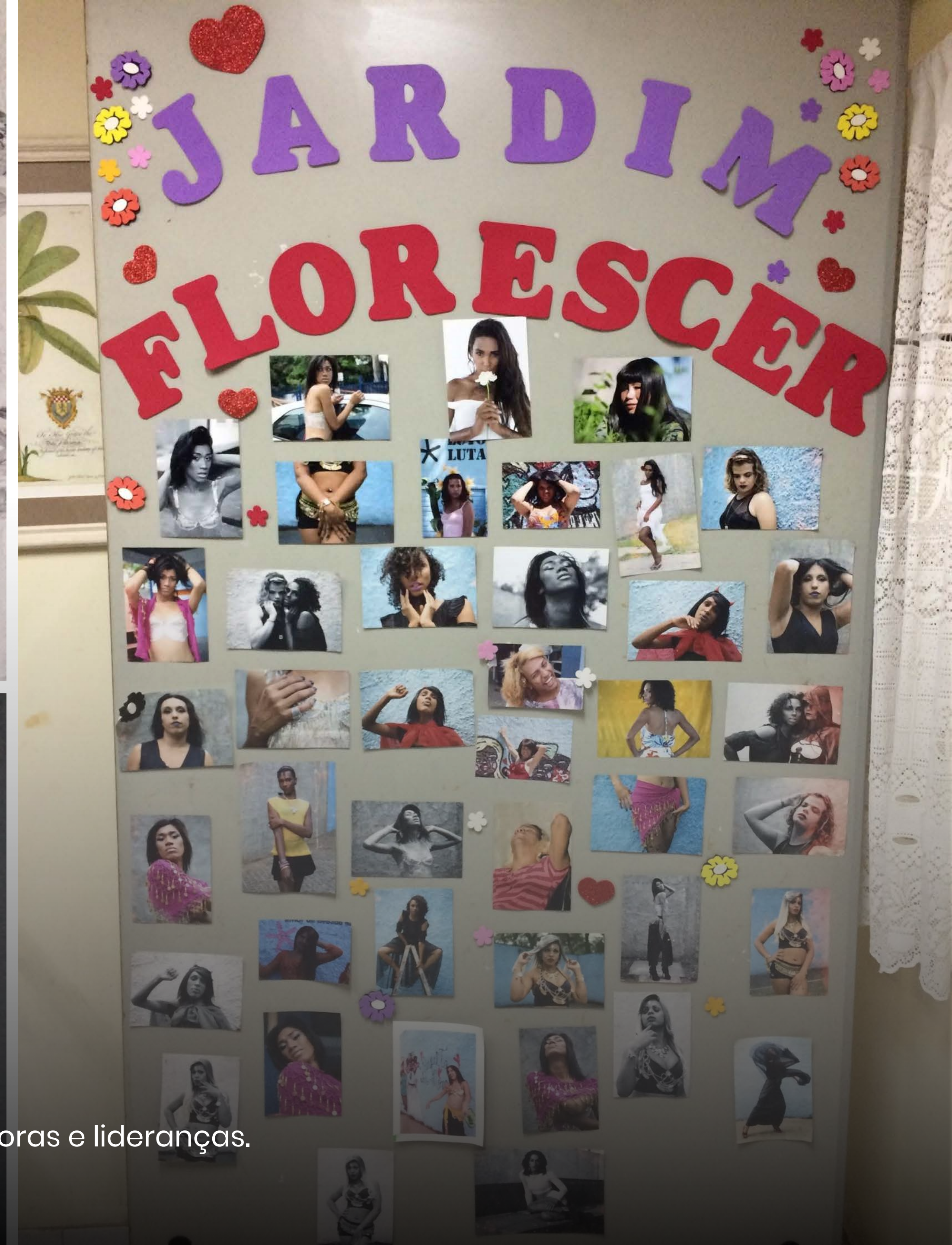


**Roland**

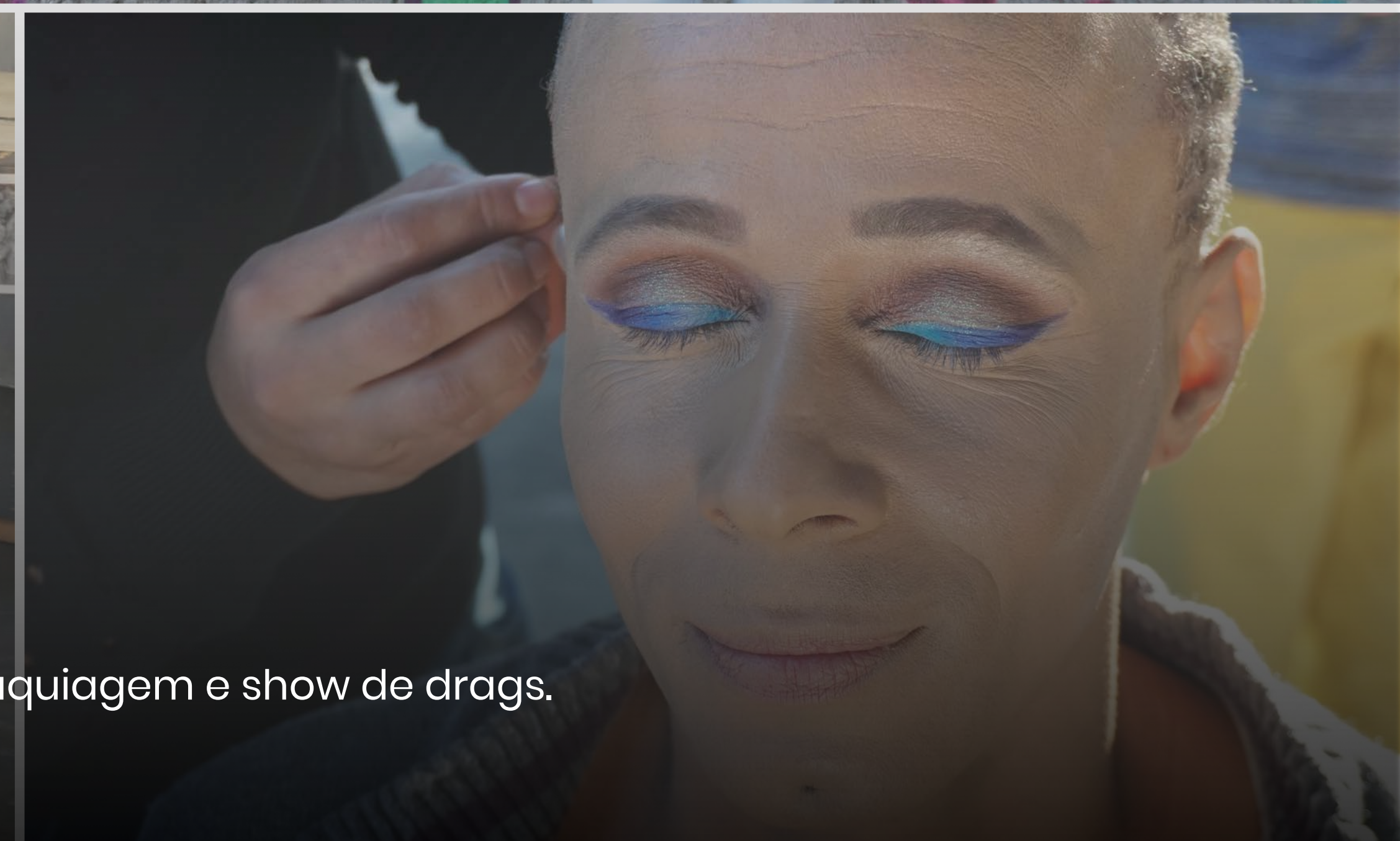
Terapeuta



**Observação participativa** – Empregabilidade Trans (Bate-papo com Maitê Schnaider e Alberto Silva) com expressão artística de Clay Thompson



**Observação participativa** – 4 visitas à Casa Florescer para conversar com moradoras e lideranças.



**Observação participativa** – 1 visitas em evento sobre prevenção de ISTs com maquiagem e show de drags.



### 3 horas de conversa

- **1 moderador, 3 facilitadores;**
- **8 pessoas** com identidades de gêneros diversas;
- **Vozes ativas** - LGBTQI+.



### Roteiro semi-estruturado

- Tópicos: **identidade**, **experiências** individuais e em sociedade, **transição**, **militância** e a participação na **comunidade LGBTQI+**.



### 8 Vozes

- Necessidade de **falar**, ser **ouvido** e, **se escutar**;
- **Experiências** positivas;
- **Co-criação** de um espaço ideal.



**MF**

Designer de jogos



**Clay**

Atendimento ao cliente



**Apollo**  
*(em memória)*  
Cantor



**Carol**

Produtora e Modelo



**Samuel**

Designer e Youtuber



**Renata**

Assistente Social



**Isabela**

Designer



**Maitê**

Atriz e Diretora Teatral



FEMINISMO  
COM MULHERES  
TRANS

QUE BOM  
Q VCS EXISTEM  
E SE IMPORTAM

☺  
SER OUVIDO  
PODER FALAR

REPRODUIR  
COM OUTRAS  
PESSOAS

PODER  
ESTAR  
PRESENTE

☺  
CONSEGUIR  
VIIR

↳ TEMPO

REPETIR  
COM OUTRAS  
PESSOAS

SORRIR

igualdade

PASSABILIDADE

Se  
ouvir

INTERCULTURALIDADE

PROGRESSÃO  
E  
CONTINUIDADE

INCLUSÃO

VIA DE  
NÃO DUPLA  
APRENDIZADO

naturalidade  
da  
fala

LUGAR  
DE  
FALA

CONVERSA  
SEM  
SCRIPT

deixar  
opiniões  
≠ existirem

NINGUUMA  
PESSOA RESPONDE  
POR TODOS

incluir  
todos

responder  
por sua  
vivência

construir  
moment  
de ações

troca

LIBERDADE DE  
FALA COM  
NATURALIDADE

INTERAÇÃO  
FÍSICA  
AFETO CARULHO

DEIXAR  
FALAR E SER  
OUVIDO

aprender  
com  
erro

PAIS

PROTIPAR

NÃO QUERO  
SER FETICHE

ter  
um foco  
e ir criando

ENVOLVER  
FAMILIA



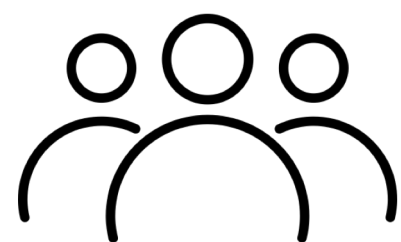
# Assuntos mais citados em nossas pesquisas



“

**Nos expressar faz parte de  
uma cura que pode ser coletiva,  
de dores visíveis e invisíveis.**

- *Mamilos PodCast*



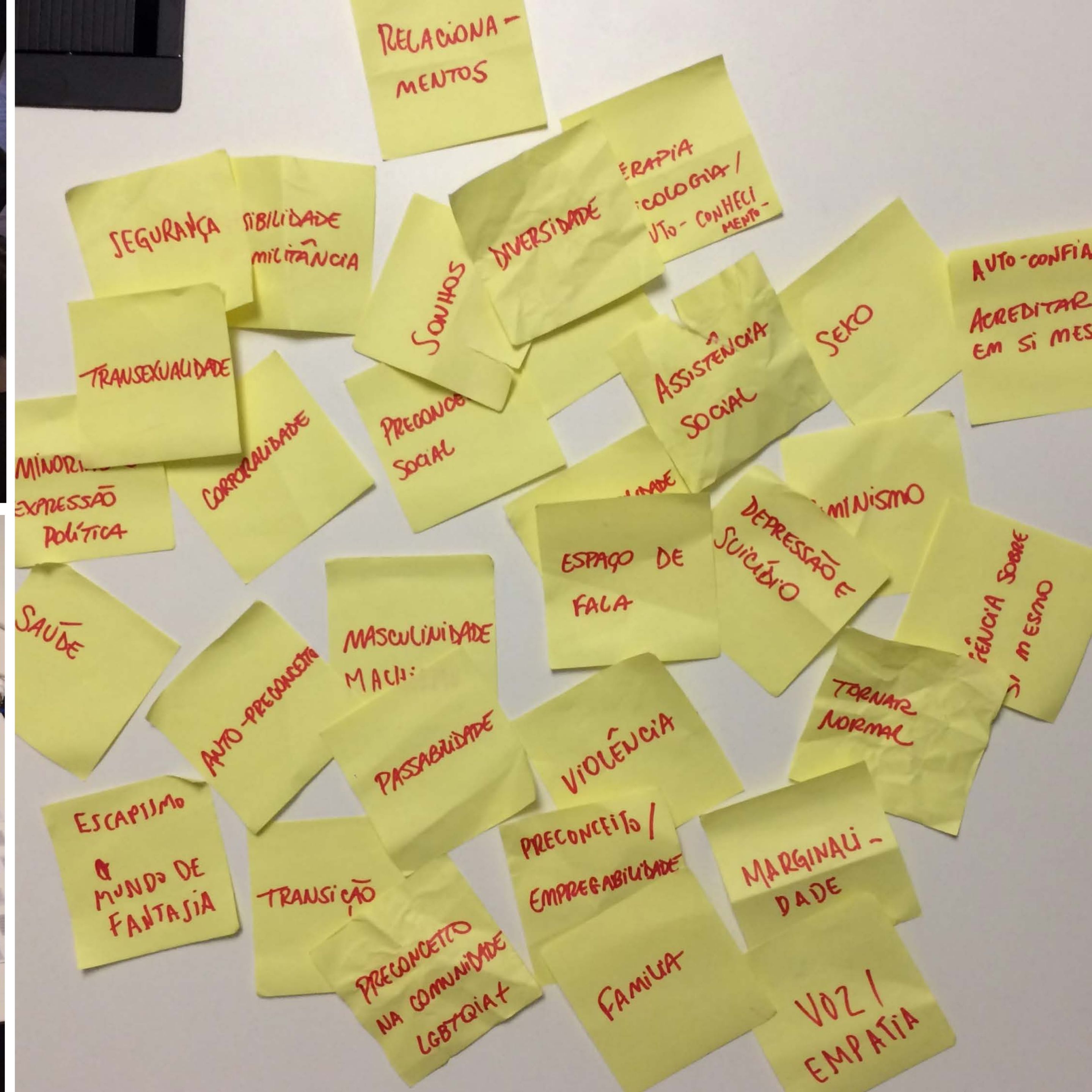
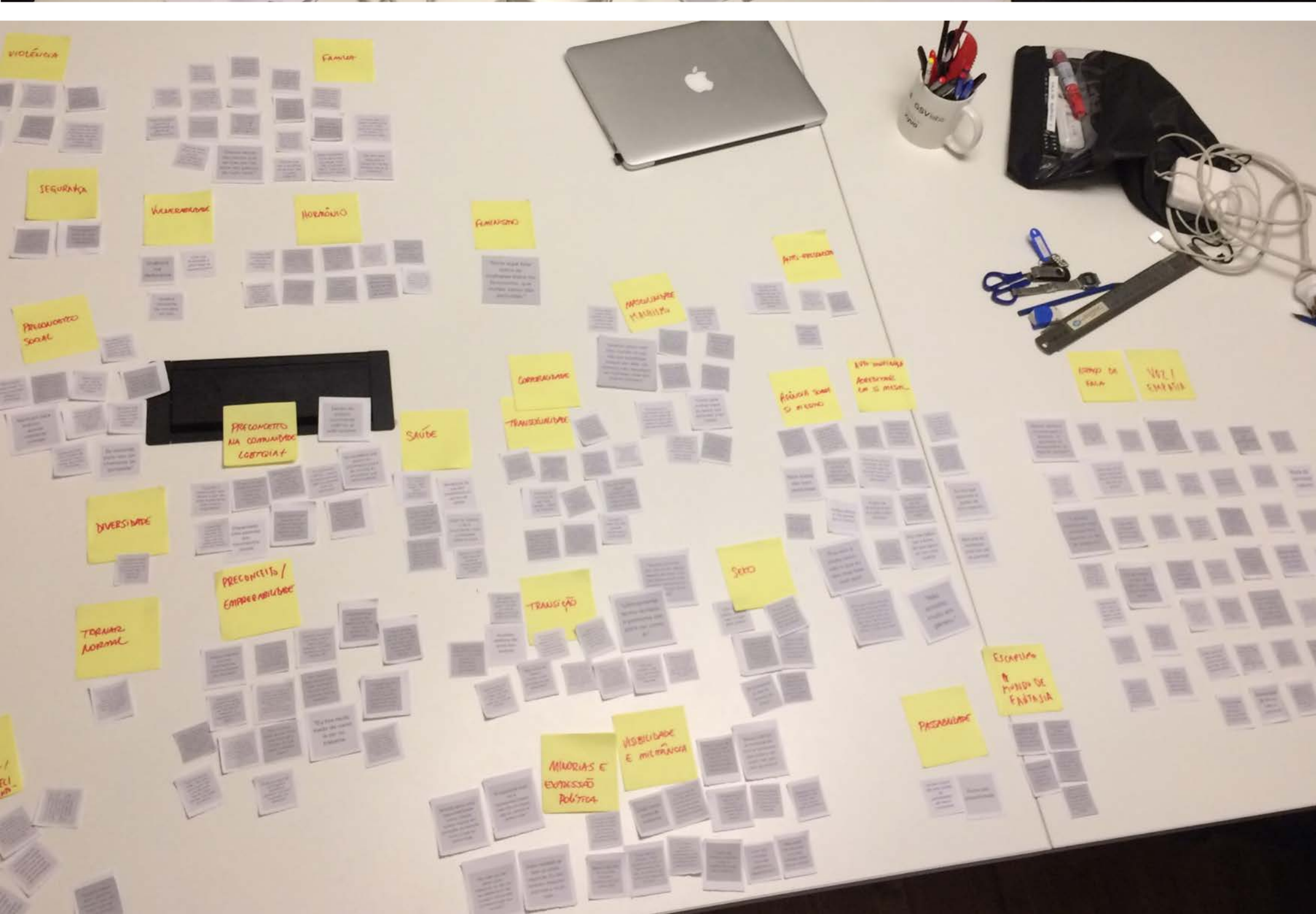
FASE

# Criar

"... trabalhar em **equipe** para traduzir em estruturas, **oportunidades** e soluções."\*

- Produção de *insights*
- Como Nós Podemos?
- Requisitos do projeto
- *Benchmark* (inspirações e boas práticas)





AUTO-RECONCETO  
 ESCAPISMO  
 MUNDO DE FANTASIA  
 TRANSIÇÃO  
 SAÚDE  
 PASSABILIDADE  
 PRECONCEITO / EMPREGABILIDADE  
 FAMILIA  
 TRANSEXUALIDADE  
 MASCULINIDADE  
 MACHISMO  
 CORPORALIDADE  
 MINORIAS E EXPRESSÃO POLITICA  
 VISIBILIDADE E MILITANCIA  
 VULNERABILIDADE  
 SEGURANÇA  
 TORNAR NORMAL  
 AUTO-CONFIANÇA  
 ACREDITAR EM SI MESM  
 VIOLÊNCIA  
 HORMÔNIO  
 VOZ / EMPATIA  
 DIVERSIDADE  
 ASSISTÊNCIA SOCIAL  
 PRECONCEITO SOCIAL  
 AGÊNCIA SOBRE SI MESMO  
 FEMINISMO  
 TERAPIA PSICOLOGIA / AUTO-CONHECIMENTO  
 SONHOS  
 SEXO

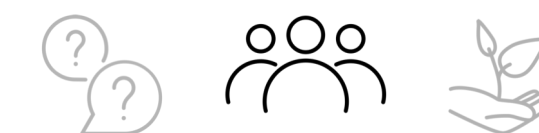
INSIGHT: (DEPRESSÃO E SUICÍDIO)

O usuário em situação de depressão necessita algo para cobrir os buracos da vida mas hoje não tem forças para lutar eu por que? razinhas.  
 motivo barreira ←

Como podemos:

Construir uma base de apoio para AS PESSOAS se ajudarem a sair dessa situação de depressão que podem levar-las a tirar a própria vida?

PRECONCEITO NA COMUNIDADE LGBTQIA+  
 MARGINALIDADE  
 DEPRESSÃO E SUICÍDIO  
 RELACIONAMENTOS  
 ESPAÇO DE FALA



- Desenvolvemos **21 Insights** e "**Como nós Podemos**" – framework que visa transformar o Insight em uma pergunta inspiradora para a geração de ideias e futuras estratégias. Também respaldamos o insight com **citações** dos próprios entrevistados.



## Insight + Como Nós Podemos

Citação:

Membros da comunidade muitas vezes não se sentem livres para falar sobre quem são e qual sua visão de mundo e hoje tem carência de espaços de expressão.

**Como nós podemos criar um modelo de espaço que seja seguro e deixe as pessoas confortáveis para que conversas surjam naturalmente?**



*Cada um só pode responder por **sua vivência**, não pode representar a vivência de um grupo.*

***Uma imensa parte de mim está no outro**, adoro ver alguém que se parece comigo.*

*O fato de **poder falar e se expressar** é mais importante do que o que está sendo falado.*

**Como nós podemos criar um espaço de expressão para a população LGBTQI+\* em que elas possam falar e ouvir a si mesmas e aos outros?**

---

\* **LGBT+:** Acrônimo utilizado para se referir a pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e outros questionadores. Não é sinônimo de "não heterossexual", pois implicaria, erroneamente, em que transgênero é uma orientação sexual.



### Casa 1

- **Integração** com o bairro;
- **Atividades** culturais;
- Espaço **socioeducativo**;
- Sensibilização da **comunidade**.



### Centro de Cidadania

- Metas da Prefeitura de São Paulo - Meta 61;
- Combate à homofobia e respeito à diversidade sexual;
- **Atendimento** e de **apoio** à comunidade.



### Projeto Purpurina

- Promover a **educação** de **pais** e da **comunidade**;
- **Família** e **saúde** mental.



### Alcoolicos Anônimos

- 70 anos no Brasil;
- Partilha das **experiências**;
- **Identificação** no **outro**.



### NextLevel

- Nextel
- "O que é essa tal **diversidade**?"
- **Porta-vozes**, empregabilidade.



### Todxs

- **Conecta**;
- **Painéis** interativos sobre diversidade;
- Agentes de **transformação** de suas realidades e comunidades.



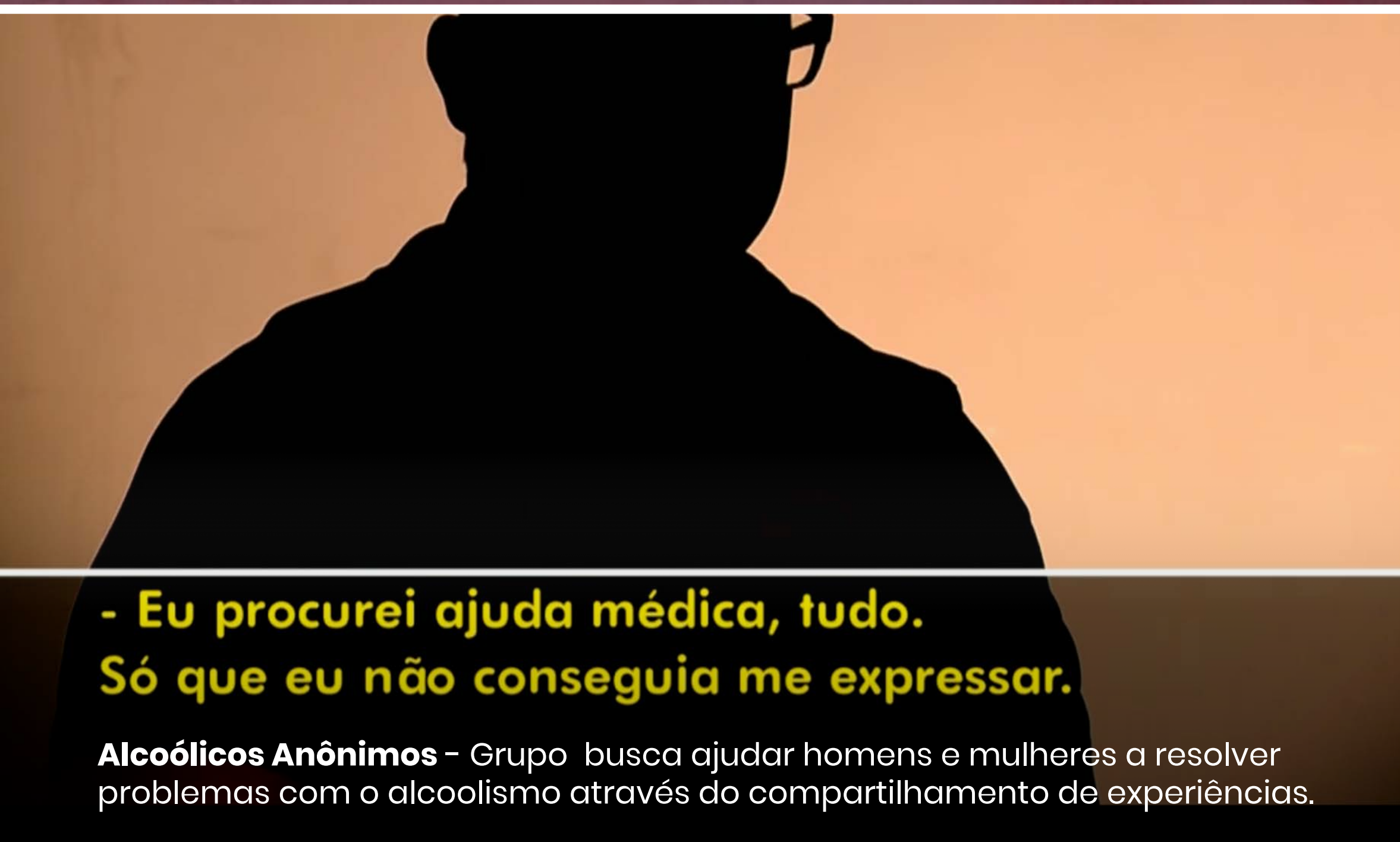
Benchmarks (inspirações e boas práticas)



**Casa 1** - Casa de acolhida para pessoas trans que insere pautas de diversidade através de atividades culturais, como peças de teatro e saraus.



**Nextlevel** - Programa guarda-chuva do time de inovação da Nextel que em sua última edição buscou responder: "O que é essa tal diversidade?".



- Eu procurei ajuda médica, tudo.  
Só que eu não conseguia me expressar.

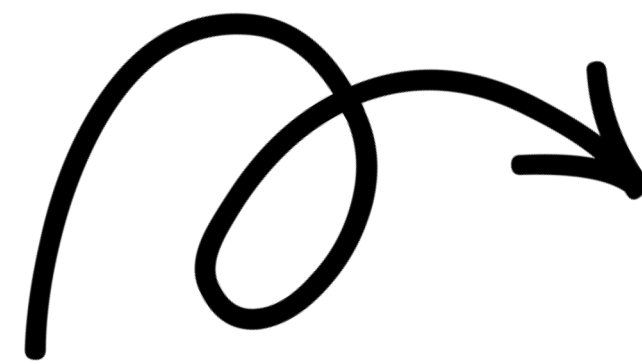
**Alcoólicos Anônimos** - Grupo busca ajudar homens e mulheres a resolver problemas com o alcoolismo através do compartilhamento de experiências.



**Todxs** - Startup que promove a inclusão através de eventos de compartilhamento de histórias de porta vozes do LGBT+ brasileiros (com o Todxs Conecta).

O que nossa solução precisa ter?

# Requisitos do projeto



- 1 **Uma fala não representa um grupo.**
- 2 **Intolerantes não serão tolerados.**
- 3 **Buscaremos continuidade.**
- 4 **Todxs serão ouvidxs igualmente.**
- 5 **Tudo bem pensar diferente.**



FASE

# Implementar

"... trabalhar em **equipe** para traduzir em estruturas, **oportunidades** e soluções."\*

- *Blueprint*
- *Event Canvas*
- *Ten Types of Innovation*
- *Live Prototyping*
- *Matriz de feedback*





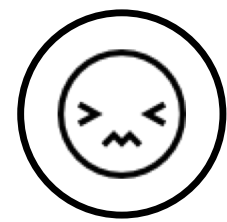
“

**Um evento é um dos instrumentos mais poderosos para influenciar o comportamento das pessoas que participam.**

- *Event Design Handbook*

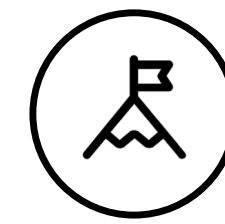
# Como funcionará o espaço de expressão?

Ainda que a palavra "**evento**" denomine aqui a **sucessão de momentos que compõem um serviço**, nossa solução também pode ser vista como um evento no sentido de "um acontecimento planejado" para um determinado fim.



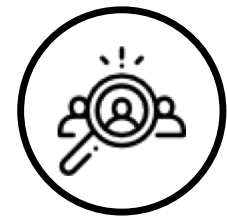
## Dores

*Quais os medos, frustrações e obstáculos dessas pessoas?*



## Ganhos

*O que essas pessoas querem, precisam e sonham?*



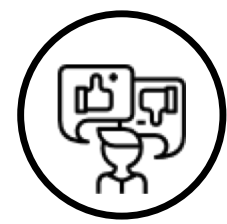
## Comportamento atual

*Como imaginamos o **comportamento atual** dos participantes do evento?*



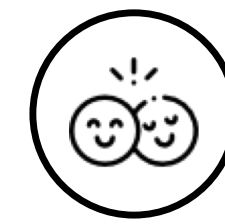
## Pós-evento

*Como imaginamos o **comportamento pós-evento** dos participantes?*



## Compromisso

*O que essas pessoas **escolhem não fazer** em troca de ir ao evento?*



## Retorno

*O que essas pessoas **espera receber em troca** de seu comparecimento?*

# Como funcionará o espaço de expressão?



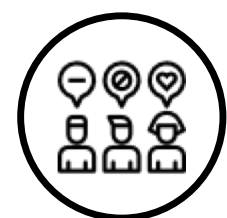
## Rendimento

Quais serão os *rendimentos* desse evento?



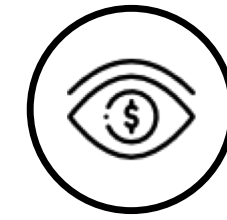
## Expectativas

Quais são as *expectativas* dessas pessoas?



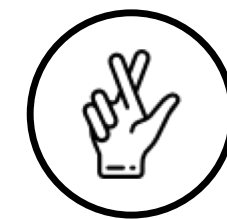
## Jornada de experiência

Que *pontos de contato* essas pessoas experienciam no evento?



## Custos

Quais os *custos* para realizar este evento?



## Promessa

O que o evento promete *entregar*?



## Conhecimento

O que queremos que os *colaboradores do evento* aprendam?

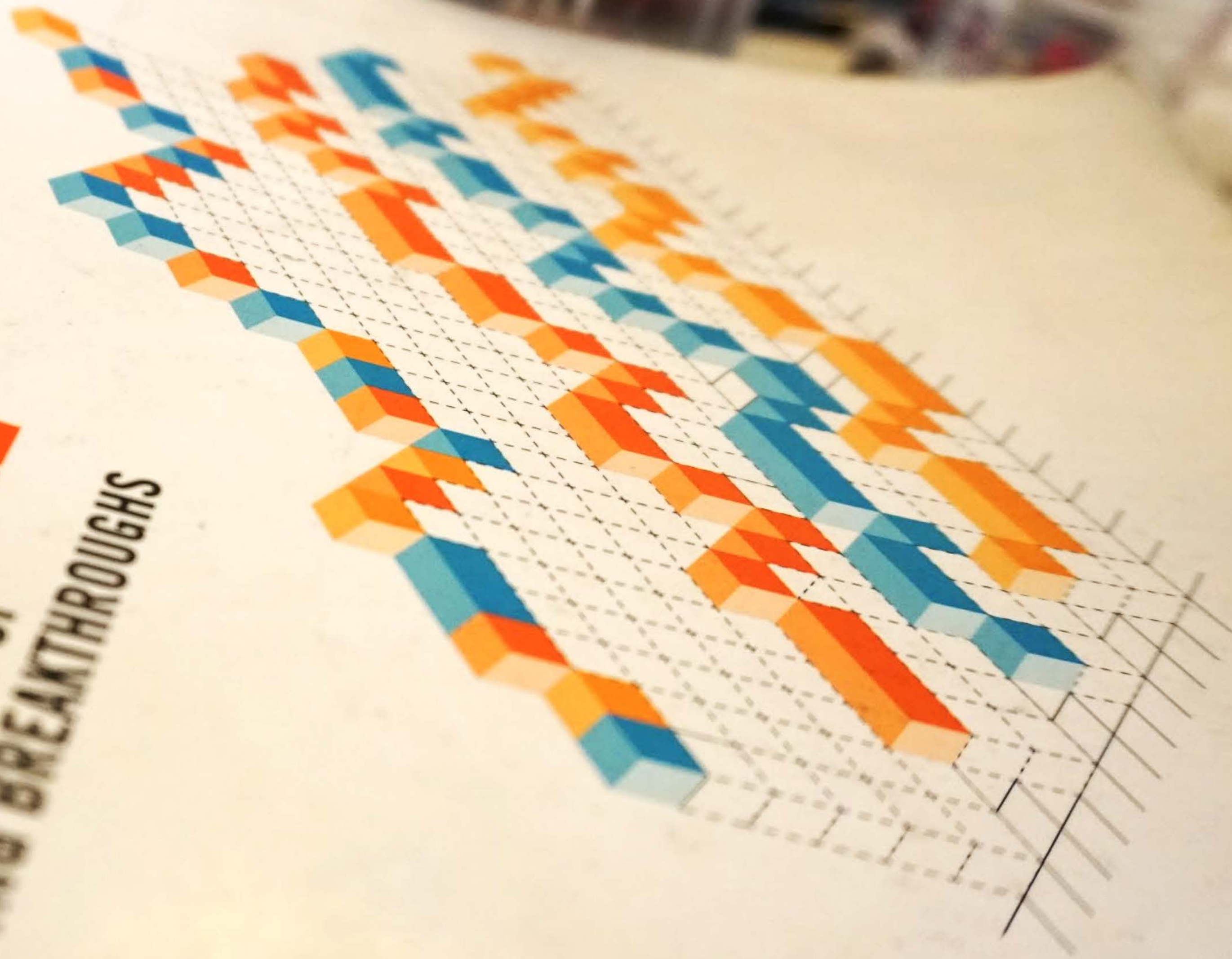


## Trabalhos a fazer

Quais serão as *tarefas necessárias* para que o evento aconteça?

# TEN TYPES OF INNOVATION

  
THE DISCIPLINE OF  
BUILDING BREAKTHROUGHS







Utilizamos a ferramenta Ten Types of Innovation\* para modelar o negócio em termos de inovações de **sustentabilidade financeira**, atração e engajamento de **novos participantes** e a **conexão de outros profissionais** que poderiam complementar nossa oferta de serviço.

## Lucro

### DEFINIDO PELO USUÁRIO

- O **usuário define** o quanto vai pagar;

### FREEMIUM:

- Totalmente gratuito, você **paga** apenas o **workshop** de **preparação** para moderadores.

### CONTRIBUIÇÃO VOLUNTÁRIA

- Cada um leva sua **bebida**, a comida será provida pelo evento.

## Network

### COLABORAÇÃO:

- Criação de **rede de psicólogos** que possam oferecer descontos.
- **Flexibilização de preço** através de terapia por **telefone** ou **locais públicos**

## Marcas

### ALINHAMENTO DE VALORES:

- Só poderão **patrocinar** o evento se respeitarem os **requisitos** do projeto e garantirem que estejam presentes de forma consistente do início ao fim da parceria.

## Engajamento

### APENAS CONVIDADOS

- Para garantir a **segurança e confiança** das informações e entre as pessoas, uma pessoa nova só poderá participar através de indicações de outros participantes.

Live prototyping

# Meetransform

**Ferramenta:** *Live Prototyping*

---

Prototipando o **MeeTransform** (do inglês "meet", encontro e "transform", transformação).



### Divulgação e captação de participantes

- Definição do nome **MeeTransform**;
- Foco na comunidade **LGBTQI+**, olhar especial para o **transexual e travesti**.
- Material de **divulgação**;
- Evento no **Facebook**, **comunicação** e **interação**.



### 6 participantes

- Abordagem **empática**;
- **2 facilitadores** e **2 suportes**;
- **2 horas** de evento;
- **6 pessoas** com identidade sexual e de gênero diversas;
- **Vozes ativas** na comunidade LGBTQI+ e militantes.



### Como?

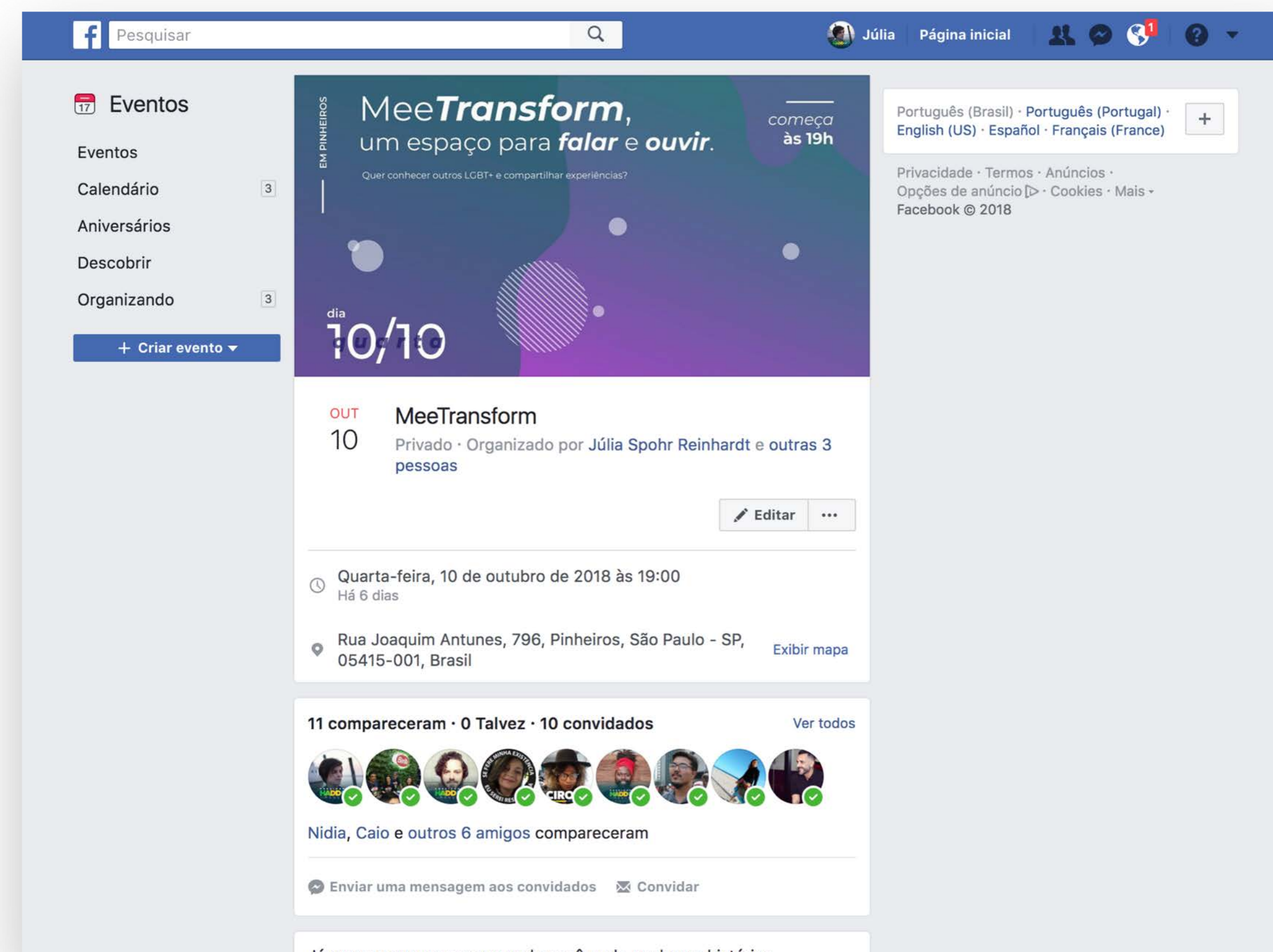
- Apresentação dos participantes e quebra-gelo (Caras & Bocas);
- Dinâmica de escolha e **votação** dos temas;
- **Roda de conversa** com moderação;
- Utilização de carretel de barbante para feedback de todos + *framework* **Q BOM, Q TAL, Q PENA**.



Adesivos



Cartazes



Evento – Facebook





“

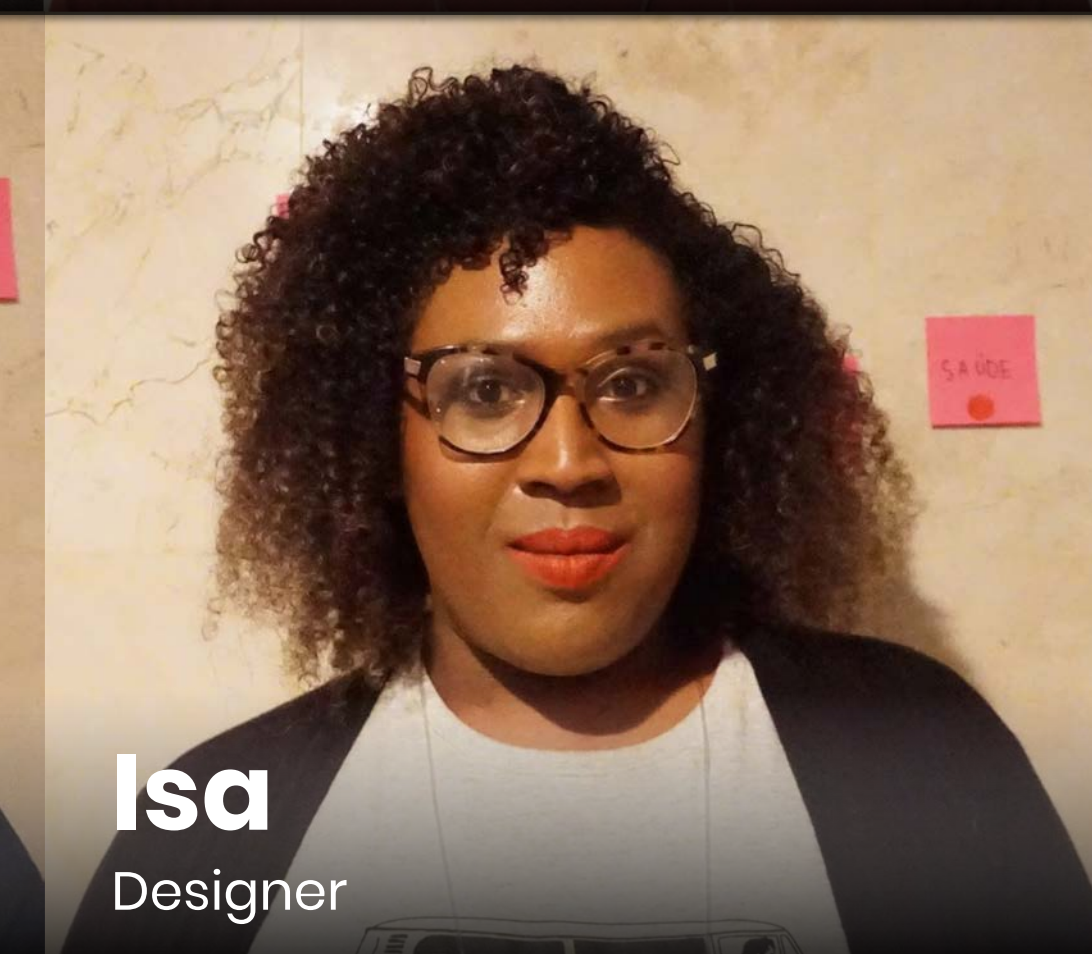
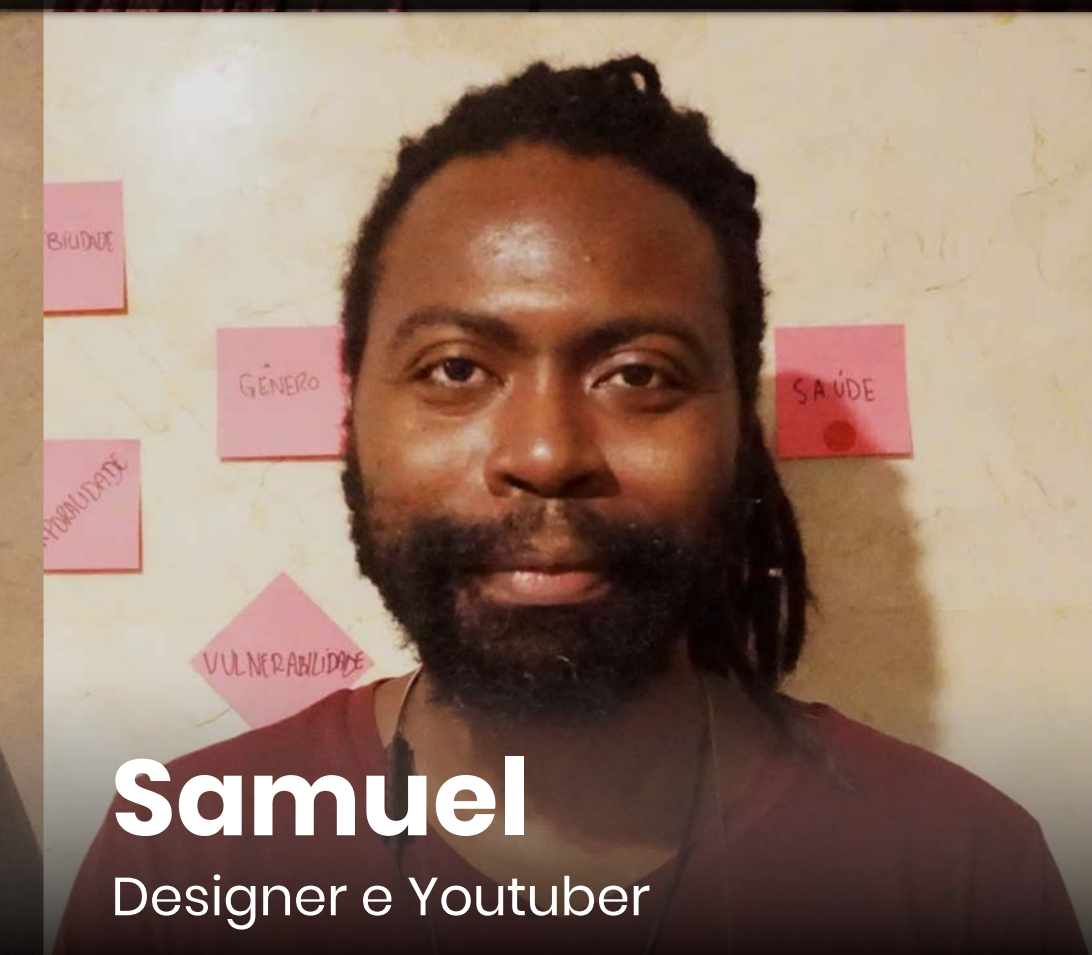
"Existe **preconceito entre as travestis**.  
Pera aí só porque sou trans **não posso ter uma vida normal ou me vestir bem?**"

“

"A gente quer **lutar, se desenvolver**, tentar alcançar **outros lugares** que a gente não está ainda **para ser exemplo**".

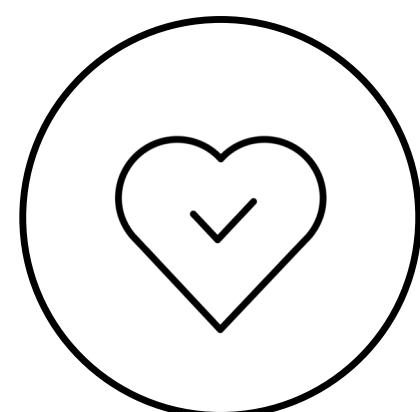
“

"Uma das maneiras de **combater o preconceito social** é chegar com **informação**"

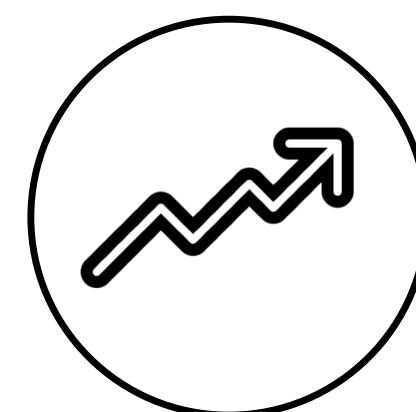


# Matriz de feedback

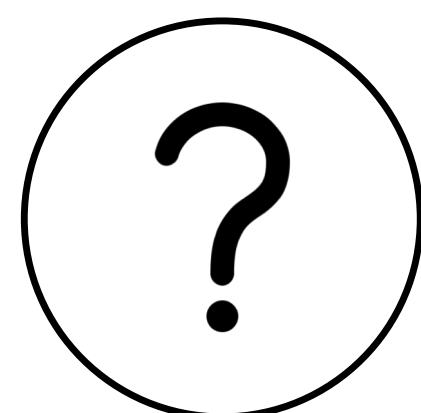
Para o desenvolvimento do nosso serviço, captamos os feedbacks durante o evento e posteriormente enviamos um **formulário de satisfação** para os participantes, complementando assim a captação de **ideias e melhorias**. Organizamos o conteúdo em uma **Matriz de feedback**.



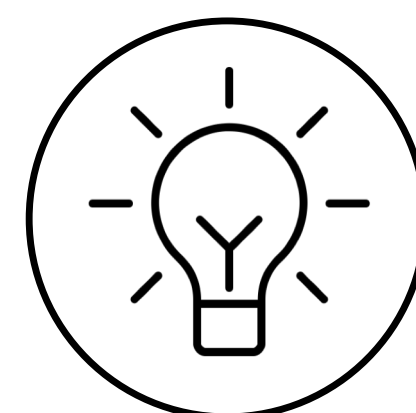
**O que funcionou**



**O que poderia melhorar**



**Dúvidas**



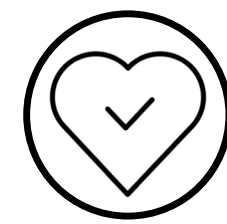
**Novas ideias**





# Matriz de feedback

Para o desenvolvimento do nosso serviço, captamos os feedbacks durante o evento e posteriormente enviamos um **formulário de satisfação** para os participantes, complementando assim a captação de **ideias e melhorias**. Organizamos o conteúdo em uma **Matriz de feedback**.



## O que funcionou

- **Ouvir outras histórias** de rupturas e enfrentamentos.
- **O respeito** que cada participante teve **pela fala e história do outro**.
- Ter **encontros como esse** no atual quadro que temos, **fez com que eu** percebesse que **ainda temos chances de mudar o mundo**.
- Eu gostei que em **todos os momentos ficou claro a intenção do projeto** que **era dar voz** a uma população que não tem voz.
- É difícil ter momentos pra **discutir tais assuntos** com mais profundidade. Na verdade acho que ficou muito parecido com um **grupo de terapia**, onde o ativismo acaba se tornando algo singular. **Eu sai leve, renovada pra mais um dia de luta**.
- O quebra gelo e o crachá. Super curti.
- Desde a recepção, ambiente, música, as atividades propostas, a interação e **cuidado com os detalhes**.
- Amei tudo. **Vou aplicar a questão da necessidade de ocuparmos os espaços e eliminar o medo**.
- **O apoio emocional**
- **Comida** maravilhosa!
- Grupo diverso, visões diferentes geram novas conversas



# Matriz de feedback



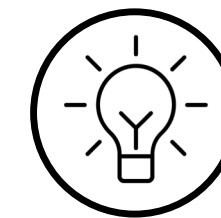
## Dúvidas

- Como reproduzir um espaço de fala como esse?
- Vocês tem uma **hashtag** pra eu publicar sobre o evento?



## O que poderia melhorar

- Trazer também **assuntos positivos**, para não pesar tanto e **dar perspectiva**.
- A “letra T” talvez não caberia numa conversa com as demais devido a sua própria realidade;
- **Mais tempo** para o evento
- Pena que começou quase 20h, **atrasou um pouco**.
- Convidar mais pessoas, fazer com mais pessoas.
- Uma **pena não conseguir falar sobre todos os temas**, por conta do tempo.
- Enviar um representante, **repassar o convite** ou trazer algum convidado.



## Novas ideias

- Que o modelo **possa ser adotado para outros grupos** e aplicado **em locais diversos**.
- Que tenhamos essas **reuniões todos os meses**.
- Que as reuniões **possam ser registrada on-line** e ser **replicada em mais lugares, com mais convidados**.
- Que tenhamos **mais temas** como esse e **eventos bimestrais**.
- Que cada um aqui **conseguisse replicar em vários bairros**, principalmente os periféricos que é onde tem a maior necessidade da comunidade que não acesso.



# E daqui pra frente?

## Como disseminar o evento?

- Criar um workshop de capacitação de moderadores com pessoas que gostariam de reproduzir o evento, principalmente em bairros periféricos, outras cidades, Estados etc.

## Como disponibilizar as ferramentas utilizadas?

- Construir uma cartilha explicativa e disponibilizar para download.
- Vídeos em um canal do youtube explicando as ferramentas e como aplicá-las.
- Disponibilidade de todo material gráfico para impressão.



**Obrigadx!**

---