



EXPERIMENTANDO O DESIGN GRÁFICO COMO LINGUAGEM DE UMA NARRATIVA IDENTITÁRIA E AFIRMATIVA

Marcus Vinicius dos Santos Cunha¹
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Assessoria de
Comunicação.*

Resumo: Este artigo tem por objetivo relatar e discutir uma experiência de elaboração de identidade visual para o Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) — NEABI-UENF, tendo em perspectiva a contextualização de que o design gráfico é linguagem e, portanto compõe a construção narrativa do NEABI-UENF, perspectiva que é articulada ao referencial teórico-metodológico do *Design Thinking*. A metodologia utilizada é o relato de experiência, complementada com revisão bibliográfica, registros gráfico-visuais do desenvolvimento da linguagem gráfica e depoimentos dos envolvidos no processo. Neste relato são descritas hipóteses e propostas de aplicações transversais entre design e políticas afirmativas como metodologia de comunicação popular e uma política de afirmação social.

Palavras-Chave: Design Gráfico; Design Thinking; Identidade Visual; Comunicação Popular;

EXPERIMENTING THE GRAPHIC DESIGN AS A LANGUAGE OF AN IDENTITY AND AFFIRMATIVE NARRATIVE

Abstract: This paper aims to report and discuss an experience of developing a visual identity for the Nucleus of Afro-Brazilian and Indigenous Studies at State University of North Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) — NEABI-UENF, from the perspective that graphic design is language and therefore composes the construction of the narrative of NEABI-UENF, a perspective that is articulated with the theoretical and methodological referential of Design Thinking. The methodology used is the experience report, complemented with literature review, graphic-visual records of the development of graphic language and testimonials from those involved in the process. This report describes hypotheses and proposals for transversal applications between design and affirmative politics as a methodology for popular communication and a policy of social affirmation.

¹ Graduado em Design Gráfico pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense (IFF). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). E-mail: marcus@uenf.br . ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5741-0188>

Keywords: Graphic Design; Design Thinkink; Visual Identity; Popular Communication;

EXPERIMENTANDO EL DISEÑO GRÁFICO COMO LENGUAJE DE UNA IDENTIDAD Y NARRATIVA AFIRMATIVA.

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo informar y discutir una experiencia de desarrollo de una identidad visual para el Núcleo de Estudios Afrobrasileños e Indígenas de la Universidad Estatal del Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) - NEABI-UENF, desde la perspectiva de que el diseño gráfico es el lenguaje y por lo tanto compone la construcción de la narrativa de NEABI-UENF, una perspectiva que se articula con el referencial teórico y metodológico del Design Thinking. La metodología utilizada es el informe de experiencia, complementado con la revisión de la literatura, los registros gráfico-visuales del desarrollo del lenguaje gráfico y los testimonios de los involucrados en el proceso. Este informe describe hipótesis y propuestas de aplicaciones transversales entre el diseño y la política afirmativa como metodología de comunicación popular y política de afirmación social.

Palabras-clave: Diseño gráfico; Design Thinkink; Identidad visual; Comunicación popular;

EXPÉRIMENTER LE DESIGN GRAPHIQUE COMME LANGAGE D'UNE IDENTITÉ ET D'UNE NARRATION AFFIRMATIVE

Résumé: Cet article vise à rapporter et à discuter une expérience de développement d'une identité visuelle pour le Nucleus of Afro-Brazilian and Indigenous Studies at State University of North Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) - NEABI-UENF, à partir de la perspective que le design graphique est le langage et compose donc la construction de la narration de NEABI-UENF, une perspective qui est articulée avec le référentiel théorique et méthodologique du Design Thinking. La méthodologie utilisée est le rapport d'expérience, complété par une revue de la littérature, des enregistrements graphiques-visuels du développement du langage graphique et des témoignages des personnes impliquées dans le processus. Ce rapport décrit des hypothèses et des propositions d'applications transversales entre le design et la politique affirmative comme méthodologie de communication populaire et politique d'affirmation sociale.

Mots-clés: Design graphique; Design Thinkink; Identité visuelle; Communication populaire;

INTRODUÇÃO

Os últimos anos de desmonte das políticas públicas de proteção social demonstram o quanto é necessário discutirmos e avançarmos sobre causas sistêmicas estruturais que por meio do isolamento de parcelas da sociedade, por raça, etnia, gênero e sexualidade, entre outros, buscam restringir o acesso a bens e serviços, públicos e

privados, em um processo de exclusão social das camadas populares. Sendo que, por conta do preconceito velado e a segregação de oportunidades que moldam o racismo estrutural brasileiro, a comunidade negra é mais afetada que outras etnias e raças.

O término do regime escravagista no Brasil não teve entre suas consequências a constituição de um ordenamento jurídico e político que embasasse oficialmente a segregação e discriminação racial, tal como aconteceu nos Estados Unidos até meados do século XX, entretanto se estabeleceu na sociedade uma conduta social e estrutural de segregação de oportunidades para os afrodescendentes brasileiros, embasada por uma idealização de democracia racial no imaginário social que dissimulava o preconceito racial brasileiro, encadeando uma sistêmica desigualdade socioeconômica com seus efeitos perdurando até o presente.

No Brasil existe uma percepção social sobre a miscigenação que elabora uma identidade nacional onde todas as etnias estão unidas, mesmo que em desigualdade, hierarquizadas por uma relação complementar entre brancos, negros e índios na composição da sociedade brasileira, mas estratificada em uma posição que privilegia os brancos. De acordo com Matta (1999) o sistema racial brasileiro é de tal forma que:

Tanto se funda na paradoxal dificuldade de classificar negros e brancos, quanto se estrutura no fato de que cada categoria racial conhece seu lugar em uma hierarquia. Legislar positivamente para tal sistema demanda apanhar sua inteligência sociológica (MATTA, 1999, p 75.).

E mesmo que a problemática racial não seja a única motivação histórica e institucional para as desigualdades brasileiras, a discriminação racial permeia o tecido social perpetuando os obstáculos para o desenvolvimento socioeconômico da população negra brasileira e assim gerando diferenças sociais.

Henriques (2009) afirma que a pobreza “não está ‘democraticamente’ distribuída entre as raças. Os negros encontram-se sobre representados na pobreza e na indigência, consideradas tanto a distribuição etária, como a regional e a estrutura de gênero”, sendo que as disparidades socioeconômicas ocorrem de forma impositiva na população negra brasileira.

O NEABI-UENF durante sua primeira década de existência (2012 a 2022) tem buscado divulgar a questão negra e indígena, rediscutindo a participação, as políticas afirmativas e o debate sobre políticas públicas que combatam o racismo estrutural

hegemonico no Brasil, possibilitando que o núcleo se estabeleça como um espaço legítimo para o fortalecimento de uma identidade étnica afro-brasileira e indígena positiva no imaginário social.

Participar desta jornada constituída pela discussão coletiva, dialógica e participativa do processo afirmativo de conscientização e de ressignificação da identidade racial e étnica no imaginário social brasileiro por meio da elaboração de uma linguagem imagética que seja pensada coletivamente em um processo dialógico e participativo, tem sido uma prazerosa oportunidade de conciliar a visão metodológica de *design thinking*² com esta esfera pública de mobilização e estudos sobre a temática negra.

O empenho é para que não haja uma hegemonia da visão do designer sobre o processo, e sim uma escuta, ou um olhar pelos olhos do outro. E ao mesmo tempo, converge com o posicionamento do design gráfico como instrumento narrativo para uma comunicação popular e libertadora em sinergia às funções sociais nas quais o designer pode e deve se inserir, e entre elas podemos elencar as políticas afirmativas.

É no processo coletivo de definir-se a linguagem visual, seus objetivos, temas e suportes midiáticos, que surge o momento adequado para a contribuição do design gráfico, ao apresentar modelos que possam dialogar e articular com os saberes produzidos pelo NEABI-UENF no seu ambiente de pesquisa e articulação política. Para Cunha (2016) esta é “uma perspectiva contemporânea sobre sua função, onde o designer procura criar soluções não somente a partir de ideias e produtos concluídos, mas contribuir na sua elaboração desde o seu princípio”, perspectiva esta que se articula com as diretrizes da política de comunicação institucional da UENF.

PROPOSTA METODOLÓGICA PARA O DESIGN IDENTITÁRIO

Quando o autor deste artigo foi convidado a contribuir com o NEABI-UENF por meio do desenvolvimento da identidade visual do núcleo e de uma linguagem imagética que fosse incorporada na narrativa do mesmo, houve a princípio um

² Para o Tim Brown, CEO da IDEO, “Design Thinking é uma abordagem antropocêntrica para inovação que usa ferramentas dos designers para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso dos negócios”. Tradução nossa de comentário publicado em <https://designthinking.ideo.com/>

reconhecimento que o designer se apropriava de um lugar que não era o dele, o autor é branco, assim convencionado pelas estatísticas socioeconômicas, e se constatou que eram raros os designers negros na cidade de Campos dos Goytacazes-RJ (cidade sede da UENF, universidade da qual o núcleo faz parte), tanto em atuação profissional, quanto na formação acadêmica da área.

Uma constatação evidenciada pela vivência profissional e acadêmica que reflete a assimetria socioeconômica que infringe em sua maioria a comunidade negra, esta ausência do pensar e olhar negro sobre o design em todas suas dimensões é evidenciada pelo depoimento de Santos (2021), pesquisador e professor associado do Departamento de Design da Universidade do Estado de Santa Catarina, que corrobora que esta é uma realidade no campo do design brasileiro:

Em minha vida acadêmica, ao longo desses 38 anos, não tive 10 alunos negros. E na pós-graduação, somente três. Ainda são muitos os desafios. É necessário quebrar esta barreira. Os negros que atuam profissionalmente ou na vida acadêmica relacionada ao design podem ser contados nos dedos. Os obstáculos estão em toda a parte, e você percebe isso em atitudes dissimuladas de grupos de não pretos: a cobrança para nós é muito maior, detalhada, incisiva e dura. (SANTOS, 2021, pág 79).

Após esta percepção inicial, tinha ficado evidente que o processo criativo para o design da identidade visual exigia descolonizar o olhar comum e pré-concebido sobre o tema racial e étnico, de modo que as idealizações conceituais e imagéticas não fossem influenciadas por soluções estereotipadas e dogmáticas que reforçassem a continuidade da ilusória idealização de democracia racial no imaginário social brasileiro.

O primeiro passo para este percurso metodológico do designer parte do *briefing*³, etapa corriqueira do desenvolvimento de projeto gráfico, mas aqui revestida de uma significância maior, que envolveria mais do que questionamentos sobre a finalidade do NEABI-UENF, e sim um processo que se aproxima da escuta freireana.

Ressignificação que perpassa por um olhar pelo outro, ver o mundo pelo olhar de quem discute e estuda a temática do racismo estrutural brasileiro, ser empático e sensível a esta percepção vivenciada da problemática racial.

³ A análise do projeto, suas metas, objetivos, público e o entendimento sobre qual é o produto/serviço e a mensagem que se quer transmitir têm seu início no processo denominado *briefing*, no qual o designer elabora um plano de trabalho com questões cujas respostas fornecidas pelo cliente, o projeto, o guiaão na procura por soluções e conceitos necessários ao desenvolvimento do design da Identidade, a mensagem ou produto/serviço (CUNHA, 2016, p 93.).

Assim, com um olhar desconstruído, ou pelo menos no esforço de desconstruir, o designer pode vislumbrar soluções disruptivas para desenvolver a identidade visual e linguagem narrativa imagética do NEABI-UENF.

O processo metodológico adotado para a práxis do designer nas políticas de comunicação da UENF procura articular perspectivas teóricas do design que o contextualizam como um componente linguístico-imagético discursivo, a incorporação de pressuposto freireanos e uma abordagem do *Design Thinking* que minimize uma predominância homogênea e hegemônica do designer sobre o objeto da criação.

A linguagem imagética incorpora-se na construção coletiva das narrativas do NEABI-UENF como um componente discursivo, sendo mais do que uma mediação ergonômica informacional que visa reduzir ruídos à compreensão cognitiva e dos sentidos físicos pelo público.

O design gráfico intenciona a sobreposição de camadas significantes a comunicação, para Souza Leite (1996) o designer é um construtor de discurso, atua em uma tríade polifônica onde três vozes compõe o discurso, a do designer, a da instituição e a do público, que participa e se apropria dele para a construção de novas narrativas.

Quanto à aderência ao ideário freireano, tem-se como basilar o paralelo feito por Peruzzo (2017) dos pressupostos de Paulo Freire mais relevantes à práxis de uma comunicação popular e comunitária: a democratização da cultura, a consciência crítica, educação das massas, e o sentido de deixar de ser sombra. A esses se somam princípios da pedagogia libertadora: o Ser Sujeito, a Atitude Crítica, e A Comunicação como Diálogo.

A tríade conceitual-metodológica que embasa a práxis do designer na política de comunicação institucional da UENF se completa com a abordagem referenciada pelo método do *Design Thinking* nas aplicações sistematizadas por Brown (2010) e Pinheiro (2012). Contudo, tendo em vista que as metodologias e referenciais teóricos do campo epistemológico do design foram estruturados pela predominância do olhar hegemônico e homogêneo dos países centrais, é necessário apropriar-se dos aspectos dialógicos e colaborativos do *Design Thinking* e reestruturar a metodologia para atuar como ferramenta de inclusão social e cultural.

A compreensão do discurso-identidade guia o designer no sentido de mitigar interferências na compreensão da linguagem visual a ser desenvolvida e mediar o

diálogo entre o NEABI-UENF e a sociedade, acrescentando ao discurso significados que facilitem a percepção da mensagem.

O PERCURSO CRIATIVO DO DESIGN NO NEABI-UENF

O processo discursivo imagético que se propõe é de personificar na identidade visual e linguagem do NEABI-UENF a produção de saberes, ações e projetos do núcleo e com isso auxiliar o debate e disseminação de estudos e pesquisa do mesmo. Com uma comunicação dialógica que possa ressignificar a identidade coletiva das comunidades negras e indígenas no imaginário social.

Contribuindo para que a narrativa desenvolvida pelo NEABI-UENF possa embasar o posicionamento desses grupos perante uma idealização nacional, que por ser arbitrária, uma vez que não nascemos imbuídos dessa característica e sim condicionados a essa idealização nacional, busca unificar a percepção sobre a temática racial de todos os segmentos sociais em torno da ilusória democracia racial brasileira. Esta intencionalidade é sustentada por Stuart Hall (2006) ao citar que:

[...] As culturais nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos [...] (HALL, 2006, p 51.)

Para referenciar o projeto gráfico da identidade visual do NEABI-UENF com um olhar que espelhasse uma realidade cultural afro-brasileira e indígena era preciso embasar sua conceituação com uma iconografia legitimadora e que não tivesse sido submetida a processo de apropriação cultural estereotipada, o que nos conduziu a rever as ancestralidades das sociedades africanas e das diversas comunidades nativas do Brasil pré-colonial.

Inspirado pelas conversas preliminares com a equipe do NEABI-UENF foi feita a revisão bibliográfica de estudos sobre o grafismo indígena amazônico e linguagens gráficas estruturadas e coesas da África, que apesar de curta por conta do prazo reduzido para execução da identidade visual, foi primordial para delinear o incipiente vocabulário imagético desenvolvido para as narrativas do NEABI-UENF.

O resultado mais relevante para o projeto gráfico é percebido na linguagem Adinkra, da cultura Akan do Reino do Gana, onde atualmente estão os países Gana,

Burkina Faso, Togo, Guiné e Costa do Marfim. Menezes e Paschoarelli (2009) narram que a civilização Akan desenvolveu uma linguagem ideográfica que materializa a simbologia da sua cultura em dinâmica comunicativa imagética carregada de significados que é vivenciada no seu cotidiano por vestimentas, utensílios e na arquitetura (figura 1).

Figura 1: Um mestre artesão imprimindo símbolos tradicionais Adinkra.



Fonte: Wikimedia Commons⁴

Com o rico universo cultural dos ideogramas Adinkra incorporados na linguagem narrativa da identidade do NEABI-UENF, era preciso que o repertório imagético espelhasse também a cultura indígena. A revisão bibliográfica levantou referências visuais e conceituais que norteiam o design do projeto, sendo que as mais relevantes são as manifestações de diversas etnias por meio das técnicas de grafismo corporal.

A linguagem grafada nos corpos indígenas, seus utensílios e vestes cerimoniais possuem uma intensa gama de simbolismo espiritual e cultural, segundo Lagrou (2009) os artefatos e grafismos que marcam o estilo de diferentes grupos indígenas são

⁴ Creative Commons - Atribuição 3.0 Não Adaptada em https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adinkra_printing.jpg?uselang=pt, 10 de maio de 2002.

materializações densas de complexas redes de interações que supõem conjuntos de significados, este argumento alicerça o rigor metodológico com a pesquisa referenciada de imagens e grafismos que compõem a linguagem visual da narrativa do NEABI-UENF.

Tendo em mente este embasamento conceitual, o design da identidade visual é construído pelo seu símbolo, que se define como figurativo, e seu significado é moldado a partir dos seus elementos, as mãos unidas do desenho remetem a união, cooperação e resistência, grafismos indígenas e da linguagem Adinkra inferem na tipografia do logotipo e na paleta de cores estabelecidas: o vermelho urucum e o preto jenipapo (com nuances da paleta cromática azul), e nas cores laranja e verde musgo de paletas africanas. As mãos se alternam com num jogo de dança, unidas numa roda que fortalece e se comunica, como pode ser visto na figura 2.

Figura 2: Identidade visual do NEABI-UENF.



Fonte: Design criado pelo autor em 2012.

Durante a última década de existência do núcleo, inúmeros trabalhos foram elaborados em parceria com a assessoria de Comunicação da UENF, esses produtos comunicativos são delineados a partir da linguagem imagética estabelecida para a identidade visual do NEABI-UENF e contextualizada pelo referencial teórico-metodológico da práxis do design. Para fins de ilustrar o desenvolvimento deste universo narrativo destacam-se aqui algumas das peças de comunicação desenvolvidas ao longo deste período.

Para iniciar esta jornada pelo desenvolvimento criativo, temos o design para divulgação do II aniversário do NEABI-UENF, em 2014. Ele foi pensado para que representasse duas mãos unidas, uma da professora Clareth Reis (NEABI-UENF) e a outra do Erivelton Sobreira Junior (ex-aluno do curso de Pedagogia), no esforço de

erguer algo, no espaço vago das mãos uma esfera simbolizando o mundo formado pelo universo cultural negro e indígena onde o mapa do Brasil era composto por várias palavras chaves, tais como: igualdade, justiça, união, entre outras (figura 3).

Figura 3: Folder criado para o II aniversário do NEABI-UENF.



Coordenação Geral:
 profa. Clareth Reis (LEEL/CCH)
 profa. Lilitan Sagio (LEEA/CCH)

Comissão Organizadora

Clareth Reis	Olga Maciel
Lilitan Sagio	Ellen Gagliano
Shirlena Amaral	Geneci da Penha (Noinha)
Fernanda Manhães	Sylvia Paes
Luitza Almeida	Vanessa Bersot
Ruana de Souza	Deisimara Barreto
Débora Toledo	

ORGANIZAÇÃO
 **NEABI**
 Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas | UENF
 CORREIO ELETRÔNICO: neabiuenf@gmail.com
 INFORMAÇÕES: (22) 2739-7276
 www.neabiuenf.blogspot.com.br
 INSCRIÇÕES LIMITADAS

Inscrições:
 segundoaniversariodoneabi@gmail.com

APOIO:

 **UENF**
 Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro

DCE  **Ascom** **GEPMU**

 **RVG**
 IMPRESSÃO DIGITAL

II Aniversário
 Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas

TEMA:
 Relações Raciais no Brasil - entre ações e tensões

12 e 13
 de novembro de 2014
 Centro de Convenções/UENF

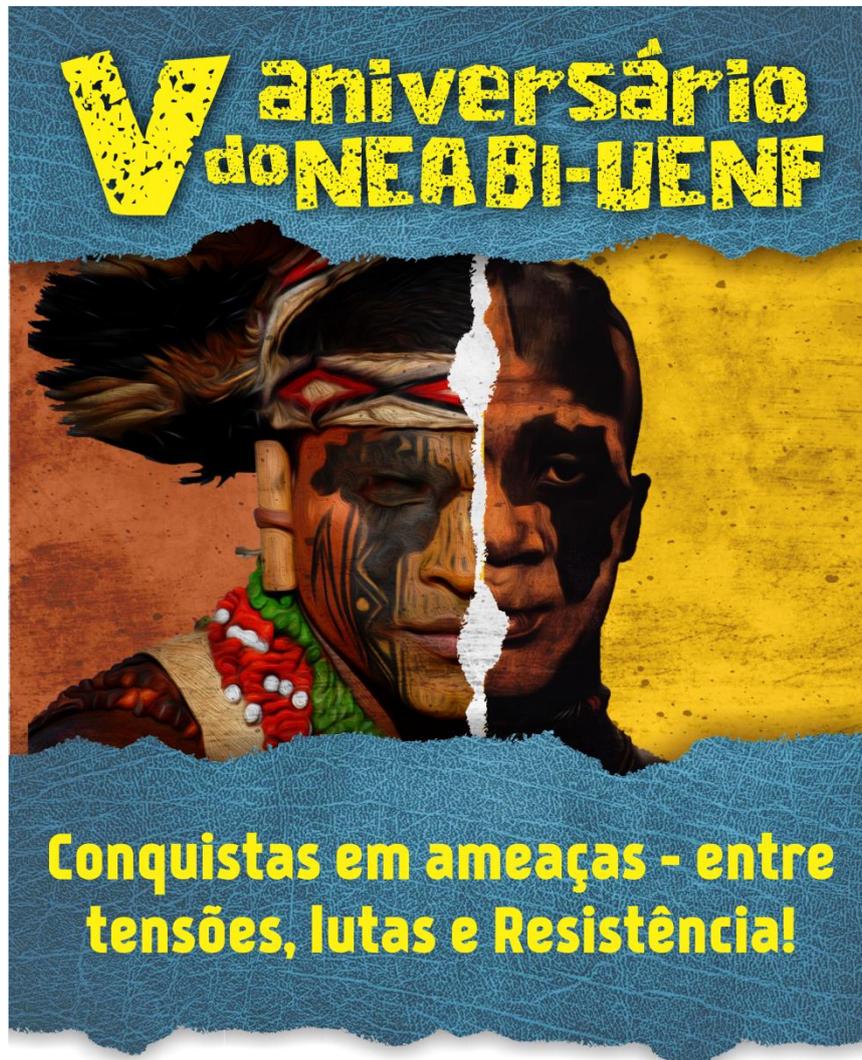
Text on the left:
 O NEABI – NÚCLEO DE ESTUDOS AFRO-BRASILEIROS e INDÍGENAS da UENF comemorou no dia 21 de maio de 2014, o seu II ANIVERSÁRIO. Nestes dois anos de existência o NEABI/UENF priorizou a realização de estudos acerca da temática étnico-racial que envolve as populações negras e indígenas. E, para comemorar este segundo ciclo de estudos, pretendemos aprofundar o debate acerca das ações e tensões vividas pelos povos negros e indígenas nos dias atuais, fazendo um balanço dos avanços, das conquistas e dos desafios enfrentados na luta antirracista no Brasil. Decidimos comemorar no mês de novembro por ser o mês destinado às comemorações da Consciência Negra, conforme Art. 79-B (LDB 9394/96) que inclui no calendário escolar o dia 20 de novembro como "Dia Nacional da Consciência Negra".

Fotografia por Tereza Augusta de Silva

Fonte: Design criado pelo autor em 2014.

Em seguida, ainda no intuito de elencar as peças mais representativas da linguagem imagética, temos o design das peças comunicativas para a divulgação do V Aniversário do NEABI_UENF, o contexto para seu discurso era o de que na época, mesmo sem ser a situação ideal, havia uma evolução nas conquistas sociais dos grupos indígenas e afro-brasileiros. Os rasgos no cartaz simbolizam essa ruptura do processo, com os retrocessos atuais das políticas sociais, a resistência e resiliência a estes atos são simbolizadas pelas etnias e suas pinturas corporais, tanto de afirmação cultural quanto de luta. Para acrescer este discurso de resistência, as pinturas corporais nas faces foram modificadas para que refletissem no olhar delas os mapas do Brasil e da África, em uma referência ao mapa mundi e nossas interligações (figura 4).

Figura 4: Cartaz elaborado para o V aniversário do NEABI-UENF.



Fonte: Design criado pelo autor em 2017.

A diversidade de abordagens do NEABI-UENF na problemática racial nas políticas públicas conduz o design gráfico das peças de comunicação institucional a explorar todos os limites da linguagem imagética, como podemos ver na figura 5, onde o debate sobre as possibilidades de inserção das culturas indígenas, africana e afro-brasileira no sistema educacional, tema do IV Aniversário, inspirou a construção de significados para a arte de divulgação do evento para dar mais ênfase a questão da

cultura indígena e afro-brasileira presente no ensino do que no combate ao racismo estrutural em si.

Figura 5: Ilustração criada para o IV aniversário do NEABI-UENF.



Fonte: Design criado pelo autor em 2016.

Encerrando este percurso pelo olhar do designer no universo narrativo é relevante destacar a atuação do NEABI-UENF no debate público sobre políticas afirmativas, tema do seu IX Aniversário. A arte procura refletir um perfil étnico multifacetado cujo acesso ao ensino superior foi possibilitado pelos dez anos da Lei de Cotas nas universidades federais, a linguagem visual enfatiza o movimento dinâmico da construção de uma nova identidade para os estudantes afro-brasileiros e indígenas, uma composição que caminha para essa nova face do ensino superior, como pode ser visto na figura 6.

Figura 6: Vinheta de abertura criada para o IX aniversário do NEABI-UENF.



Fonte: Design criado pelo autor em 2021

REFLEXÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A jornada percorrida pela NEABI-UENF neste decénio (2012-2022), na qual tivemos a grata oportunidade de acompanhar colaborando com suas ações, nos leva a refletir que a hegemonia imposta por grupos de poder, instituições (privadas e/ou governamentais) ao manipular os significados na produção de conteúdo em massa disseminado pelas mídias tradicionais se esforça em estabelecer na sociedade como um todo, mas fundamentalmente das camadas mais vulneráveis, um controle estrutural sobre o tecido social.

Essa prevalência de uma perspectiva hegemônica sobre idealização de uma democracia racial utópica nas narrativas no imaginário social altera a percepção dos seus habitantes sobre o seu papel real nessa estrutura social, dificultando o exercício de sua cidadania.

O que torna imprescindível que o processo comunicativo dissemine o debate acadêmico sobre a problemática do racismo estrutural brasileiro para a sociedade como um todo, com uma atuação conjunta de pesquisadores, grupos de estudos, pedagogos, docentes e profissionais do jornalismo e design convergindo suas ações para contrapor a

visão hegemônica sobre a temática racial.

Neste entendimento, é relevante apontar que conceitos como justiça, equidade, igualdade e ações afirmativas são compatíveis entre si, e mesmo se inalcançáveis em sua plenitude devem nortear o debate público do ordenamento político-social-jurídico.

A assimilação deste discurso afirmativo sobre a identidade racial brasileira pelo imaginário social contribui para reforçar o debate pela sociedade e pelo poder público sobre a imprescindível aplicação de políticas afirmativas que atuem para que esses grupos socialmente excluídos, compostos majoritariamente por afro-brasileiros, possam caminhar no sentido de uma sociedade mais justa e igualitária.

Por fim, neste ponto da jornada temos o design gráfico da identidade visual consolidado, em um processo coeso e de expressivo apelo visual, com todas suas diretrizes estruturadas, sem que com isso se dê por concluído na sua tarefa. Ele é fruto e parceiro de um processo comunicacional-pedagógico junto ao NEABI-UENF, e por isso mesmo dinâmico, resiliente e persistente em seus fins.

A linguagem imagética vai acompanhar o percurso do núcleo evoluindo em suas narrativas e ações, e, mesmo que se vislumbre conquistas para a comunidade afro-brasileira e indígena, o atual retrocesso político-social imposto ao Estado nos alerta sobre a relevância de mobilizar esforços, pesquisas e canais de diálogo com a sociedade brasileira conscientizando-a sobre a problemática racial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BROWN, Tim. *Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Rio de Janeiro: *Elsevier*, 2010.

CUNHA, Marcus Vinicius Santos; GANTOS, Marcelo. O design na construção da identidade e como mediador da mensagem. In: GANTOS, Marcelo (Coord.). *A Caravana Territórios do Petróleo: Ressignificando a educação ambiental na Bacia de Campos*. *EDUENF*, 2016, p. 91-116.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11 ed. Rio de Janeiro: *DP&A*, 2006.

HENRIQUES, Ricardo. *Desigualdade racial no Brasil: evolução das condições de vida na década de 90*. Rio de Janeiro: *IPEA*, 2001.

LAGROU, Els. *Arte indígena no Brasil: agência, alteridade e relação*. Belo Horizonte: *Editores C / Arte*, 2009. 128.



MATTA, Roberto. Notas sobre o racismo à brasileira. In: SOUZA, Jessé (Org.). Multiculturalismo e racismo: uma comparação Brasil Estados Unidos. Brasília: Paralelo 15, 1997, p.233-242.

MENEZES, Marizilda Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos (Orgs.). Design e planejamento: aspectos tecnológicos [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 277 p. ISBN 978-85-7983-042-6.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (2017). Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária. *Revista FAMECOS*, 24(1), ID24207. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.1.24207>

PINHEIRO, Tennyson. Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

SANTOS, Célio Teodorico dos. Relato de experiência: uma conversa sobre design e raça. *Transverso*, (10), 2021, p. 79–95. <https://revista.uemg.br/index.php/transverso/article/view/6101>.

SOUZA LEITE, João de. “O discurso do design gráfico como polifonia”. Paper para *ECO/UFRJ*. 1996.

Recebido em: 15/04/2022

Aprovado em: 20/05/2022