

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN

DÉBORA CRISTINA RIBEIRO SILVA

**A INVISIBILIDADE DA NEGRITUDE NO DESIGN: infográfico
interativo sobre a contribuição de designers negros e negras na
história do design**

SÃO LUÍS
2023

DÉBORA CRISTINA RIBEIRO SILVA

**A INVISIBILIDADE DA NEGRITUDE NO DESIGN: infográfico
interativo sobre a contribuição de designers negros e negras na
história do design**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Universidade Federal do Maranhão como parte
dos requisitos necessários para a obtenção do
Grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Livia Flávia de
Albuquerque Campos. Departamento de Desenho
e Tecnologia da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA

SÃO LUÍS

2023

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Ribeiro Silva, Débora Cristina.

A INVISIBILIDADE DA NEGRITUDE NO DESIGN : infográfico interativo sobre a contribuição de designers negros e negras na história do design através da infografia / Débora Cristina Ribeiro Silva. - 2023.

80 f.

Orientador(a): Livia Flávia de Albuquerque Campos.

Curso de Design, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2023.

1. Designers negros. 2. História do design. 3. Infografia. 4. Representatividade negra. I. Albuquerque Campos, Livia Flávia de. II. Título.

DÉBORA CRISTINA RIBEIRO SILVA

**A INVISIBILIDADE DA NEGRITUDE NO DESIGN: infográfico
interativo sobre a contribuição de designers negros e negras na
história do design**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Universidade Federal do Maranhão como parte
dos requisitos necessários para a obtenção do
Grau de Bacharel em Design.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Lívia Flávia de Albuquerque Campos, Dr.^a

Universidade Federal do Maranhão

(Orientadora)

Prof.^a Fabiane Rodrigues Fernandes, Dr.^a

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Marcio James Soares Guimarães, Dr.

Universidade Federal do Maranhão.

À meus pais, pois é graça aos seus esforços e incentivos que cheguei até aqui. E a todos aqueles a quem esta pesquisa possa ajudar de alguma forma.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar quero agradecer a Deus pela força para perseverar e confiar no processo como um todo.

A Prof.^a Dr. Lívia Flávia de Albuquerque Campos, pela orientação como também pelas indicações de livros e referências, e especialmente pela paciência durante a criação e desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus colegas de curso que se disponibilizaram a prestar seus depoimentos que serviram de base para a compreensão do presente trabalho.

Aos meus pais e ao meu irmão, por todo incentivo e apoio emocional durante estes 4 anos de graduação. Sempre acreditando no meu potencial, capacidade para concluir a carreira acadêmica.

"Na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte."
- Zygmunt Bauman

RESUMO

É certo que a história do design foi construída e perpetuada, sob uma ótica eurocêntrica. Onde a minoria é apagada e omissa a sua voz, e a invisibilidade da negritude no design é consequência direta dessa propagação. Diante dos fatos, este Trabalho de Conclusão de Curso se propõe a evidenciar a contribuição negra no design, proporcionando dessa forma contribuir para a visibilidade dos mesmos na formação dos designers. Logo, buscou-se a criação e desenvolvimento, seguindo uma metodologia mista baseada em Carvalho e Aragão (2012) e Santos (2018), de um infográfico interativo colocando em destaque a representatividade de designers negros e suas contribuições para o design. Como resultado, têm-se o infográfico interativo digital Narrativas negras, que contém doze perfis de designers negros e negras através de infográficos.

Palavras-chave: Representatividade negra. História do design. Designers negros. Infografia.

ABSTRACT

It is true that the history of design was constructed and perpetuated from a Eurocentric perspective. Where the minority is erased and its voice is omitted, and the invisibility of blackness in design is a direct consequence of this propagation. Given the facts, this Course Completion Work aims to highlight the black contribution to design, thus contributing to their visibility in the training of designers. Therefore, we sought to create and develop, following a mixed methodology based on Carvalho and Aragão (2012) and Santos (2018), an interactive infographic highlighting the representation of black designers and their contributions to design. As a result, we have the interactive digital infographic Black Narratives, which contains twelve profiles of black designers through infographics.

Key-words: Black representation. Design history. Black designers. Infographics.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 -	Escrava Anastácia	16
Figura 2 -	Cheryl Miller	24
Figura 3 -	Vince Cullers	25
Figura 4 -	Emmett McBain	26
Figura 5 -	Charles Harrison	27
Figura 6 -	Gail Anderson	27
Figura 7 -	Eddie Opara	28
Figura 8 -	Emory Douglas	29
Figura 9 -	Aaron Douglas	30
Figura 10 -	Thomas Miller	31
Figura 11 -	Charles Dawson	31
Figura 12 -	LeRoy Winbush	32
Figura 13 -	Sylvia Harris	33
Figura 14 -	Art Sims	34
Figura 15 -	Ann Lowe	35
Figura 16 -	Marcelo D'Saete	35
Figura 17 -	Bibi Seck	36
Figura 18 -	Thabisa Mjo	37
Figura 19 -	Sheila Bridges	38
Figura 20 -	Courtney McLeod	39
Figura 21 -	Corey Damen Jenkins	39
Figura 22 -	Gail Davis	40

Figura 23 - Keita Turner	41
Figura 24 - Jomo Tariku	42
Figura 25 - Goya Lopes	42
Figura 26 - Maurice Cherry	43
Figura 27 - Osmond Tshuma	44
Figura 28 - Mike Nicholls	45
Figura 29 - Tré Seals	45
Figura 30 - Tipos de infográficos em relação aos objetivos segundo Moraes (2013)	48
Figura 31 - Tipologias de infográficos proposta por Rajamanickam (2005)	49
Figura 32 - Metodologia de infográficos de acordo com Carvalho e Aragão (2012)	52
Figura 33 - Metodologia do projeto	54
Figura 34 - Plataforma digital Design Indaba	60
Figura 35 - Plataforma digital Projeto Afro	60
Figura 36 - Painel semântico	62
Figura 37 - Layout do infográfico	63
Figura 38 - Arte final do infográfico	63

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Durante a sua formação em design quantos professores pretos teve/tem no corpo docente?	57
Gráfico 2 -	Você consegue se lembrar de designers pretos que são referência na área?	58
Gráfico 3 -	O currículo de sua formação educacional inclui textos, teóricos e designers pretos/africanos como referência?	58
Gráfico 4-	Você conhece plataformas digitais que focam na representatividade, inclusão e visibilidade negra?	59

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AEG	Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft
ESDI	Escola Superior de Desenho Industrial
HfG	Hochschule für Gestaltung Ulm
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IIID	International Institute for Information Design
SBDI	Sociedade Brasileira de Design da Informação

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	7
1.1.	Justificativa	9
1.2.	Objetivos	10
1.2.2.	Geral	10
1.2.3.	Específicos	10
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1	O lugar do negro na história do design	11
2.1.1	Uma questão histórica	11
2.1.2.	Design e a supremacia branca	13
2.1.3	Desvalorização cultural	17
2.2.	O pecado de omissão	19
2.2.1.	A negritude e o design	19
2.2.2.	Onde estão os designers negros?	23
2.2.2.1	Cheryl D. Holmes Miller	23
2.2.2.2.	Vince Cullers	24
2.2.2.3	Emmett McBain	25
2.2.2.4	Charles “Chuck” Harrison	26
2.2.2.5	Gail Anderson	27
2.2.2.6	Eddie Opara	28
2.2.2.7	Emory Douglas	28
2.2.2.8	Aaron Douglas	29
2.2.2.9	Thomas Miller	30
2.2.2.10	Charles Dawson	31
2.2.2.11	LeRoy Winbush	32
2.2.2.12	Sylvia Harris	32
2.2.2.13	Art Sims	33
2.2.2.14	Ann Cole Lowe	34
2.2.2.15	Marcelo D’Saletе	35
2.2.2.16	Bibi Seck	36
2.2.2.17	Thabisa Mjo	36
2.2.2.18	Sheila Bridges	37
2.2.2.19	Courtney McLeod	38
2.2.2.20	Corey Damen Jenkins	39
2.2.2.21	Gail Davis	40
2.2.2.22	Keita Turner	40
2.2.2.23	Jomo Tariku	41
2.2.2.24	Goya Lopes	42
2.2.2.25	Maurice Cherry	43

2.2.2.26	Osmond Tshuma	43
2.2.2.27	Mike Nicholls	44
2.2.2.28	Tré Seals	45
2.3.	A Infografia	46
2.3.1	Histórico e definições	46
2.3.2	Tipologias	48
2.3.3	A infografia e a Ergonomia informacional	49
2.3.4	Processo de desenvolvimento de infográficos	51
3.	MÉTODOS E TÉCNICAS	53
3.1.	Tipo da pesquisa	53
3.2.	Questões éticas	53
3.3.	Etapas e Procedimentos	54
4.	RESULTADOS	57
4.1	Compreensão do problema	57
4.2	Geração de alternativas	61
4.3	Desenvolvimento do artefato	61
5.	CONCLUSÕES	65
	REFERÊNCIAS	66
	APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	70

1. INTRODUÇÃO

Tendo em vista que é natural do ser humano a busca por referencial, não seria contrário, na formação discente em design esta busca, porém, quando ouvimos sobre as referências em design mais citadas na academia, raramente identificamos nomes de pessoas negras. Ou melhor, é evidente reconhecer figuras icônicas e influentes como Dieter Rams, Alexandre Wollner, Max Bill, Massimo Vignelli, Armin Hofmann, entre outros. Entretanto, para os negros essa busca por referências, modelos profissionais, tem um obstáculo maior devido a invisibilidade negra deste contexto histórico.

Segundo a psicóloga Marlene Oliveira: “Quando uma etnia ou cultura é desvalorizada, desconsiderada ou mesmo oculta, fica muito difícil se reconhecer como ser desejante” (Oliveira, [20--], *apud* Silva, 2019). A representação é uma questão intimamente ligada com a construção da identidade do indivíduo, influenciando diretamente na percepção que o indivíduo tem de si.

Pois a visão que se tem do mundo e de si mesmo projeta-se na atuação do sujeito. Ou seja, se um indivíduo não consegue enxergar nos anúncios publicitários, nas revistas, na televisão ou mesmo nos tribunais um protagonista e cidadão bem sucedido de tez tão negra quanto a sua, como de fato ele poderá acreditar em si mesmo para alcançar níveis sociais tão altos quando “visualmente” nenhuma esfera social parece aceitar alguém como ele? (Leite, 2001, p.48 *apud* Sant’Anna; Bernardo de Macedo, 2019, p. 503).

Diante disso, as referências profissionais negras importam não só em design, mas em vários aspectos na vida de uma pessoa que as identificam. Logo, elas trazem o sentimento de pertencimento numa área majoritariamente branca para um grupo historicamente estereotipado, e a melhor forma de fomentar este sentimento é dando visibilidade à cultura negra.

Essa discussão não é nova. Em 1987, Cheryl Miller escreveu um artigo para a revista Print intitulado “***Black Designers: Missing in Action***” (“***Designers negros: desaparecidos em ação***”). Esse artigo, surgiu da sua tese de mestrado que abordava o número extremamente baixo de negros reconhecidos como profissionais de design, foi o primeiro a mencionar profissionais negros na história do design americano. Depois de 30 anos, em 2016, Cheryl Miller retornou a escrever outro artigo para a revista Print intitulado “***Black Designers: Still Missing in***

Action?” (“Designers negros: ainda desaparecidos em ação?”). Neste artigo a Miller aborda que:

Os designers negros não devem faltar em ação. Eles devem criar, vender e projetar as soluções muito necessárias para o mercado e a comunidade globais de hoje. Este é o momento ideal para os designers negros reivindicarem seu assento na mesa Harkness. Temos uma necessidade, uma oferta e uma demanda para atender a uma comunidade mais diversificada (Miller, 2016, p. 88, tradução nossa).

Contudo, quando falamos sobre diversidade, representatividade, inclusão, fala-se sobre a forma que a história do design é contada dentro e fora da academia, ou seja, descoloniza o design. Dori Tunstall (1681 *apud* Miller, 2020), no seu artigo “*Fresh Squeezed Ideas*”, explica: “descolonizar o design é respeitar os espaços soberanos indígenas, de modo que estudantes indígenas, negros, POC e brancos possam abraçar suas diferenças sem hierarquia.” De acordo com Felipe Sbravate (2020): “a descolonização do design acontece com a compreensão do pensamento por trás do design que se estabelece e perpetua pela invasão, destituição e destruição das culturas e territórios originais.” Além disso, Cheryl Miller (2020) enfatiza que:

Não podemos descolonizar a educação em design sem algo para descolonizar. O desafio com a história do design preto online é que faltam peças; faltam vozes importantes. Muitas de nossas histórias estão seladas em catálogos de cartões, nossos bancos de memória e nossas tradições orais. Muitos não foram digitalizados e não deram o salto através do fosso tecnológico. (Miller, 2020, tradução nossa).

Contudo, descolonizar o design exige um trabalho revisionista, entretanto esse trabalho contém dificuldades, pois é evidente a carência de informações e catalogação de trabalhos referentes à comunidade negra no design. Temos também a barreira tecnológica, onde o legado do negro no design não acompanha o avanço tecnológico. Assim, a falta de acesso a essas referências é uma realidade. Por isso, é necessário saber onde estão as nossas referências negras no design?

Em virtude disso, o objetivo da pesquisa é através da infografia evidenciar a contribuição negra no design, proporcionando dessa forma contribuir para a visibilidade da comunidade negra.

1.1. Justificativa

Segundo o Panorama de UX de 2020 com foco em Diversidade por Carolina Leslie (2020 *apud* Queiroz, 2020), o design ainda é predominantemente masculino, branco e hétero. Em uma sociedade onde negros e pardos representam 51% (IBGE 2010) da população brasileira, este número cai para 20% enquanto brancos representam 73% dos profissionais de design.

Vale ressaltar que a mesa criadora do design composta por pessoas brancas continua a ser moldada pelo passado e atuais, através do Colonialismo e Eurocentrismo. Olhar para o problema da diversidade do design sem discutir as estruturas de poder antigas e atuais é ignorar a raiz dos problemas e tratar apenas os sintomas.

Sendo assim, a jornalista e pesquisadora Francielly Baliana, enfatiza que além do poder político colonial manifestado diretamente sobre os países dominados, há também um outro poder de ordem cultural:

A construção de um campo de produção de conhecimento – centrado no eurocentrismo/ocidentalismo e em uma ideia específica de racionalidade moderna – também resultou na consolidação da colonialidade para além das fronteiras do próprio colonialismo. A consequência direta dessas perspectivas históricas de poder é a construção tanto de um sistema de exploração social que torna todas as formas de trabalho cada vez mais submetidas a uma lógica exclusiva e permanente do capital quanto de uma dominação cultural que controla, oculta e hierarquiza as formas de subjetividades com base em uma perspectiva eurocêntrica de racionalidade ainda atualmente, mesmo após os processos de independência. (Baliana, 2020, *s/p apud* França; Carvalho, 2022, p. 152 -153).

Isto é, o design do século XXI é fortemente influenciado por uma cultura eurocêntrica. Desde os conceitos modernistas da arquitetura aos estilos tipográficos suíços, a influência europeia e também norte-americana continua sendo o principal padrão pelo qual o “bom” design é medido e isso é um problema. A partir desta perspectiva, Daniela França (2022) e Ricardo Artur Pereira Carvalho (2022) enfatizam que:

[...] no caso do design devemos pensar tanto nas consequências políticas de um modelo europeu, como também nas formas de subjetividades estabelecidas a partir destes modelos. Ideias como o “universalismo do design”, a “neutralidade do design”, o “bom design” e até a “objetividade do design” passam a ser lidas em outra chave a partir deste prisma, que tem por base a manutenção de ideias e valores brancos e europeus. Pois, aquilo que antes era visto como universal, neutro, bom e objetivo passa a ser percebido como parte do discurso do design de matriz europeia. (França; Carvalho, 2022, p. 153).

Por conseguinte, essa conservação tanto de ideias como de valores brancos e europeus, resulta na superioridade racional ocidental sobre outras formas de produzir e criar.

Essa lacuna motivou a pesquisa, sendo importante ressaltar o vínculo pessoal que a autora possui com o tema. Através de sua vivência dentro da academia de design, buscando representatividade e referências negras.

1.2. Objetivos

1.2.2. Geral

Desenvolver um infográfico evidenciando o protagonismo de designers negros e negras no design a fim de contribuir para a melhoria da visibilidade desses profissionais na formação dos designers.

1.2.3. Específicos

- Pesquisar sobre referências negras no design que participaram e participam na história e desenvolvimento do design contemporâneo;
- Compreender a temática junto a discentes do curso de Design-UFMA;
- Desenvolver infográficos para uma plataforma digital como recurso de visibilidade para a representação de designers negros e negras no design.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O lugar do negro na história do design

2.1.1 Uma questão histórica

Tendo, como ponto de partida, um levantamento cronológico da história do design, o Design surge dentro do contexto da Revolução Industrial na Europa, liderada pela Inglaterra, com o propósito de auxiliar na otimização do processo de produção em massa, estabelecendo etapas e acelerando a produção. Assim, a atividade do design estaria ligada à “elaboração de projetos para a produção em série de objetos por meios mecânicos” (Cardoso, 2002, p. 17 *apud* França; Carvalho, 2022, p. 149). Em contrapartida:

Para alguns, a verdadeira história do design se inicia com a *Werkbund*, pois foi a partir de suas atividades que ganharam destaque vultos como Peter Behrens, o arquiteto alemão que se celebrou através dos seus projetos para a empresa de eletricidade *Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft*, ou simplesmente AEG como é mais conhecida, realizados a partir da sua contratação em 1907 (Cardoso, 2004, p. 110).

Assim, como a história mundial, a história do design foi escrita envolta pela realidade de uma sociedade patriarcal. Aliás, “a história do design gráfico, no Brasil e no mundo ecoa vozes masculinas e, raramente não é contada por um homem” (Bury; Araújo, 2017, p. 13). Bem como, a presença feminina na história do design, assim como um todo, é apagada ou ignorada, como Rafael Cardoso (2008 *apud* Bury; Araújo, 2017, p. 13) afirma que o ato de se escrever a história envolve uma seleção de fatores, a partir de uma “avaliação da sua importância”.

Aliás, o estudo da história do design é extremamente recente, pois somente no período do século XIX que começou a surgir na Europa as primeiras escolas de design. Nesse sentido:

Surgiu na Alemanha em 1907 a organização pioneira na promoção do design como elemento de afirmação da identidade nacional: a *Deutscher Werkbund* (literalmente, 'Confederação Alemã do Trabalho'). Os antecedentes institucionais e comerciais dessa associação são vários, mas as principais vozes na fundação da *Werkbund* foram o político liberal-progressista Friedrich Naumann e Hermann Muthesius. (Cardoso, 2004, p. 109).

Em seguida, nas primeiras décadas do século XX, na Europa, sucedem as vanguardas artísticas. Sendo que, o impacto dessas vanguardas artísticas sobre

a evolução do design foi bastante desigual. A indústria de mobiliário talvez seja a maior exceção a essa afirmação:

Diversos arquitetos e designers ligados à primeira fase do movimento modernista se notabilizaram na execução de projetos de cadeiras e outros móveis, valendo citar, entre tantos, o trabalho de Alvar Aalto, Gerrit Rietveld, Le Corbusier, Ludwig Mies van der Rohe, Marcel Breuer e Wilhelm Wagenfeld, todos responsáveis pela criação de peças que se tornaram 'clássicos' do design do século 20. (Cardoso, 2004, p.114).

Não só no mobiliário mas a influência das vanguardas artísticas adentrou de forma mais ampla e profunda na área do design gráfico. Logo:

Partindo principalmente da confluência de idéias e de atores em torno do Construtivismo russo, do movimento De Stijl na Holanda e da Bauhaus na Alemanha, emergiu uma série de nomes fundadores do design gráfico moderno, dentre os quais não se poderia deixar de citar Alexander Rodchenko, EL Lissitzky, Herbert Bayer, Jan Tschichold, László Moholy-Nagy e Theo van Doesburg. (Cardoso, 2004, p. 114).

É evidente que, a maioria dos nomes mencionados eclode no contexto do ensino do design, e sobretudo em conexão com a Bauhaus. Sendo que, a Bauhaus também é impactada pelas ideias ora das vanguardas artísticas ora do design. Além disso, “não resta dúvida, porém, que, em menos de quinze anos de funcionamento, a Bauhaus conseguiu se transformar em principal paradigma do ensino do design no século 20” (Cardoso, 2004, p. 116). Por isso, “essa talvez tenha sido a contribuição pedagógica mais importante de Gropius e da Bauhaus: a ideia de que o design devesse ser pensado como uma atividade unificada e global” (Cardoso, 2004, p. 118).

Em virtude disso, a Bauhaus é tida como a primeira instituição de ensino superior em design do mundo. Por conseguinte, nossas instituições de design ainda mantêm os princípios materiais fundados pela Bauhaus. Tendo em vista que, “da mesma forma que a Bauhaus, a Hfg Ulm tornou-se extraordinariamente influente depois de seu fechamento” (Bürdek, 2010, p. 51). Segundo Célio Teodorico dos Santos (2021), “ao observar de perto a nossa formação décadas atrás, percebe-se que grande parte deste percurso foi o de replicar o modelo europeu de Design, negligenciando nossos valores identitários”. Tal como, Laila Santana de Oliveira (2019) menciona:

É possível analisar os reflexos da supremacia das potências do norte, principalmente Estados Unidos e Europa, por meio da criação da primeira Escola Superior de Desenho Industrial no Brasil (ESDI) na década de 60.

Pelo fato de a produção de design formal brasileira se encontrar, no princípio, além do panorama político-econômico-social citado acima, os profissionais que estavam destinados a lecionar baseavam-se principalmente de referências e conteúdo de origem européia, mais especificamente alemã. (Oliveira, 2019, p. 12).

Ao analisar o cânone do design gráfico levantado por Martha Scotford (1996 *apud* Bury; Araújo, 2017, p. 10), é notável que essa versão histórica foi construída e tem sido perpetuada, intencionalmente ou não, sob uma perspectiva androcêntrica¹, eurocêntrica² e racista. É preciso criar veículos para que diferentes interpretações da história possam ser contadas, abrindo espaço para a diversidade e para uma representatividade significativa. A forma como é contada a história do design reflete significativamente na perspectiva que é propagada, ou seja, é preciso criar diferentes interpretações da história, possibilitando abrir lacunas para a diversidade e para uma representatividade expressiva.

Uma vez que, as lacunas na história do design negligenciam a exibição de um amplo espectro de linguagens visuais do passado e excluem discussões sobre como o design foi cúmplice na formação e no reforço do racismo. Desse modo, "a história não é tanto um conjunto de fatos, mas um processo contínuo de interpretar e repensar velhos e novos relatos, constatação esta que leva a uma indagação de fundamental importância: repensar o passado para quê?" (Cardoso, 2008, p. 17). No ponto de vista representativo é crucial não somente repensar, mas também recontar o passado, atribuindo voz às minorias que foram silenciadas ao longo da história. Todavia, "toda nova interpretação do passado implica em uma necessidade de repensar também o presente" (Cardoso, 2004, p. 12).

2.1.2. Design e a supremacia branca

A causa da influência forte do design europeu presente na contemporaneidade, é resultado da colonização, ou seja, a Europa como centro intelectual, possibilitou por muito tempo disseminar suas verdades para o Novo Mundo. Aliás:

¹ De acordo com a Antropologia, androcêntrica é relativo ao androcentrismo, que consiste na tendência para assumir o masculino como único modelo de representação coletiva, sendo os comportamentos, pensamentos ou experiências, associados ao sexo masculinos, os que devem ser tidos como padrão.

² Eurocêntrica é o feminino de eurocêntrico, que está relacionado à valorização em demasia aos valores europeus e da Europa. Seja como centro seja como preferência cultural na Europa e os europeus são parâmetro para interpretar o mundo.

Muitos me perguntam a respeito da força do design europeu como influência do que é criado na contemporaneidade. Como colonizadores, eles plantaram suas raízes e isto é muito forte. A Europa, como centro intelectual do ocidente, durante muito tempo irradiou suas verdades para o Novo Mundo, ainda que influências africanas tenham sido utilizadas ocasionalmente. (Santos, 2021, p. 88).

Tendo em vista que, “assim como a Bauhaus nos anos 20 influenciou fortemente a arquitetura, a configuração e a arte, a HfG influenciou a teoria, a prática e o ensino do design, assim como a comunicação visual de diversas formas” (Bürdek, 2010, p. 41). Inclusive, é explícito a influência ora da Bauhaus ora da HfG no ensino e prática do design no Brasil. Visto que:

Entre as escolas que tiveram grande influência no ensino e prática do design no Brasil, podemos citar as escolas alemãs Bauhaus (1919-1932) e a Hochschule für Gestaltung (Escola Superior da Forma) em Ulm (1953-1968) que serviram de modelo para os primeiros currículos de design no país influenciaram a formação dos currículos mínimos para Desenho Industrial, conforme apontam Rita Couto (2008) e Eduardo Ferreira (2018). (França; Carvalho, 2022, p. 149).

Diante disso, “nos anos 60, ex-alunos de Ulm participaram, com grande influência, da criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) no Rio de Janeiro” (Bürdek, 2010, p. 54). Se bem que, na origem da ESDI uma frase era muito comum “ a ESDI foi feita segundo o modelo de Ulm” (Souza, 1996, p. 51). Em vista disso, não somente o modelo mas também os professores que estavam aptos para instruir novos alunos era escasso. Além disso, a ESDI “incluía um corpo docente e alunos selecionados dentro da elite, muitos deles altamente politizados e críticos” (Souza, 1996, p. 47). Por isso:

[...] Apesar de contar com poucos professores estrangeiros, a ESDI era amplamente percebida como uma transplantação do modelo ulmiano para o Brasil e, mesmo diferindo de Ulm em muitos sentidos, os esdianos não tinham nenhum interesse em desmentir essa associação que emprestava à realidade precária da instituição uma aura de modernidade e eficiência, sem falar da credibilidade automática que o brasileiro costuma atribuir a qualquer iniciativa de origem estrangeira. (Cardoso, 2004, p. 172).

No entanto, a supervalorização de determinado estilo, escola e até região como detentores dos melhores e mais altos valores, não se limita somente como modelo vigente nas escolas e universidades de design mas também a ação de privilegiar as realizações de uns em detrimento de outros acaba por servir mais aos interesses de quem cultua a modernidade passada, e tem o intuito de preservar a sua ascendência institucional a qualquer custo, ou seja, levando ao esquecimento e apagamento de tudo que se opõem a suas ideias. Porquanto:

[...] cabe questionar a validade de interpretações que teimam em situar determinado estilo ou escola como detentor dos melhores ou mais altos valores, sejam estes estilísticos, culturais ou humanos.[...] A ação de privilegiar as realizações de uns em detrimento de outros acaba por servir mais aos interesses de quem cultua a modernidade passada, e quer preservar a sua ascendência institucional a qualquer custo, do que a quem se interessa pela continuada relevância do design no mundo de hoje. (Cardoso, 2004, p. 111).

Diante disso, a construção da visualidade do design no Brasil, foi se homogeneizando, conforme os padrões internacionais, desta maneira, abandonando as influências da cultura popular e identidade nacional. De acordo com Finizola:

Do mesmo modo como a cultura das classes dominantes, por muitas vezes, se impõe à cultura das classes subalternas, a circularidade cultural ocorre o risco de acarretar uma crescente despersonalização das diversas manifestações regionais de design a favor de um design internacional de características universais (Finizola, 2010, p. 28 *apud* Oliveira; Santos, 2019, p. 2544).

Já que, é claro a constatação de que não são outras referências senão as europeias que ainda hoje são apresentadas e reafirmadas nos cursos de design, seja no Brasil seja no mundo. Não há dúvidas de que, “o legado mais irônico da Bauhaus, considerando a enorme diversidade de opiniões que ali vigorou, é a tendência de muitos dos seus seguidores a prescrever normas e regras para o design” (Cardoso, 2004, p.121). Sendo assim, a diáspora das ideias da Bauhaus abriu caminhos para conceitos como *Gute Form*, *Good Design* e *Bauhaus Style*. Do ponto de vista de Jarrett Fuller no artigo do AIGA, “*Graphic Designers Have Always Loved Minimalism. But At What Cost?*” descreve que:

Foi na Bauhaus que Mies van der Rohe, o último diretor da escola, popularizou a frase “menos é mais”, tornando-se o mantra dos designers em todos os lugares. Rejeitando a ornamentação como “pretensiosa”, muitos ensinamentos iniciais da Bauhaus focaram na redução abstrata da forma e na crença de que os materiais deveriam refletir seu uso. (Mais tarde, a máxima do arquiteto Louis Sullivan “a forma segue a função” funcionaria como um atalho para a ortodoxia da Bauhaus.) (Fuller, 2021, np).

Todavia, “Robert Venturi parodiou de forma contundente a frase de Mies com “*Less is Bore*” (“Menos é chato”) (Bürdek, 2010, p. 57). Visto que, os alunos são ensinados seja de forma consciente ou inconsciente a seguir regras: abraçar o espaço em branco, usar menos tipos de letra, alinhar tudo à grade, ou seja, simplificar. Diante disso, Jarrett Fuller escreveu em seu artigo que:

Isso apaga o vernáculo das culturas locais e a pluralidade da experiência humana – raça, gênero, classe – reforçando o mito de que as decisões de design são neutras enquanto criam hierarquias estéticas de design bom e

ruim. (Fuller, 2021, np).

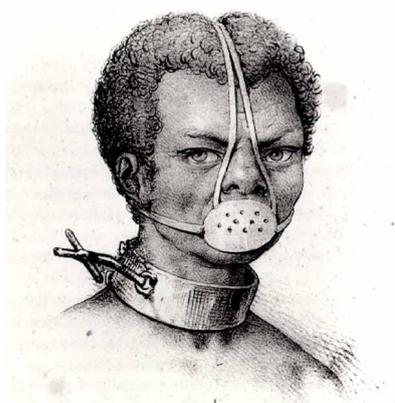
Consequentemente, a brancura se relaciona com os criadores de regras e detentores de poder na história do design. Vale ressaltar que, muito da nossa história são narrativas esbranquiçadas. Onde a minoria é apagada e omissa a sua voz. Ademais, a artista Grada Kilomba uma das referências mais importantes do pensamento decolonial contemporâneo, conhecida pela sua obra *Plantation Memories* de 2008. Logo, Kilomba (2008) descreve:

(...) a máscara era usada por mestres brancos para evitar que africanos escravizados comam cana-de-açúcar (...) enquanto trabalhava na plantação, mas sua função primordial foi implementar uma sensação de silêncio e medo (...) (Kilomba, 2008, p. 16 *apud* Borges, 2019, p. 21, tradução nossa).

Já que, essa máscara era uma ferramenta de tortura usado na escravatura, com o intuito de oprimir, impor medo e principalmente para silenciar, ou seja, transmitir a sensação de silenciamento de um povo. Diante disso, Grada Kilomba no primeiro capítulo de sua obra *Plantation Memories: Episodes of Everyday Racism* (2010), titulado A Máscara, “traz a imagem da mulher negra escravizada Anastácia para simbolizar o silêncio histórico que pessoas negras foram/são submetidas desde o colonialismo” (Passos, 2019, p. 199). Aliás,

Kilomba está interessada em usar esta imagem como um símbolo visual para uma condição social atual. [...] as formas de opressão em vários discursos públicos, como o publicitário, podem ser vistos como as máscaras do século XXI, atingindo o mesmo propósito de silenciar ou tornar invisível a presença e as injustiças sofridas pelos afrodescentes, sobre os seus direitos e o seu lugar na vida social. (Borges, 2019, p. 22).

Figura 1 – Escrava Anastácia



fonte: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f4/Escrava_Anastacia.jpg

Ao trazer a máscara do silenciamento enquanto símbolo das “políticas sádicas de conquista e dominação e seus regimes brutais de silenciamento” (De Jesus, 2016, p. 172 *apud* Passos, 2019, p. 199), a autora nos lança perguntas: “Quem pode falar? O que acontece quando falamos? E sobre o que podemos falar?” (De Jesus, 2016, p. 172). Sendo assim:

Historicamente, portanto, o design enquanto campo profissional, excluiu e permanece excluindo indivíduos não brancos de suas narrativas e, para as mulheres negras, isso representa um duplo apagamento histórico. (Bury; Araújo, 2017, p. 21).

Portanto, o design continua a ser moldado pela supremacia branca, silenciando a contribuição não branca de suas narrativas. Dando visibilidade às narrativas brancas, deste modo a omitindo a minoria na história. Entretanto, conforme Cheryl Miller escreve no seu artigo para a revista PRINT *Black designers: forward in action (part IV)*, “histórias antigas não precisam reproduzir resultados antigos; a história não precisa se repetir. Podemos fazer essa coisa nova juntos”(Miller, 2022, np).

2.1.3 Desvalorização cultural

O processo de colonização não está somente presente na exploração, mas no “apagamento e imposição de crenças” (Souza, 2021, p. 13). É certo que a desvalorização que surgiu com a diáspora africana, refletiu nas universidades e escolas pois são lugares que não possuem o costume de estudar nem filósofos, nem historiadores e muito menos pesquisadores negros. Igualmente, no âmbito do design, “artistas e designers negros que fizeram a diferença com suas obras em prol do ativismo são completamente ignorados” (Souza, 2021, p. 17). Então, apagamento, omissão da produção e dos saberes negros é resultado da ideologia escravitista. Segundo a autora e filósofa Djamila Ribeiro cita em seu livro *Pequeno Manual Antirracista*:

O apagamento da produção e dos saberes negros e anticoloniais contribui significativamente para a pobreza do debate público, seja na academia, na mídia ou em palanques. Se somos a maioria da população, nossas elaborações devem ser lidas, debatidas e citadas. A importância de estudar autores negros não se baseia numa visão essencialista, ou seja, na crença de que devem ser lidos apenas por serem negros. A questão é que é irrealista que numa sociedade como a nossa, de maioria negra, somente um grupo domine a formulação do saber[...]. (Ribeiro, 2021, p.64 *apud* Souza, 2021, p. 17).

Aliás, “devido à uma herança histórica secular de opressão, é nítido que a população negra não tem acesso às oportunidades, e muito menos ao design da mesma forma que a população branca” (Bury; Araújo, 2017, p. 20). A discriminação de gênero e raça, associados à falta de oportunidades, é o retrato da realidade de décadas vividas, que colaboram para a ciclo de exclusão social, profissional e acadêmico. Pois, dentro da academia observa-se o favoritismo para o design europeu, esbranquiçado, masculino. De acordo com Zauli *et al.* (2013 *apud* Minchilo; Benedito, 2021, p. 55):

Os estereótipos são doutrinas partilhadas socialmente por um grupo de pessoas, base do preconceito e formam atitudes de desrespeito, intolerância, ódio ou aversão. As autoras acreditam que a construção dos estereótipos leva à discriminação, que é o preconceito em ação e pode se caracterizar pela diferenciação, segmentação ou favoritismo de determinado grupo com base em sua raça, cor, sexo, religião, opinião política, nacionalidade ou origem social.

Como também, a falta de acesso às oportunidades está entrelaçada com a perspectiva que o negro era visto pela sociedade. Assim:

Apesar de os escravos terem se tornado cidadãos, no cotidiano o tratamento recebido era bastante controverso, pois até então o negro era visto apenas como força animal de trabalho. Logo, sua aceitação como titulares de direitos foi um grande choque e um verdadeiro obstáculo para a elite do período, uma vez que ainda eram vistos como incapazes e inaptos a contribuir na construção de uma grande e próspera nação, como se esperava do Brasil. (Munanga, 2004.p.56; Ortiz, 1986. p.36 *apud* Sant’Anna; Bernardo de Macedo, 2019, p. 497).

Se bem que, dentro das academias tampouco se fala sobre referências negras que contribuíram para a evolução do design. Muito se vale a propagação de estereótipos associados a população negra, refletindo diretamente ao acesso da população negra no ambiente universitário:

Ao discutir a inserção da população negra no ambiente universitário, é possível perceber o racismo dentro do meio do design como, não apenas uma questão relacionada ao preconceito no mercado de trabalho, mas como uma questão estrutural da sociedade. Apesar de avanços terem sido conquistados nesse sentido, como a implantação do sistema de cotas dentro das universidades, desde os anos 2000, e a Lei de Cotas, sancionada em agosto de 2012, muito ainda precisa ser feito para que seja possível equilibrar as oportunidades de acesso, tanto à universidade de um modo geral, quanto ao meio do design gráfico. (Bury; Araújo, 2017, p. 22).

Entretanto, a igualdade de oportunidades, aceitação da população negra tanto na sociedade, quanto nas universidades é um processo árduo, pois:

A universidade do século XXI, na qual chegam esses novos sujeitos, mantém fortes traços de colonialidades que permaneceram dessa

experiência colonizadora e de escravidão racial no Brasil. O ensino superior surge em plena dominação colonial portuguesa, início do século XIX no Brasil e, para atender a seus interesses, produz um conhecimento que transforma o poder de brancos brasileiros sobre negros e indígenas em verdade científica. (Silva, 2018, p. 243).

Portanto, o processo de desvalorização do negro culturalmente, profissionalmente está enraizado nos ideias do colonialismo e na propagação de estereótipos, que de forma eronia coloca a comunidade negra dentro de paradigmas estabelecidos através de critérios baseados principalmente na raça. Dessa forma, Almeida (2019) ressalta que pode-se entender o racismo como “uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios, dependendo do grupo racial pertencente” (Almeida, 2019, p. 25).

2.2. O pecado de omissão

2.2.1. A negritude e o design

Partimos da percepção de que, apesar de haver uma considerável presença de estudantes pretos, devido principalmente à política de reserva de vagas (cotas), notamos que o curso se estrutura quase que exclusivamente sobre referências brancas e europeias [...] (França; Carvalho, 2022, p. 149).

É certo que, mesmo de forma significativa o negro ocupe seu acesso as universidades, por outro lado, as referências citadas dentro do curso são majoritárias brancas e europeias. “Se a questão for ampliada para pensar referências periféricas, como do continente africano, afro-brasileiros ou mesmo da cultura popular em geral, aí mesmo que encontramos mais dificuldades para encontrar tais conteúdos” (França; Carvalho, 2022, p. 150-151).

Diante disso, entendemos que dentro das instituições há o racismo institucional que Silvio de Almeida (2019) descreve que o racismo quando se demonstra institucional:

[...] não se resume a comportamentos individuais, mas é tratado como o resultado do funcionamento das instituições, que passam a atuar em uma dinâmica que confere, ainda que indiretamente, desvantagens e privilégios com base na raça.[...] o domínio se dá com estabelecimento de parâmetros discriminatórios baseados na raça, que servem para manter a hegemonia do grupo racial no poder (Almeida, 2019, p. 29-31).

Todavia, Almeida sucessivamente indica que também as instituições operam a partir de estruturas sociais que são racistas. Daí o conceito de racismo estrutural:

O racismo é uma decorrência da própria estrutura social, ou seja, do modo “normal” com que se constituem as relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares, não sendo uma patologia social e nem um desarranjo institucional. O racismo é estrutural. Comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade cujo racismo é regra e não exceção. (Almeida, 2019, p. 38).

Logo, o racismo está presente em toda a estrutura social. Em vista disso, parafraseando Angela Davis³, não basta apenas não ser racista em uma sociedade cujo racismo está enraizado em sua cultura, é preciso ser antirracista, combatendo o preconceito racial de forma efetiva em todos os âmbitos sociais. Ou melhor, não basta somente levantar a bandeira do antirracismo e não fazer nada para tal, pois “lutar contra o racismo é também dar oportunidade e inserir essas pessoas no mercado. É dar visibilidade e espaço. Design é influência e diz muito sobre a nossa cultura na sociedade.”, explica Wagner⁴ à Casa Vogue.

Partindo desse pressuposto, Cheryl Miller (2016) descreve que “a indústria de design gráfico não tinha ideia da anomalia dos designers negros ou de que eles existiam”(Miller, 2016, p. 84). No entanto, vale ressaltar que a indústria do design é altamente seletiva em relação a seus participantes, obtendo como resultado o sucesso de poucos negros como designers influentes e visíveis. Nesse sentido, em seu artigo *Black designers: Missing in Action* Cheryl Miller (1987) descreve alguns dos fatores do percurso do negro para a qualificação sendo repleta de desafios, que se estende dentro do seio familiar até o mercado de trabalho:

[...] Para se qualificar, o negro precisa superar uma gama de obstáculos que vão desde a hostilidade familiar à escolha de sua carreira, a recursos financeiros limitados para adquirir uma educação adequada, à escassez de mentores capazes de fornecer orientação e oportunidades de emprego, uma vez que a educação tenha sido concluída, e ao preconceito sempre presente (Miller, 1987, p. 60, tradução nossa).

³ Fala atribuída à Angela Davis, dita em discurso. Está referenciada no texto de Ingrid Tossedo da Silva.

⁴ Fala atribuída a Wagner, dita em uma entrevista. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2020/06/designer-cria-plataforma-digital-para-aumentar-visibilidade-de-profissionais-negros-na-area.html>.

Ao mesmo tempo, que o negro tem que superar o racismo, o preconceito e a falta muitas vezes de apoio familiar, também tem que enfrentar a carência de profissionais capacitados para orientá-los, já que, conforme Miller (1987) muitos negros não chegam a concluir o curso de design gráfico por causa do isolamento, pois “sentimentos de isolamento, rejeição e, às vezes, inadequação podem causar mau desempenho por parte de estudantes negros no cenário educacional ou profissional”(Miller, 1987, p. 64). Tal como, esse sentimento de isolamento é ligado diretamente pela busca de semelhantes, já que, “a formação de uma unidade se dá a partir da busca de semelhanças entre seus membros” (Sant’Anna; Bernardo de Macedo, 2019, p. 499).

Em vista disso, a busca por semelhantes reflete-se na escassez de mentores de designers negros, significando em poucos modelos para os aspirantes negros. No entanto, a questão da representação negra sofreu diversas transformações, desde representações estereotipadas até uma invisibilidade completa. Essa questão com o passar dos anos se tornou extremamente prejudicial para a formação da identidade do negro e resulta até hoje em marginalização e abandono. “Porém, ondas de lutas pela melhor representação da(o)s negra(o)s e busca pela igualdade racial têm ganhado grande visibilidade” (Muniz, 2017, p. 13). Ou seja, quando paramos de esperar que os outros nos incluam e encontremos maneiras de nos incluir, é perceptível a crescente onda de movimentos negros. Buscando assim, fazer algo por nós e para nós.

A princípio, a importância de entender nossas origens e referências interfere na criação da linguagem enquanto artista e designer. A luta por igualdade ocupa uma grande porcentagem da memória no Brasil e no mundo, sendo tanto racial como de gênero. “A arte e o design podem ser um ponto de ligação entre essas questões quando se propõem mostrar a trajetória, o cotidiano e a luta de um povo, esta é a parte do seu papel social” (Souza, 2021, p. 9). Assim, temos “o movimento *The Harlem Renaissance*, que marcou um ponto importante no que diz respeito a uma etapa cultural, onde os afrodescendentes comemoravam a sua cultura através da arte, literatura, música, entre outros” (Borges, 2019, p. 77-76). Desse modo:

Os artistas encontravam as melhores formas de expressar o orgulho de ser negro e da cultura que possuíam, ou seja, em Harlem, os afrodescendentes

aperceberam-se que tinham a chance de contribuir para a cultura em geral de várias formas construtivas para a comunidade negra nos Estados Unidos da América, uma comunidade acostumada a não ter história ou mesmo uma cultura. Este movimento mostrou completamente o contrário ao construir novas realidades para os afro-americanos. Novas realidades que contribuíram para a quebra de estereótipos com caráter opressivo e racista. (Borges, 2019, p. 76).

A partir de Harlem uma nova realidade é construída, quebrando estereótipos enraizados pela opressão, silenciamento e racismo. Igualmente, ao movimento *The Harlem Renaissance* temos *Black Panther* que “veio num momento em que os negros gritam, marcham e procuram inclusão social, a representação e o poder de dizer que as suas histórias são válidas” (Borges, 2019, p. 123). Aliás, não só nos Estados Unidos mas também no Brasil que dentro das artes visuais e do design gráfico é possível obter um crescente contato com suas origens. Logo:

Por último não poderia deixar de referir o movimento negro no Brasil que, desde os anos 70, luta por uma sociedade antirracista com o objetivo de melhorar as vidas dos afrodescendentes. Um dos grandes objetivos do movimento negro é oferecer à nova geração de afrodescendentes uma história que não assente numa descrição apenas do ponto de vista do colonizador, tentando combater o silêncio sobre o qual negros escravizados e populações originárias têm sido mantidas em termos de narrativas históricas. Neste sentido este movimento pretende restituir as identidades que lhes foram roubadas através do extermínio ou aculturação das suas culturas. Neste sentido o movimento negro no Brasil há muito que procura descolonizar as mentes opressivas causadas pelo colonialismo [...] (Borges, 2019, p. 124).

É certo que, a presença de designers negros brasileiros é bastante reduzida. Porém, observam-se iniciativas para romper com o apagamento cultural oriundo desde o século XVI até XXI. Exemplo disso é a plataforma Designers Negres no Brasil (DNBR), criada por Wagner Silva⁵ com o objetivo de possibilitar que os profissionais de design encontrem novas referências para se inspirar, ou novos perfis para diversificar suas equipes de design. Como também ter intuito de divulgar o trabalho de designers gráficos, designers de produtos, ilustradores, web designers, e diretores de arte negros no país. Outra plataforma com o intuito de divulgar e proporcionar visibilidade da produção artística negra no Brasil é o Projeto Afro. A iniciativa se entende como um manifesto em defesa da igualdade racial. Assim, o Projeto Afro é uma plataforma:

Com intuito de mapear e difundir artistas negros, a plataforma fornece um espaço de divulgação de portfólios gratuitamente. Seu principal objetivo é

⁵ Fala atribuída a Wagner, dita em uma entrevista. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2020/06/designer-cria-plataforma-digital-para-aumentar-visibilidade-de-profissionais-negros-na-area.html>.

conectar artistas, seja com outros artistas ou possíveis contratantes. Além de um mapa interativo, oferece os perfis de artistas e produções acadêmicas feitas pela comunidade negra brasileira. (Souza, 2021, p. 40).

Por certo, a presença de designers negros em revistas e artigos de design ainda é tímida. Entretanto, o Design Indaba é uma exceção a essa causa. Isto é, o Design Indaba é uma marca fundada pela *Interactive Africa* iniciada em 1995, tendo como objetivo inspirar e capacitar as pessoas a criar um futuro melhor por meio do design e da criatividade, por isso, “pretende trazer para a linha da frente vários artistas e designers negros, divulgando os seus projetos através de festivais e conferências anuais que decorrem na África do Sul” (Borges, 2019, p. 110).

Contudo, o negro sempre esteve em ação, tanto como forma de resistência á dominação como forma de reexistir, fortalecendo as suas raízes através da sua cultura, da sua arte e principalmente pelas suas contribuições a humanidade.

2.2.2. Onde estão os designers negros?

Quantos designers negros conhecemos? Esta questão é levantada por muitos afrodescendentes, incluindo a autora, quando escolheram o design como área de trabalho. Tampouco, ouvimos falar sobre referências negras que contribuíram para a evolução do design. Apesar de existirem designers negros qualificados e aptos a contribuírem grandemente para o design. Sendo assim, vale referenciar os(as) designers negros(as) que contribuíram e ainda contribuem para a história do design na comunidade negra.

2.2.2.1 Cheryl D. Holmes Miller

Cheryl D. Miller⁶ possui mestrado em Design de Comunicações pelo Pratt Institute e bacharelado em Design Gráfico pelo Maryland Institute College of Art, concluiu estudos básicos na Rhode Island School of Design. Miller é uma líder nacional de defesa dos direitos das minorias, gênero, diversidade racial, igualdade, equidade e inclusão em design gráfico. Ela é fundadora da ex-Cheryl D. Miller Design Inc., NYC, uma empresa de design de impacto social; ela é designer, autora, redatora comercial da PRINT Magazine e da Communication Arts Magazine. Além de já ter trabalhado em vastos projetos incríveis, como por exemplo, pôster

⁶ <https://cdholmesmiller.com/about-the-designer>.

encomendado pela NASA, desenhado por Miller com ilustração de Charles Lilly e o cartaz de 1992 para a Congressional Black Caucus Foundation, Inc.

Figura 2 – Cheryl Miller



Fonte: elaborado pela autora/Foto: aiga.org

2.2.2.2. Vince Cullers

Vince Cullers⁷ foi rejeitado pelas agências de publicidade pela cor de sua pele, pois era negro. Então, cansado de buscar oportunidades no mercado de trabalho, lançou sua própria empresa em 1956 a Vince Cullers Advertising, Inc. a primeira agência de publicidade de propriedade de um negro nos Estados Unidos e a primeira a visar ativamente o mercado afro-americano. Dessa forma mudando a fase da publicidade, abrindo as portas para as minorias na indústria. Por isso, Cullers foi um pioneiro da publicidade étnica/dirigida/multicultural nos Estados Unidos. Diante de portas fechadas e rejeições repetidas, racismo generalizado e clientes céticos, Cullers abriu um caminho para os afro-americanos na publicidade, tanto nos bastidores quanto em outdoors.

⁷ <https://biography.jrank.org/pages/2451/Cullers-Vince.html>

Figura 3 – Vince Cullers



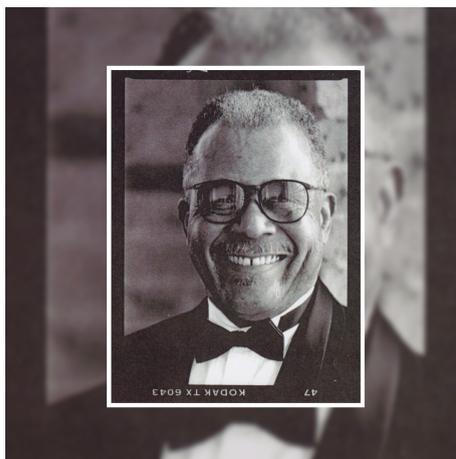
Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://blackthen.com/wp-content/uploads/2016/10/cullers2l.jpg>.

2.2.2.3 Emmett McBain

Emmett McBain⁸ foi um designer gráfico afro-americano cujo trabalho teve um impacto notável na representação dos afro-americanos na publicidade. Desde que se formou, McBain conseguiu seu primeiro emprego na Vince Cullers Advertising. Porém, McBain passou pouco tempo trabalhando na Vince Cullers antes de ingressar na Playboy Records como assistente de direção de arte aos 22 anos e posteriormente foi promovido ao cargo de diretor de arte de promoção em seguida. Além disso, McBain foi premiado com a Capa de Álbum da Semana da Billboard por seu design para Playboy Jazz All Stars. Em vista disso, McBain conquistou um nicho como artista de capa, acumulando um enorme catálogo de design de capa de álbum para artistas como Tony Martin, Max Roach e Sarah Vaughn. Além de fundar sua própria empresa McBain Associates, todavia, tudo aos 24 anos. Ainda co-fundou a Burrell McBain Incorporated com Tom Burrell. A empresa se tornou a maior agência de publicidade de propriedade de negros dos Estados Unidos, abrindo contas com McDonald's, Malboro e Coca Cola.

⁸ <https://the-modernist-magazine.org/news/2020/7/21/emmett-mcbain-draft-in-progress>.

Figura 4 – Emmett McBain



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://newcity.com/wp-content/uploads/2012/07/EmmittTux.jpg>

2.2.2.4 Charles “Chuck” Harrison

Charles Harrison⁹ foi designer, educador e palestrante. Ele se especializou em design industrial e trabalhou em várias áreas de produtos de consumo. Durante a maior parte de sua carreira, ele trabalhou para a Sears Roebuck & Company, começando como freelancer, depois como designer de equipe e mais tarde como chefe do departamento de design da empresa. Um designer prolífico, o trabalho de Harrison tocou quase todas as áreas de produtos domésticos, de berços a tratores e tudo mais. Conseqüentemente, ele executou mais de 700 projetos, tal qual o icônico redesign de Harrison do View-Master em 1958 e a primeira lata de lixo de plástico que ele projetou em 1963. Ao longo de sua prolífica carreira, Harrison se concentrou no desenvolvimento de produtos relevantes e úteis para resolver, em vez de criar problemas para os consumidores.

⁹ <https://alifesdesign.com/about-chuck/>.

Figura 5 – Charles Harrison



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://alifesdesign.com/wp-content/uploads/2021/02/Chuck-Harrison06.jpg>

2.2.2.5 Gail Anderson

Gail Anderson¹⁰ é designer, escritora e educadora residente em Nova York. Ela é sócia, com Joe Newton, da Anderson Newton Design. De 2002 a 2010, atuou como Diretora Criativa de Design na SpotCo, uma agência de publicidade da cidade de Nova York que cria obras de arte para a Broadway e teatro institucional. De 1987 ao início de 2002, ela trabalhou na revista *Rolling Stone*, atuando como designer, vice-diretora de arte e, finalmente, como diretora de arte sênior da revista. E no início de sua carreira, Gail foi designer da *The Boston Globe Sunday Magazine* e da Vintage Books (Random House). Gail deixou sua marca na indústria do design com sua tipografia conceitual composta de sinais, símbolos e cores memoráveis.

Figura 6 – Gail Anderson



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://d3atsf3fgek2rw.cloudfront.net/content/uploads/2013/05/Photograph_by_Darren-Cox.jpg

¹⁰ <https://gailycurl.com/About-Contact>.

2.2.2.6 Eddie Opara

Eddie Opara¹¹ nasceu em Wandsworth, Londres, em 1972. Estudou design gráfico no London College of Printing e na Yale University , onde recebeu seu MFA em 1997. Começou sua carreira como designer na ATG e Imaginary Forces e trabalhou como sênior designer/diretor de arte na 2×4 antes de estabelecer seu próprio estúdio, The Map Office, em 2005. Ele ingressou no escritório da Pentagram em Nova York como sócio em 2010. Seu trabalho multifacetado engloba design inovador, tecnologia moderna e estratégia. Seus projetos incluem design de identidade de marca, publicações, embalagens, ambientes, exposições, instalações interativas, sites, interfaces de usuário e software, com muitos de seus projetos abrangendo várias mídias.

Figura 7 – Eddie Opara



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://www.famousgraphicdesigners.org/images/eddie-opara.jpg>

2.2.2.7 Emory Douglas

Emory Douglas¹² é um designer gráfico americano conhecido pela sua influência marcante como Ministro da Cultura do Partido dos Panteras Negras de 1967 a 1980. Douglas é mais conhecido por seus desenhos políticos e caricaturas no *jornal Black Panther* da polícia como porcos e de um proletariado negro armado para legítima defesa. Seu estilo provocativo articulou visualmente as injustiças sofridas pelos afro-americanos que vivem no centro da cidade, a crescente militância e organização entre a juventude negra urbana para resistir à violência policial e a necessidade de programas sociais baseados na comunidade.

¹¹ <https://www.pentagram.com/about/eddie-opara>.

¹² <https://www.blackpast.org/african-american-history/douglas-emory-1943/>.

Além disso, o uso de cores ricas por Douglas, contornos escuros e fotos de pessoas negras comuns para fazer colagens criou um estilo autêntico que expressava a plataforma ideológica dos Panteras Negras e a elevada consciência comunitária do Black Power como um conceito político. Além disso, após o fim do Partido no início dos anos 1980, Douglas trabalhou como artista de layout e designer gráfico para a *Sun Reporter Publishing Company*.

Figura 8 – Emory Douglas



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://www.design.iastate.edu/wp-content/uploads/2021/09/emory-douglas-cr-Jos-Wheeler-Auckland-NZ.jpg>.

2.2.2.8 Aaron Douglas

Aaron Douglas¹³ foi um pintor e artista gráfico afro-americano que desempenhou um papel importante no Renascimento do Harlem nas décadas de 1920 e 1930. É certo que seu trabalho na comunidade do Harlem foi bem recebido e bem-sucedido porque ele foi um dos primeiros criadores a incorporar motivos e desenhos africanos em seu trabalho. Em vista disso, as ilustrações pelas quais Douglas é mais conhecido são seus trabalhos no livro de James W. Johnson, *God's Trombones: Seven Negro Sermons in Verse* (1927), para o qual ele forneceu sete ilustrações para acompanhar os poemas escritos por Johnson. O livro foi bem recebido e, em 1928, Johnson e Douglas receberam prêmios por seu trabalho.

Contudo, mais tarde, Charles Johnson convidou Douglas para decorar as paredes da Fisk University Library em Nashville, Tennessee. Sua maior realização foi

¹³ <https://www.illustrationhistory.org/artists/aaron-douglas>.

uma série de murais intitulados *Aspects of Negro Life*, que foram patrocinados pela Work Progress Administration (WPA) e encheram a sala de leitura do Schomburg Center for Research on Black Culture na Biblioteca Pública de Nova York.

Figura 9 – Aaron Douglas



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://www.biography.com/.image/t_share/MTgyMDgyMTUxMzY0MTc0OTc5/gettyimages-569351559sq.jpg

2.2.2.9 Thomas Miller

Thomas HE Miller¹⁴ estava entre os pioneiros dos designers afro-americanos celebrados no *DuSable Museum of African American History* em Chicago em 2000. Além de ser um dos principais designers gráficos artistas de seu tempo, do mesmo modo, enfrentou o racismo no mercado de trabalho, mas isso não o impediu, Ele foi um dos primeiros designers contratados por Morton e Millie Goldsholl quando formaram seu próprio estúdio em 1955. Durante seu mandato na Goldsholl Associates, Miller ajudou a projetar algumas das marcas corporativas mais icônicas do século XX: Motorola, Peace Corps, Bauer & Black e 7Up, entre muitas outras. No estúdio Goldsholl não hierárquico, Miller trabalhou não apenas no design do logotipo, mas também na embalagem, animação stop-motion e vídeo de exibição.

Além disso, o compromisso de Miller com os ideais igualitários do Movimento dos Direitos Civis e do design moderno durou toda a vida. Quando Miller se aposentou de Goldsholl, ele voltou à arte e ao ativismo pelos direitos civis.

¹⁴<https://www.aiga.org/membership-community/aiga-awards/aiga-medal/2021-aiga-medalist-thomas-miller>.

Figura 10 – Thomas Miller

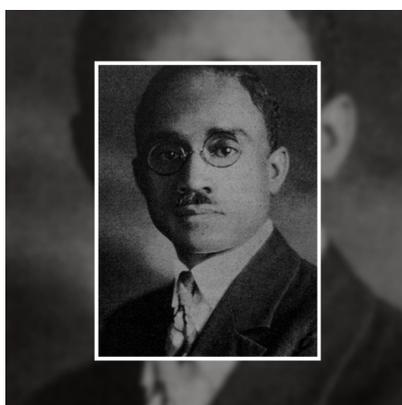


Fonte: elaborado pela autora/Foto: Wikipedia

2.2.2.10 Charles Dawson

Charles Clarence Dawson¹⁵ foi um influente artista de Chicago nas décadas de 1920 e 1930, conhecido por seus anúncios ilustrados. Participou da Art Students League, onde se tornou o primeiro afro-americano a ser admitido no programa. No entanto, devido ao racismo generalizado que experimentou, ele deixou a escola para frequentar a Escola do Art Institute of Chicago. Contudo, tornou-se um artista freelancer, em 1922. Em seguida, em 1927, participa da primeira exposição de arte afro-americana: “The Negro in Art Week”. Porém, depois de não conseguir publicar um livro que havia escrito, Dawson fundou sua própria editora. Em 1933 publicou *ABCs of Great Negroes*, que escreveu e ilustrou.

Figura 11 – Charles Dawson



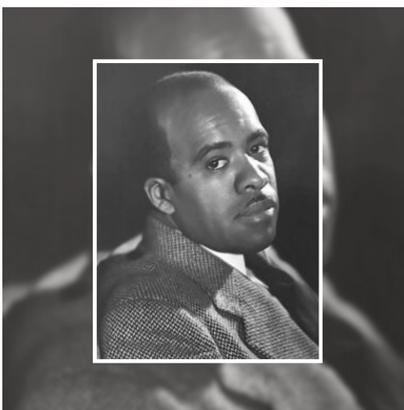
Fonte: elaborado pela
 autora/Foto: <https://dallasftworth.aiga.org/wp-content/uploads/2019/03/charles-dawson.jpg>

¹⁵ <https://www.illustrationhistory.org/artists/charles-c-dawson>.

2.2.2.11 LeRoy Winbush

LeRoy Winbush¹⁶ nasceu em 7 de dezembro de 1915, em Memphis, Tennessee. Depois de terminar o colegial em 1936, Winbush trabalhou como aprendiz em uma loja de letreiros. O Regal Theatre o contratou em 1938 para projetar e pintar a fachada do teatro. Então, ele projetou sinais e displays como o único funcionário afro-americano na loja de departamentos Goldblatt e acabou se tornando seu diretor de arte. Na década de 1940, Winbush revolucionou as vitrines dos bancos e ganhou a reputação de um dos maiores aerógrafos do país *Ébano*. Ele então fundou a Winbush Designs em 1946. Winbush ocupou muitos cargos de prestígio. Sem ter frequentado a faculdade ou qualquer escola de arte, Winbush tornou-se professor assistente de comunicação visual na School of the Art Institute of Chicago.

Figura 12 – LeRoy Winbush



Fonte: elaborado pela autora/Foto:<https://laughtoncreatves.com/wp-content/uploads/2016/03/Leroy-Winbush-portrait-13-African-American-Designers-You-Should-Know-Laughton-Creatves-214x300.jpg>

2.2.2.12 Sylvia Harris

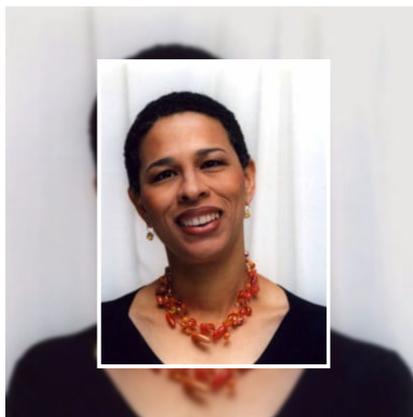
Sylvia Harris¹⁷ Conhecida por seu desejo inabalável de ajudar os outros, era designer gráfica, professora e empresária, que usou sua pesquisa e habilidades para chegar longe. Nascida e criada em Richmond, VA, Harris experimentou a desagregação da década de 1960 diretamente. Essa experiência forneceu a base para seu interesse em sistemas sociais e seus efeitos. Depois de receber seu BFA da Virginia Commonwealth University, Harris mudou-se para Boston, onde trabalhou

¹⁶ <https://www.thehistorymakers.org/biography/leroy-winbush-39>.

¹⁷ <https://laughtoncreatves.com/13-african-american-graphic-designers-part-2/>.

com uma ampla variedade de tipos criativos. Foi por meio de seu trabalho com WGBH e Chris Pullman que ela percebeu a amplitude e a profundidade do campo do design. Em 1980, ingressou na Two Twelve Associates. Logo, em 1994, Harris deixou a Two Twelve para criar a Sylvia Harris LLC, onde mudou de rumo e começou a se concentrar mais no planejamento e nas estratégias de design.

Figura 13 – Sylvia Harris



Fonte: elaborada pela autora/Foto:

https://end2endmedia.ca/wp-content/uploads/2017/02/harris_sylvia_portrait_by_george_larkins_640-294x300.jpg

2.2.2.13 Art Sims

Art Sims¹⁸ começou no mundo da arte com o teste “Draw Me” de revistas e TV dos anos 50 e 60, ora se destacando. Ele frequentou a Cass Technical High School de Detroit, conhecido por sua dedicação às artes. A partir daí, o Sims foi aceito na Universidade de Michigan com uma bolsa integral. Durante o verão entre seu primeiro e último ano, Sims conseguiu um emprego na Columbia Records para produzir uma série de capas de álbuns. Em vista disso, em Los Angeles, Sims conseguiu um emprego na EMI, porém foi dispensado para trabalhar como freelancer. Ele passou a trabalhar para a CBS, onde continuou construindo seu portfólio independente. Desta vez, quando foi dispensado, estava preparado e já tinha o espaço do escritório para sua empresa, *11:24 Advertising Design*. Depois de ver um dos filmes de Spike Lee, Sims sabia que precisava trabalhar com o diretor. Ele passou a criar pôsteres para Lee's *New Jack City*, *Do the Right Thing*, *Malcolm X* e, o mais controverso, *Bamboozled*.

¹⁸ <https://laughtoncreatives.com/13-african-american-graphic-designers-part-2/>.

Figura 14 – Art Sims



Fonte: elaborado pela autora/Foto:
https://laughtoncreatves.com/wp-content/uploads/2021/02/Art_Sims-13-African-American-Graphic-Designers-Laughton-Creatves.jpg

2.2.2.14 Ann Cole Lowe

Ann Lowe¹⁹ uma das primeiras estilistas afro-americanas a receber aclamação internacional, os designs de Lowe foram preferidos pelas mulheres da alta sociedade por 40 anos - da década de 1920 até a década de 1960. Nascida por volta de 1898 em Clayton, Alabama. Lowe aprendeu a costurar com sua avó (Tompkins) e sua mãe (Janey Lowe), que trabalhavam como costureiras para mulheres brancas da sociedade no Alabama. Lowe desenhou o vestido que Jacqueline Bouvier usou quando se casou com o senador John Fitzgerald Kennedy em 1953, e todos os vestidos usados pela festa nupcial. É um dos vestidos de noiva mais lembrados de todos os tempos.

Entretanto, Lowe abriu seu salão, 'Annie Cohen', em 1920, porém queria estar no centro mais importante da moda americana. Assim, em 1968, ela abriu a 'Ann Lowe Originals' na Madison Avenue em Manhattan, o primeiro negócio de propriedade de afro-americanos no centro da moda americana.

¹⁹ <https://thevintagewomanmagazine.com/haute-history-ann-cole-low/>.

Figura 15 – Ann Lowe



Fonte: elaborado pela autora/Foto:<https://thevintagewomanmagazine.com/wp-content/uploads/2020/01/Photo-of-Lowe.jpg>

2.2.2.15 Marcelo D'Saete

Marcelo D'Saete²⁰ é autor de histórias em quadrinhos, ilustrador e professor. Estudou design gráfico, é graduado e mestre em artes plásticas. Publicou o álbum *Cumbe* (Veneta, 176 páginas, 2014), que aborda o período colonial e a resistência negra contra a escravidão no Brasil. Outro álbum, *Angola Janga - Uma história de Palmares* (Veneta, 432 páginas, 2017) trata dos antigos mocambos da Serra da Barriga, mais conhecidos como Quilombo dos Palmares. *Angola Janga* foi agraciado por vários prêmios, quando *Cumbe* foi premiado no Eisner Awards 2018 na categoria Best U.S. Edition of International Material, além de ambos serem selecionados pelo PNLD literário de 2019 para o Ensino Médio.

Figura 16 – Marcelo D'Saete



Fonte: elaborado pela autora/Foto:
<https://ogimg.infoglobo.com.br/in/22907823-7f0-c91/FT1086A/marcel-dsaete.jpg>

²⁰ <https://www.dsaete.art.br/bio.html>.

2.2.2.16 Bibi Seck

Bibi Seck²¹ designer nascido em Paris, fundou o estúdio de design e inovação Birsel + Seck e o estúdio Senegal Dakar Next. Seck ingressou na empresa automobilística francesa Renault depois de se formar na *Ecole Supérieure du Design Industriel* em 1990 com mestrado em design industrial. Enquanto estava na Renault, onde foi designer-chefe por 12 anos, Seck liderou as equipes de design de interiores de vários veículos, incluindo os modelos Scenic I e Trafic, ambos eleitos o carro do ano pela imprensa especializada europeia.

Em 2003, Seck mudou-se para Nova York, onde montou o estúdio de design Birsel + Seck com o parceiro Ayse Birsel em 2014. O estúdio de design de produto ganhou vários prêmios e trabalhou com clientes globais, incluindo Target, Herman Miller e Office Max. Seck espera promover o design na África Ocidental e colaborou com a IKEA para criar uma coleção de design africano M'Afrique.

Figura 17 – Bibi Seck



Fonte: elaborado pela autora/Foto:

https://artlogic-res.cloudinary.com/w_1200,c_limit,f_auto,fl_lossy,q_auto/ws-artlogicwebsite0465/usr/images/artists/artist_image/items/21/212d30978b2f4f3d904bf2784051a50e/bibi_portrait_by_omarvictordiop.jpg

2.2.2.17 Thabisa Mjo

Thabisa Mjo²² proprietária e fundadora do Mash.T Design Studio, é apaixonada por preservar as habilidades tradicionais e ajudar outras pequenas empresas. Mjo tropeçou na indústria ao entrar impulsivamente na competição

²¹ <https://www.foreignagent.ch/artists/56-bibi-seck/biography/>.

²² <https://www.mashtdesignstudio.com/about/>.

Nando's Hot Young Designer Talent Search em 2015. O desafio era criar uma luminária pendente com um toque sul-africano contemporâneo e inovador que pudesse ser usado em qualquer restaurante Nando's globalmente.

Posteriormente, Mjo projetou linhas completas de produtos e ganhou vários prêmios, garantindo assim seu nome como um dos maiores talentos de design do continente. Mais recentemente, Mjo se tornou a primeira designer sul-africana a ter duas de suas obras, Tutu Light e Mjojo Cabinet, instaladas como parte da coleção permanente do Musée des Arts Décoratifs de Paris (Museu de Artes Decorativas) no Louvre.

Figura 18 – Thabisa Mjo



Fonte: elaborado pela autora/Foto:

<https://www.mini.co.za/content/dam/MINI/common/creative-club/meet-the-maker-thabisa-mjo-wide.jpg>

2.2.2.18 Sheila Bridges

Sheila Bridges²³ nomeada a Melhor Designer de Interiores da América pela revista Time e CNN, Sheila Bridges é considerada uma visionária criativa e criadora de tendências de design. Residindo e trabalhando no Harlem por mais de 25 anos, Bridges é reconhecida por sua estética de design clássico e versátil e olhar crítico. Ela é procurada para criar interiores cuidadosamente inspirados e ricos em narrativas por causa de sua profunda sensibilidade e apreciação do design atemporal e artesanato de qualidade.

Suas traduções culturais visuais foram exibidas em museus de todo o país e da Europa, incluindo The Metropolitan Museum of Art. Bridges também tem a honra de ter seus projetos incluídos nas coleções permanentes do Brooklyn

²³ <https://www.sheilabridges.com/about/>.

Museum, The Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum, The RISD Museum e, mais recentemente, The National Museum of African American History and Culture em Washington, DC (NMAAHC).

Figura 19 – Sheila Bridges



Fonte: elaborado pela autora/Foto:
<https://www.sheilabridges.com/wp-content/uploads/2016/07/about.jpg>

2.2.2.19 Courtney McLeod

Courtney McLeod²⁴ é a fundadora e diretora do Right Meets Left Interior Design, um premiado estúdio de design de serviço completo localizado no coração do Flatiron District, em Manhattan. Courtney concebeu o nome da empresa como um reflexo perfeito de sua abordagem ao processo de design - o equilíbrio de uma mente criativamente vital e uma mente agudamente analítica.

Embora tenha tido uma paixão ao longo da vida pelas artes decorativas, antes de fundar a empresa, Courtney formou-se em administração pela The Wharton School na Universidade da Pensilvânia e seguiu uma carreira de sucesso de 15 anos no setor de serviços financeiros. Todavia, apesar de seu sucesso, no auge de sua carreira, ela percebeu que era hora de se comprometer com a busca de sua verdadeira paixão - projetar belos interiores.

²⁴ <http://www.rightmeetsleftdesign.com/who-we-are>.

Figura 20 – Courtney McLeod



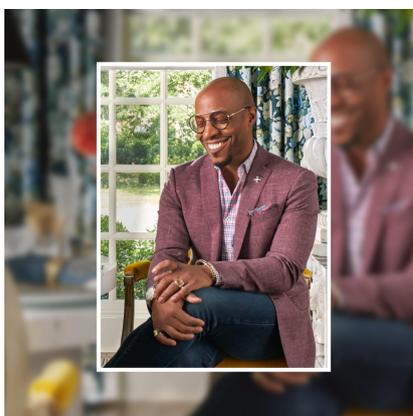
Fonte: elaborado pela autora/Foto:

https://luxesource.com/wp-content/uploads/2021/01/LX_COM35_Radar_FirstPerson_03-scaled_v2.jpg

2.2.2.20 Corey Damen Jenkins

Corey Damen Jenkins²⁵ é fundador da *Corey Damen Jenkins & Associates* é uma empresa de design de interiores com sede na cidade de Nova York. Corey é celebrado por sua mistura de cores vivas com padrões em camadas para criar espaços inspirados, inventivos e inesperados. Além disso, Corey é um membro empossado do AD100 da *Architectural Digest* e da prestigiosa A-List da *ELLE Decor*. Seus interiores arrojados enfeitaram as capas de *House Beautiful* e *Traditional Home* e receberam vários recursos em muitas publicações. Corey também recebeu inúmeras honras da indústria.

Figura 21 – Corey Damen Jenkins



Fonte: elaborado pela autora/Foto:

<https://coreydamenjenkins.com/wp-content/uploads/2021/12/about-hero-scaled.jpg>

²⁵ <https://coreydamenjenkins.com/about/>.

2.2.2.21 Gail Davis

Gail Davis²⁶ é proprietária da empresa de design Gail Davis Designs, conhecida por criar interiores elegantes que parecem cheios de alma, habitáveis e pessoais. Por 15 anos, a célebre designer Gail M. Davis aplicou seu treinamento formal em design para casas. Com experiência na indústria da moda, Gail é apaixonada pelo uso de cores e tecidos em seus projetos. Embora seus espaços estejam imersos em princípios clássicos de decoração, ela é apaixonada por criar interiores que sejam espaços confortáveis e funcionais.

Gail estudou na Escola de Design de Interiores de Nova York e aperfeiçoou seu estágio em duas das empresas mais prestigiadas da cidade de Nova York - Bunny Williams Inc. e David Kleinberg Design Associates. Seus projetos foram publicados na House Beautiful, Elle Decor, AD Pro, Domino e muito mais.

Figura 22 – Gail Davis



Fonte: elaborado pela autora/Foto:

<https://the-edit-prod.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2020/08/20165042/Gail-Davis-Bernardsville-Headshot-e1600976151160.jpg>

2.2.2.22 Keita Turner

Keita Turner²⁷ é uma designer de interiores premiada, reconhecida por criar designs clássicos duradouros e elegantes. Nascida em Houston, Texas e criada em St. Louis, Missouri, Turner é formada pela Rhode Island School of Design e tem uma extensa experiência em moda e design de interiores. Seu aclamado estúdio de design de interiores e produtos, Keita Turner Design, oferece experiência

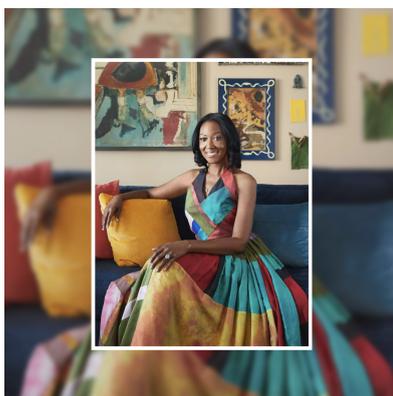
²⁶ <https://www.gaildavisdesignsllc.com/about>.

²⁷ <https://www.keitaturnerdesign.com/copy-of-about>.

em design de interiores residenciais, comerciais e de varejo, com foco em reformas em grande escala, novas construções e ambientes totalmente mobiliados.

Com mais de vinte anos de experiência orientando seus clientes e ajudando-os a realizar seus sonhos de design, Turner produz interiores caracterizados por uma elegância confiante, chique e atemporal que revigora, inspira, acalma e equilibra os sentidos.

Figura 23 – Keita Turner



Fonte: elaborado pela autora/Foto:

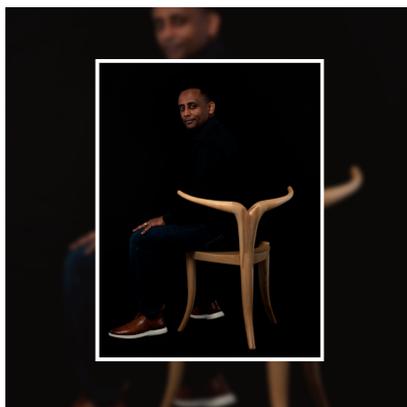
<https://s30964.pcdn.co/introspective-magazine/wp-content/uploads/2021/11/Keita-Turner-Photo-credit-Kelly-Marshall-1000x1400.jpeg>

2.2.2.23 Jomo Tariku

O artista e designer industrial etíope americano Jomo Tariku²⁸ está definindo uma nova linguagem de design de móveis modernos com tema africano. Quando menino, crescendo na Etiópia, ele sempre foi atraído pela arte eclética, lembranças e peças de mobiliário que seu pai colecionava durante suas viagens pela África e além. Jomo desenvolveu habilidades de artesanato enquanto passava duas férias de verão em um construtor de móveis local em Addis Abeba, Etiópia. Ele passou a estudar Desenho Industrial na Universidade de Kansas, EUA, e concluiu sua tese de faculdade sobre Móveis Africanos Contemporâneos. Os móveis da Jomo incluem uma grande variedade de desenhos artísticos que sintetizam sua própria experiência da cultura diversificada do continente, estruturas históricas, arquitetura, móveis tradicionais, cores, artefatos, paisagens, vida selvagem, estilos de cabelo.

²⁸ <https://www.jomofurniture.com/about.html>.

Figura 24 – Jomo Tariku



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://www.jomofurniture.com/uploads/2/1/0/0/21006602/published/gk26041-credit-gediyon-kifle-www-photogk-com.png?1657547441>

2.2.2.24 Goya Lopes

Goya Lopes²⁹ é mulher, negra, baiana, empresária, artista e *designer*. Formada pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, com especialização em Design, Expressão e Comunicação Visual na *Università Internazionale Dell'Arte di Firenze*, na Itália, Goya Lopes começou o seu contato com a moda na Itália. De volta ao Brasil, Goya passou a trabalhar com arte e moda como *freelancer*, criou estampas da linha Madrigal da Alpargatas em São Paulo e fez o Curso de *Design* de Moda pelo Instituto Brasileiro de Moda de São Paulo. Dedicada às suas próprias criações, investiu em sua formação empresarial e criou a empresa Didara em 1986. A partir de 2013, com a marca Goya Lopes Design Brasileiro, expandiu as suas inspirações para a diversidade brasileira.

Figura 25 – Goya Lopes



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://aloalobahia.com/images/p/goya_lopes_bid_alo_alo_bahia.jpg

²⁹ <https://goyalopes.com.br/pages/artista>.

2.2.2.25 Maurice Cherry

Maurice Cherry³⁰ é um designer, estrategista e podcaster localizado em Atlanta, GA. Ele é diretor principal e criativo do Lunch, um estúdio multidisciplinar premiado que criou em 2008 que ajuda marcas criativas a criar mensagens e contar histórias para seus públicos-alvo, inclusive promovendo relacionamentos com comunidades sub-representadas. Clientes e colaboradores anteriores incluem Facebook, Mailchimp, Vox Media, NIKE, Mediabistro, Site5, SitePoint e The City of Atlanta. Maurice é um criador digital pioneiro que é mais conhecido pelo Revision Path, um podcast premiado que é o primeiro podcast a ser adicionado à coleção permanente do Museu Nacional de História e Cultura Afro-Americana (NMAAHC) do Smithsonian.

Maurice também é educador e criou currículos e ministrou cursos sobre web design, desenvolvimento web, email marketing, WordPress e podcasting para milhares de alunos nos últimos dez anos. Ele também é membro executivo da Academia Internacional de Artes e Ciências Digitais.

Figura 26 – Maurice Cherry



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://letterformarchive.org/uploads/Maurice_Cherry.jpg

2.2.2.26 Osmond Tshuma

Osmond Tshuma³¹ é um designer premiado do Zimbábue com paixão por design, artesanato e tipografia. Ao longo dos anos, trabalhou em várias marcas em toda a África: da MTN, Telkom, BMW, Standard Bank, RMB, SABC, Apartheid Museum,

³⁰ <https://www.mauricecherry.com/about>.

³¹ <https://za.linkedin.com/in/osmond-tshuma-47b01b30>.

banco FBC (Zimbabwe), apenas para citar alguns. Também estive envolvido e liderando trabalhos para marcas internacionais, como o McDonald's.

Por certo, suas campanhas mais notáveis são o rebranding da marca IKwe kwezi FM e o lançamento da edição limitada da cerveja comemorativa Soweto Gold '76. Por conseguinte, seus elogios incluem prêmios do show Pendorring, Loeries, New York One Show e Cannes. Aliás, Osmond é cofundador da Mam's Bozi Design Factory. Além de desenvolver a linguagem visual do programa Leaders: Africa .

Figura 27 – Osmond Tshuma



Fonte: elaborado pela autora/Foto: <https://www.obama.org/wp-content/uploads/Osmond-Tshuma-2.jpg>

2.2.2.27 Mike Nicholls

Mike Nicholls³² é um premiado diretor criativo, designer de livros, artista visual e construtor de comunidades baseado em Oakland. Ele traduz ideias em soluções criativas visionárias utilizando mais de 20 anos de experiência em design e talento natural trabalhando com empresas como Black Voice News, Cityside Journalism e Hearst Magazines. Mike fundou a Umber, uma plataforma de mídia que destaca as perspectivas criativas que importam, reconhecida pela Blavity, Print Magazine, KQED e Communication Arts.

Como construtor de comunidades e por meio de seu trabalho com Umber, ele colaborou com criativos renomados em todo o mundo, como Saul Williams, Tonya Rapley, Edgar Villanueva, Souls of Mischief e Deanna Van Buren.

³² <https://thisismikenicholls.com/Info>.

Figura 28 – Mike Nicholls



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://freight.cargo.site/t/original/i/7465f022e046ce546a0296e61af8b4d9c2ed9c0feb46ee4380672cb545571420/2022_MikeNSitting_Portrait_crop.jpg

2.2.2.28 Tré Seals

Tré Seals³³ é um designer de Washington, DC. Desde o início, Seals estava no caminho certo para se tornar o designer que é hoje. Do jardim de infância à 3ª série, ele praticou a escrita cursiva até que sua caligrafia se parecesse com as folhas de amostra. E aos 20 anos, Seals fez um pacto consigo mesmo de que, aos 25 anos, ele se tornaria um designer de renome internacional. Quatro meses depois de se formar na faculdade, ele fundou sua empresa. Menos de um ano depois, ele iniciou uma fundição de fontes, a Vocal Type, que não apenas fabrica fontes que quebram a indústria, mas também trabalha com uma variedade de organizações sem fins lucrativos. Desde então, ele foi reconhecido como o Ascendente mais jovem pelo Type Directors Club, um Black Trailblazer pelo The Dots.

Figura 29 – Tré Seals



Fonte: elaborado pela autora/Foto: https://www.tdc.org/app/uploads/2018/12/Ascenders_Instagram_Seals_3.jpg

³³ <https://www.tdc.org/work/tre-seals/>.

2.3. A Infografia

2.3.1 Histórico e definições

A princípio o termo infografia é recente, no entanto, a combinação de imagens e textos com o intuito de transmitir informações já é utilizada pelo homem há muito tempo. Segundo Correia (2009 *apud* Andrade, 2018, p. 21) “apesar do termo infografia ser recente, a combinação de imagens e textos para transmitir informações já é utilizada pelo homem há muito tempo”. Sendo assim, é certo que sempre existiu a demanda vital e expressiva de se comunicar. Segundo Teixeira no “princípio, era a imagem” (Teixeira, 2010, p. 15 *apud* Andrade, 2018, p. 21).

De acordo com Correia, “representações gráficas da informação talvez sejam tão antigas quanto a própria humanidade.” (Correia, 2009, p. 194 *apud* Andrade, 2018, p. 21):

À primeira vista é possível considerar a infografia uma representação gráfica ancestral, como argumenta De Pablos (1998). O autor coloca que desde os primórdios da comunicação humana, quando da primeira união entre uma imagem e um texto alusivo, se faz infografia. Essa conclusão está diretamente relacionada à sua conceituação de infografia, caracterizada pela presença do binômio imagem+texto. Outros autores concordam com a afirmação de que os petróglifos podem ser considerados formas primordiais de infografia (e.g. Cario, 2005; Rajamanickam, 2005; Lapolli; Vanzin, 2016 *apud* Miranda; Andrade, 2017, p. 382).

Do mesmo modo que o termo infografia é recente, não é certo determinar com exatidão onde teve início a infografia. Todavia, para Wildbur:

É possível relacionar a sua origem à Revolução Industrial ocorrida no final do século XIX. [...] a mecanização do transporte gerou uma grande necessidade de propagação de informações, como: sinalização, mapas, tabelas e quadros de horários (Wildbur, 1989, p. 5 *apud* Andrade, 2018, p. 21).

“Nesse contexto, destacam-se nomes como Charles Joseph Minard, Florence Nighingale, John Snow, entre outros, por suas reconhecidas contribuições” (Miranda; Andrade, 2017, p. 382). Logo:

Outros nomes relevantes, já no início do século 20, foram Otto Neurath, Gerd Arntz e Marie Neurath. Em meados dos anos 1930 eles desenvolveram o ISOTYPE, *International System Of Typographic Picture Education* (NEURATH, 1936/1980). Consistia em um sistema pictórico para o ensino de leigos e iletrados sobre questões econômicas e sociais e pretendia ser complementar à linguagem verbal (Miranda; Andrade, 2017, p. 382).

Porém, essa nova forma de comunicação trouxe novas demandas, evidenciando o aumento da transmissão de informação sendo necessário comprimi-las. Diante disso, Moraes (2013 apud Miranda; Andrade, 2017, p. 385) destaca o período entre o final dos anos 1970 e o começo dos anos 1980, como o início da popularização da infografia em si, principalmente devido ao seu uso no meio jornalístico. Por conseguinte a infografia tornou-se mais evidente na área jornalística, apesar de estar se expandindo para outras áreas (na imprensa escrita, na publicidade, nos cartazes, na informação pública e nos livros). Para ilustrar, Moraes afirma que “o advento dos infográficos é associado ao lançamento do diário norte-americano USA Today” (Moraes, 2013, p. 31 apud Andrade, 2018, p. 24).

Contudo, há dois momentos cruciais para a propagação dos infográficos. Para Rodrigues (2009 apud Miranda; Andrade, 2017, p. 386), a Guerra do Golfo marcou a consolidação da infografia como mecanismo de comunicação visual na mídia impressa e televisiva. Teixeira afirma que “a Guerra do Golfo, de 1991, é apontada como marco específico da história da infografia contemporânea” (Teixeira, 2010, p. 22 apud Andrade, 2018, p. 24).

Como também, conseqüentemente os avanços tecnológicos dos últimos anos contribuíram gradativamente para incorporar os infográficos no meio digital. Desse modo, Rodrigues (2009 apud Miranda; Andrade, 2017, p. 387) também apontam os atentados de 11 de setembro de 2001 como marco da explosão desse tipo de visualização. Segundo Sancho:

A infografia digital é um novo produto do jornalismo digital, que surgiu como resultado da necessidade da comunicação escrita para captar leitores em tela e online, e é novamente um dos ‘salva-vidas’ que tem o jornalismo, como aconteceu com o jornalismo impresso há alguns anos [...]. (Sancho, 2008, s.p. apud Miranda, 2013, p. 18).

O termo Infografia é um neologismo que foi incorporado recentemente à língua portuguesa. Ribeiro (2008 apud Carvalho; Aragão, 2012, p. 160) afirma que a expressão vem do termo inglês *infographic*, uma redução de *information graphic*, que significa informação gráfica. Bem como Ribas (2005 apud Lima, 2009, p. 23) afirma que *informational graphics*, termo do qual deriva *infographics*, é traduzido para o português e para o espanhol como “infográfico” ou “infografia”, com o sentido de “gráfico informativo”. No entanto, segundo Wilbur (1998 apud Lima, 2009, p. 23), *information graphics* é um termo genérico para várias formas de representação

gráfica: de diagramas e interfaces digitais até a sinalização.

Há uma variedade de termos “utilizados na literatura como sinônimos de infografia, obscurecendo ainda mais a questão: diagrama, infograma, infografismo, gráfica diagramática, gráfico explicativo, etc.” (Peltzer *et al.*, 2011 *apud* Miranda, 2013, p. 26). Em vista disso, a diversidade de termos para descrever infografia dificulta o consenso na conceituação.

Neste trabalho considera-se a seguinte conceituação e compreensão do termo infografia é um artefato produzido no intuito de comunicar uma mensagem que compõe uma interpretação de dados quantitativos, espaciais, narrativos e/ou cronológicos, contextualizados visualmente através da integração de texto, imagens e/ou formas.

2.3.2 Tipologias

Lima (2009) caracteriza a infografia como uma peça gráfica que utiliza simultaneamente a linguagem verbal gráfica, esquemática e pictórica, voltada prioritariamente à explicação de algum fenômeno. Nesse sentido, vários autores apresentam a classificação desses gráficos, tendo como parâmetro seja o objetivo seja o teor do conteúdo. Segundo Moraes (2013), conforme o objetivo central do artefato, o autor considera três categorias de infográficos: Exploratório, Explanatório e Historiográfico (Figura 28).

Figura 30 – Tipos de infográficos em relação aos objetivos segundo Moraes (2013)

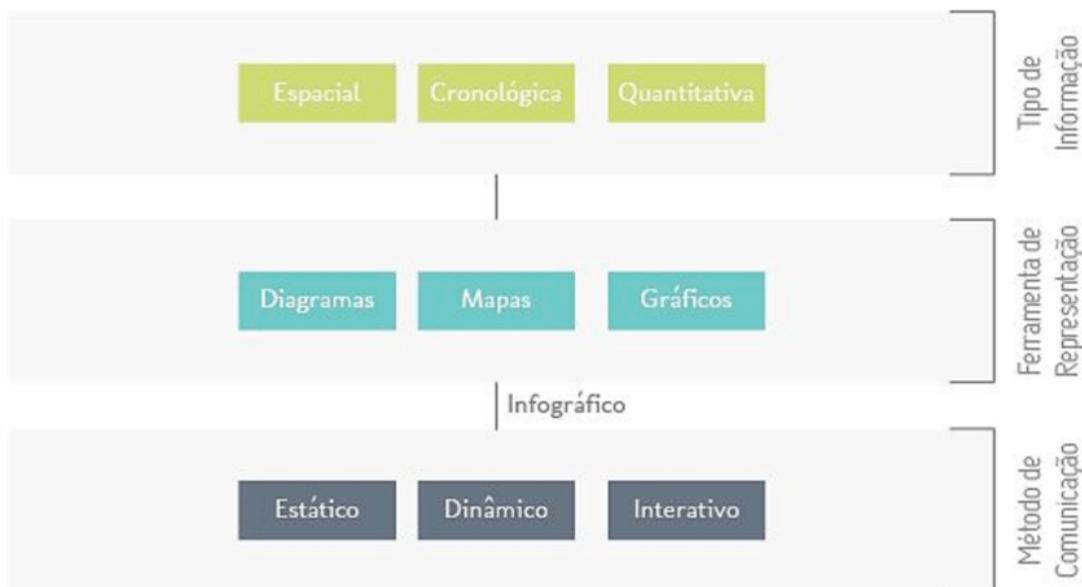
Objetivo	Pergunta	Tipo de infográfico
Descrever um determinado lugar, objeto ou pessoa	O quê? Quem? Onde?	Exploratório
Explicar o funcionamento de alguma coisa ou a relação entre determinados elementos	Como? Por quê?	Explanatório
Contextualizar algum fato ou pessoa na História ou inseri-lo na dinâmica de um determinado evento	Quando?	Historiográfico

Fonte: Moraes (2013, p. 73)

Do mesmo modo, porém visando a classificação através do conteúdo, temos Rajamanickam (2005 *apud* Carvalho; Aragão, 2012, p. 164-165) que além do tipo de informação contida no artefato, o autor leva em consideração as formas de

representá-la, sintetizando infografia em três variáveis: tipo da informação, ferramenta de representação e método de comunicação (Figura 31).

Figura 31 – Tipologias de infográficos proposta por Rajamanickam (2005)



Fonte: Carvalho e Aragão (2012)

2.3.3 A infografia e a Ergonomia informacional

A princípio, a infografia é considerada uma área que pertence principalmente ao design da informação. Shedroff (2000 *apud* Quintão; Triska, 2013, p. 107) afirma que os princípios do design de informação têm origem no design gráfico e editorial. Para o autor, a disciplina tem como objetivo organizar e apresentar dados, transformando-os em informação com sentido e valor. Desse modo, Sue Walker (2007 *apud* Lima, 2008, p. 23) afirma que o design da informação é uma atividade que tem se desenvolvido bastante nos últimos anos, sendo eventualmente conhecida como design da comunicação.

De acordo a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI) o design da informação é definido como uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo. Seu princípio básico é o de otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de

comunicação analógicos e digitais. (SBDI, 2006, s.p. *apud* Quintão; Triska, 2013, p. 108-109)

Por sua vez a ergonomia Informacional é uma disciplina envolvida na análise e design da informação com objetivo de instruir os usuários de maneira eficaz e eficiente, tendo como consequência a satisfação dos usuários respeitando suas diversidades em termos de habilidades e limitações (Santos; Fialho, 1997).

International Institute for Information Design (IIID), caracteriza o design de informação como “a definição, planejamento e modelagem dos conteúdos de uma mensagem e do ambiente em que ela é apresentada, com a intenção de satisfazer as necessidades de informação dos destinatários.” (IIID, 2007 *apud* Quintão; Triska, 2014, p. 108).

Para Frascara (2011 *apud* Quintão; Triska, 2014, p. 109), o objetivo do design de informação é assegurar a efetividade da comunicação a partir da facilitação de processos de percepção, leitura, compreensão, memorização e uso da informação apresentada. Nesse sentido, “a ergonomia informacional também se preocupa com a estrutura das sinalizações e a sua influência na eficácia e eficiência da informação apresentada” (Martins; Moraes, 2002 *apud* Cavalcanti, *et al.*, 2009). Logo para alcançar o seu objetivo, a ergonomia informacional contempla a cognição e a percepção, além de abranger aspectos da linguagem verbal e iconográfica e o estudo dos canais de comunicação do ser humano (Martins; Moraes, 2002).

Em vista disso, a ergonomia cognitiva está relacionada aos processos mentais conforme afetam interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema. Visto que, cada indivíduo possui seu próprio estilo cognitivo. Assim, a ergonomia cognitiva lida com a avaliação dos custos humanos envolvidos no processamento mental e seus processos internos, como atenção, percepção e memória.

Segundo Rogers *et al.* (2013) a atenção é a seleção do foco da concentração dentre a variedade de possibilidades disponíveis. A facilidade desse processo depende do objetivo e da maneira como a informação é apresentada para alcançá-lo, que deve ser clara e concisa. Pois, o grande desafio do designer de informação é ganhar a atenção do público e manter o foco dele.

Portanto, "a informação precisa ser representada de uma forma apropriada para facilitar a percepção e o reconhecimento de seu sentido subjacente" (Rogers *et al.*, 2013). Já que o ser humano organiza e analisa as informações às quais presta atenção. Vale ressaltar que os conjuntos de informações devem ter unidade, ou seja, cores, ilustrações, imagens, linhas, imagens, sons, símbolos, textos e palavras devem ser integrados de forma que possam ser interpretados como um todo significativo em vez de uma série de elementos individuais.

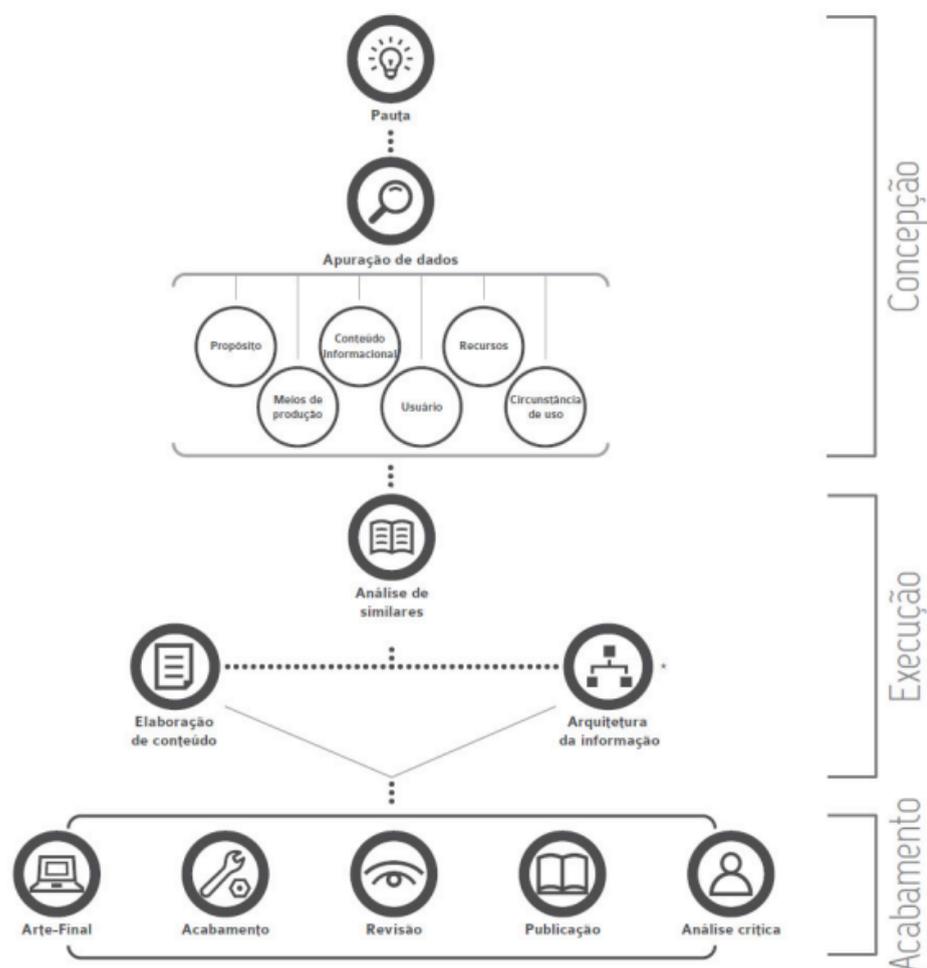
Aliás, "quanto mais atenção for dedicada a uma informação, quanto mais pensamentos e associações forem feitos, maior a probabilidade dela ser lembrada" (Rogers *et al.*, 2013). Entretanto, para não sobrecarregar os recursos da memória humana, deve-se projetar sistemas cuja fluidez das tarefas seja simples e sequenciais, ter o cuidado com a quantidade de informação a ser absorvida em curto prazo, prezando a apresentação do conteúdo de forma lógica. Inclusive, o princípio básico do design de informação é otimizar o processo da aquisição da informação.

2.3.4 Processo de desenvolvimento de infográficos

Propõe-se a metodologia de produção de infográficos segundo Carvalho e Aragão (2012, p. 174) que consiste em três fases: concepção, execução e acabamento. A fase de concepção compreende etapas de definição e apropriação do tema que será abordado na peça. Nelas, o mais importante é compreender o assunto do artefato e o que é importante transmitir sobre ele. Abordando questões relevantes sobre público alvo, entre outros. Durante a execução, há elaboração de conteúdo e arquitetura da informação.

Por fim, na fase de acabamento, há etapas de união de texto e projeto gráfico, ajustes, revisões e análise crítica sobre o infográfico. Nela, junta-se forma e conteúdo do infográfico e cuida-se dos detalhes de produção do mesmo. A seguir as etapas da metodologia (Figura 32).

Figura 32 – Metodologia de infográficos de acordo com Carvalho e Aragão (2012)



Fonte: Carvalho e Aragão (2012, p. 175)

O infográfico tem início com a sugestão de um tema/pauta a ser discutido e publicado. Definido o tema, parte-se para a pesquisa do que e como o conteúdo deve ser exposto. Finalizado assim a primeira fase (Concepção). Já na segunda fase (Execução) buscam-se referências do que já foi feito com o tema em questão, além de inspirações estéticas. Após avaliação daquilo que deve ser transmitido, elabora-se o conteúdo informacional: a parte textual. Concluídas as etapas anteriores, inicia-se o processo de organizar as informações no espaço disponível. E por fim a fase de acabamento na qual o esboço é convertido para peça finalizada, há realização de ajustes da integração entre texto, imagens e/ou formas. Além da revisão final do artefato, e envio do infográfico para a produção, após publicado, é recomendado fazer uma análise dos pontos positivos e negativos do processo.

3. MÉTODOS E TÉCNICAS

3.1. Tipo da pesquisa

A pesquisa realizada no trabalho monográfico caracteriza-se como exploratória. Segundo Gil (2008, p. 27) pesquisas dessa natureza são realizadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado.

O estudo terá caráter qualitativo, com ênfase na compreensão de conceitos e ideias de natureza social e cultural. Aproxima-se também da pesquisa aplicada uma vez que “tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos” (Gil, 2008, p.27).

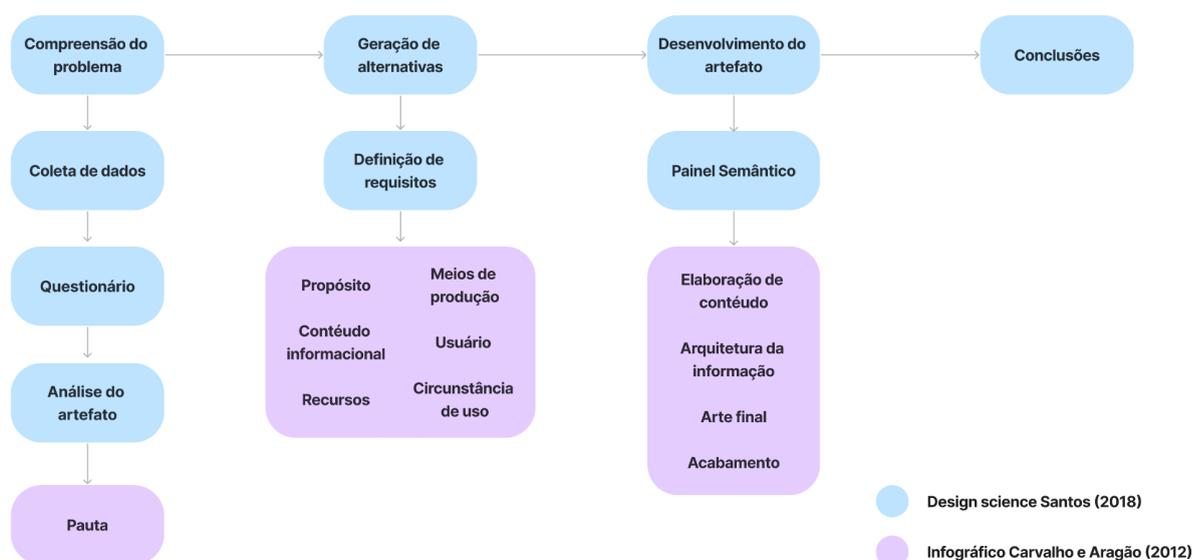
3.2. Questões éticas

Este estudo é parte de um projeto de pesquisa intitulado DESIGN DE INTERAÇÃO E DA INFORMAÇÃO EM APLICAÇÕES DIGITAIS: caminhos para o estudo da experiência humano – produto, o qual, por envolver a participação de seres humanos, foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFMA para apreciação, em cumprimento ao que determina a Resolução 466/2012 e 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2012; BRASIL, 2016). Os participantes foram esclarecidos dos termos, riscos e benefícios da pesquisa por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (APÊNDICE A).

3.3. Etapas e Procedimentos

Propõe-se aqui a metodologia mista de produção de infográficos baseada em Carvalho e Aragão (2012) e Santos (2018). A metodologia proposta consiste nas seguintes etapas (Figura 33).

Figura 33 – Metodologia do projeto



Fonte: Elaboração própria baseada em Santos (2018) e Carvalho e Aragão (2012).

A fase de compreensão do problema possui as seguintes etapas:

- **Coleta de dados:** coletar informações sobre o problema através de:
 - **Questionário:** Na fase de compreensão do problema, iniciou-se a coleta de dados visando coletar informações a respeito do problema de pesquisa. Dessa forma, foi aplicado um questionário com alunos do Curso de Design da UFMA.
 - **Análise do artefato:** revisão de artefatos já existentes para a problemática similar e refletir sobre o que já foi desenvolvido, além de implicar o desenvolvimento de um novo artefato.
 - **Pauta:** a etapa é concluída com a definição de um briefing inicial, ou seja, uma pauta, pois o infográfico tem início com a sugestão de um tema a ser discutido e publicado. Podendo ser

um tema de estudo, um fato ou uma notícia. Entretanto, o tema deve ser relevante tanto para publicação como para o público.

Na fase de geração de alternativas serão utilizadas as seguintes etapas:

- **Definição de requisitos:** definido o tema, parte-se para a pesquisa do que e como o conteúdo deve ser exposto.
 - Propósito: Qual o objetivo do infográfico? O que se deseja transmitir ao leitor?
 - Conteúdo informacional: Quais informações são necessárias para realizar o objetivo?
 - Recursos: Avaliação de tempo, verba, profissionais disponíveis, além de outras limitações, como mídia, cores, etc.
 - Meio de produção: Como será desenvolvido? Ilustração? Fotografia? Em quais softwares?
 - Usuários: Para quem é destinado o infográfico?
 - Circunstâncias de uso: Em qual mídia será vista, e como será vista a publicação?
- **Painel semântico:** Busca-se referências sobre o tema, além de organizar as inspirações estéticas, para execução do infográfico.

As etapas do desenvolvimento do artefato serão:

- **Elaboração de conteúdo:** após avaliação daquilo que deve ser transmitido, elabora-se o conteúdo informacional: a parte textual.
- **Arquitetura de informação:** concluídas as etapas anteriores, inicia-se o processo de organizar as informações no espaço disponível. São esboços que podem ser feitos manual ou digitalmente com os elementos que precisam constar no layout.
 - Texto: Título, abertura, subtítulo e legenda.
 - Imagem: Representação de algo real ou imaginado. Pode indicar: Quem, o que, o que há dentro, onde, quando, como funciona, como fazer, movimento, qual, exemplos, conceitos, comparações e comparações quantitativas.

- Forma: Quais formas são importantes para a integração de texto e imagem? Ponto, linha, formas abstratas, espaço entre formas.
- **Arte-final:** etapa na qual o esboço é convertido para peça finalizada, ilustrações ganham cores e estilos, fotografias são produzidas, textos e formas ganham propriedades, etc.
- **Acabamento:** realização de ajustes da integração entre texto, imagens e/ou formas. Tamanho de legendas, e demais ajustes são realizados.

Já na última fase de conclusão são realizadas as considerações finais do projeto. Além da análise dos pontos positivos e negativos do processo, no intuito de gerar aprendizagem.

4. RESULTADOS

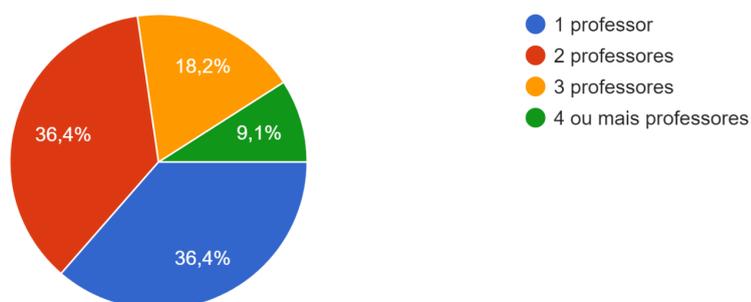
Com o objetivo deste projeto é o desenvolvimento de um infográfico, assim sendo, será exposto o resultado do mesmo. Após a metodologia definida iniciou-se a elaboração do infográfico. Logo, seguindo as etapas propostas pela metodologia citada.

4.1 Compreensão do problema

O questionário foi respondido por 11 discentes do curso de Design da UFMA com matrícula ativa entre 2º e 8º período.

Ao serem questionados sobre a presença de professores pretos no curso, 4 afirmaram reconhecer 1 professor, 4 afirmam lembrar-se de 2 professores. Não há dúvidas que observa-se um corpo docente percebido como majoritariamente branco, ainda mais, desproporcional entre brancos e pretos. Somente 2 afirmam ter a partir de três professores pretos no curso (gráfico 1).

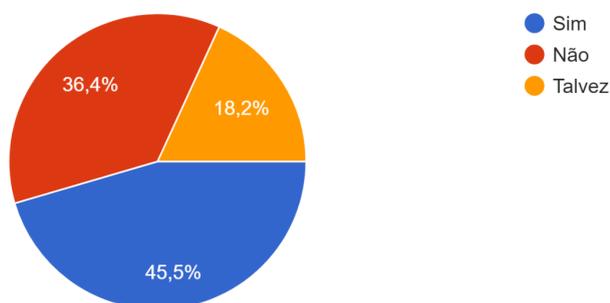
Gráfico 1 – Durante a sua formação em design quantos professores pretos teve/tem no corpo docente?



Fonte: autora.

Segundo a falta de referências pretas em design (gráfico 2), seja na bibliografia acadêmica ou nas referências profissionais. Quando questionados, no caso 45,5% dos respondentes conseguiram lembrar de designers pretos, contra não só 36,4% que não conseguiram, mas também 18,2% ficaram na incerteza. Logo, existem designers pretos que são referência conhecidos dentro do design.

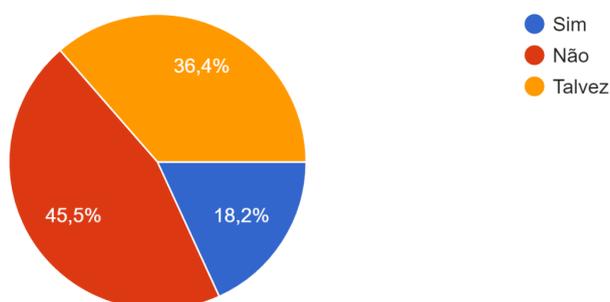
Gráfico 2 – Você consegue se lembrar de designers pretos que são referência na área?



Fonte: autora.

Quando questionados sobre referências textuais pretas durante sua formação acadêmica, 45,5% dos respondentes afirmam não ter tido essas referências durante a graduação, quando somente 18,2% afirmam que tiveram acesso a essas referências (gráfico 3).

Gráfico 3 – O currículo de sua formação educacional inclui textos, teóricos e designers pretos/africanos como referência?



Fonte: autora.

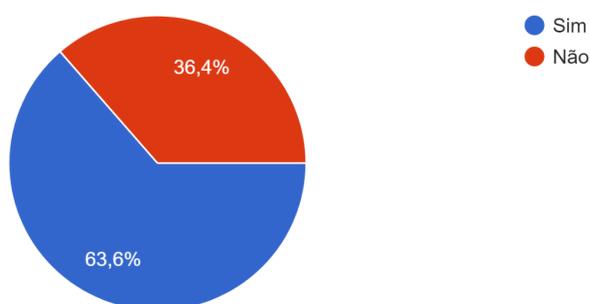
À medida que é escasso o acesso a referências tanto teóricas como bibliográficas negras dentro do design, quando questionados sobre a causa da falta de visibilidade negra dentro do ensino em design, vários pontos já explorados nesta pesquisa foram mencionados. Tal como, ter apenas uma aula a respeito de designers negros, ou seja, a falta de acesso de materiais sobre design negro; Ter mais alunos brancos do que negros na sala de aula; afastamento de alunos em

virtude de problemas financeiros para acompanhar determinadas aulas por causa de materiais específicos.

A fim de descobrir sobre as plataformas digitais voltadas à representatividade, inclusão e visibilidade negra, a maioria (63,6%) têm conhecimento sobre, quando apenas 36,4% afirmaram não possuir conhecimento (gráfico 4). O que demonstra interesse no assunto.

Gráfico 4 – Você conhece plataformas digitais que focam na representatividade, inclusão e visibilidade negra?

Fonte: autora.

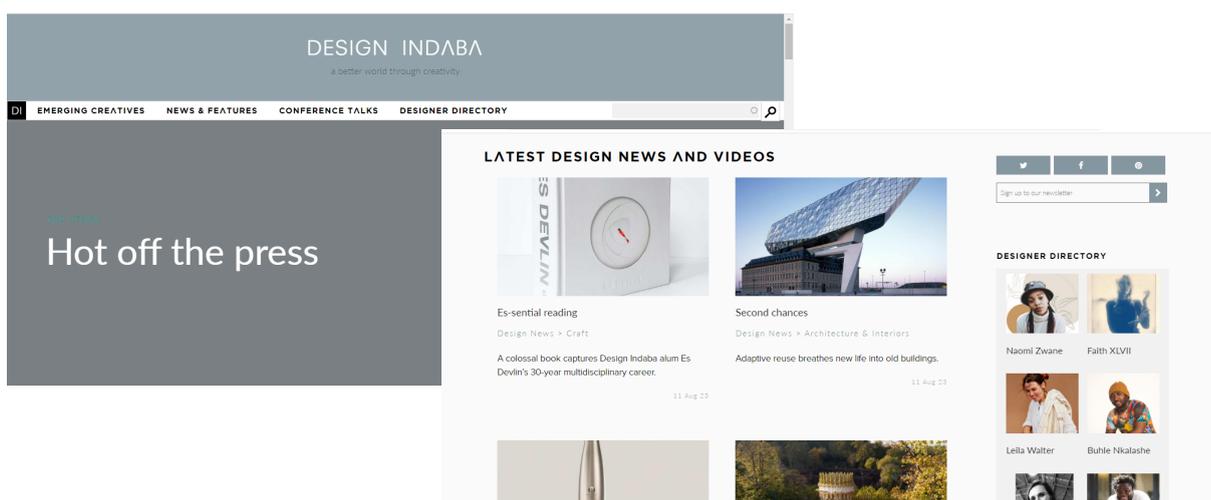


Nesse sentido, a análise dos dados reforçou a falta de visibilidade dos designers negros e negras na formação do designer. A começar no acesso do profissional acadêmico dentro do curso, enfatizando o contexto eurocentrista presente na origem das primeiras escolas de design, que idealizaram o design universal mas ignoravam a diversidade étnica. Logo, a carência de referências é gradativamente expressa dentro e fora da sala de aula. Refletindo assim na inclusão de plataformas digitais com foco na representatividade negra.

Por isso, depois do levantamento e análise de dados, a etapa seguinte é a análise do artefato, porém, por falta de infográficos disponíveis sobre o tema do projeto, a solução viável foi buscar artefatos semelhantes ao tema. Assim, através da análise comparativa de plataformas digitais que focam na representatividade negra. Entretanto, no decorrer do desenvolvimento desse projeto algumas plataformas digitais estão indisponíveis e/ou sendo atualizadas. Sendo assim, das plataformas disponíveis são, a Design Indaba (Figura 34) é uma plataforma multifacetada comprometida com um mundo melhor através da criatividade. Tanto o foco na criatividade africana e global. O conteúdo examina todas as facetas do

design. Oferecemos notícias e recursos, vídeos das palestras da conferência Design Indaba e um diretório de design representando líderes globais de pensamento criativo. Porém, o design visual não é clássico, poderia ser mais atrativo ao público. Pois não tem um impacto inicial forte.

Figura 34 – Plataforma digital Design Indaba



Fonte: designindaba.com

A Projeto Afro (Figura 35) é uma plataforma afro-brasileira de mapeamento e difusão de artistas negros/as/es. Com o intuito de ampliar e visibilizar a produção artística de autoria negra no Brasil, de forma sistemática, dividido em conteúdos como perfil de artistas, artigos colaborativos, entrevistas e escritos acadêmicos, além de sugestões de eventos. O design visual é atrativo, moderno e funcional. Além de possuir uma extensão do site para app.

Figura 35 – Plataforma digital Projeto Afro



Fonte: projetoafro.com

Algumas plataformas digitais não estavam disponíveis no decorrer desse projeto, dificultando o levantamento comparativo, entretanto, das plataformas digitais citadas nesta pesquisa, uma teve destaque, pois se aproxima do objetivo geral deste projeto. A Projeto Afro possui um mapa interativo no início, gerando interação com o usuário, apresentando artistas e designers localizados nas regiões, expondo seus trabalhos e sua biografia.

Partindo desse pressuposto, é definida a pauta do infográfico, que é abordar a invisibilidade da negritude no design, apresentando as contribuições de designers negros e negras na história e desenvolvimento do design contemporâneo.

4.2 Geração de alternativas

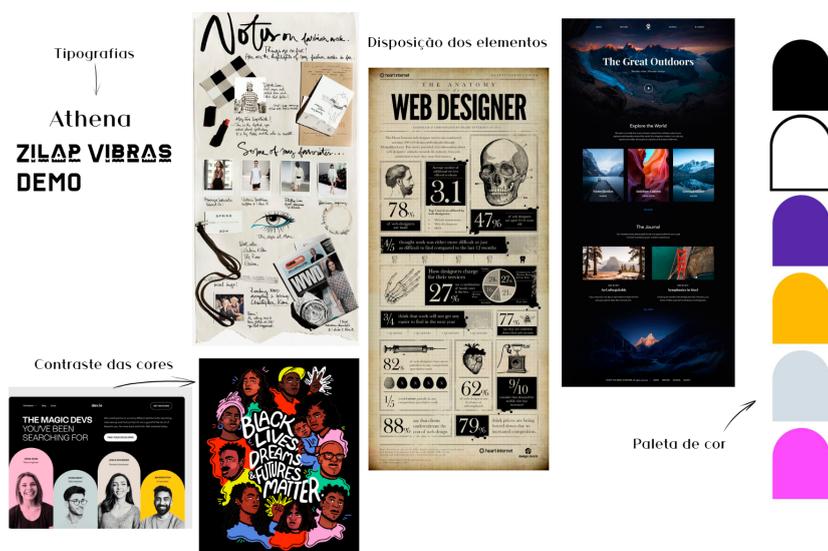
Com a fase de compreensão do problema finalizada, inicia-se a geração de alternativas do infográfico. Sendo assim, é definido os requisitos, que consiste no desenvolvimento de um infográfico interativo pautado sobre a invisibilidade da negritude no design, tendo como objetivo evidenciar a contribuição de designers negros(as) na história do design. Sendo assim, necessário uma coleta de dados sobre a bibliografia desses designers, em um curto período de tempo para o desenvolvimento do infográfico.

Logo, para o desenvolvimento do mesmo, será através de imagens, ilustrações e iconografia. Diante disso, o infográfico é destinado para discentes do curso de design como também para toda a comunidade acadêmica. Por isso, o infográfico estará disponível em formato *online*, por meio da plataforma figma.

4.3 Desenvolvimento do artefato

Já na fase de desenvolvimento do artefato, levando em consideração a elaboração de conteúdo e arquitetura da informação, foi desenvolvido um painel semântico (figura 36) com o intuito de organizar as referências estéticas, para execução do infográfico.

Figura 36 – Painel semântico



Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

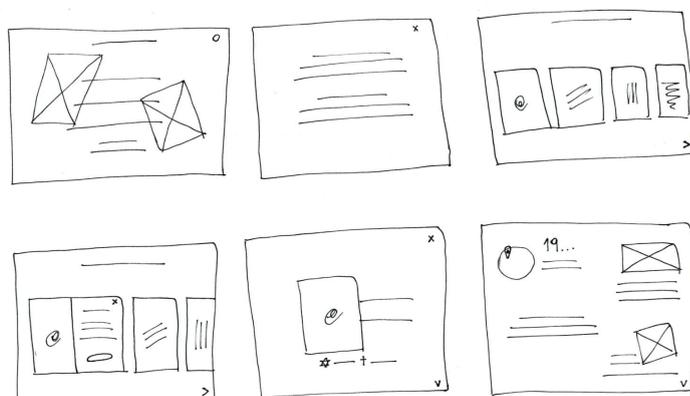
A partir desse painel semântico foi possível obter elementos visuais que seriam utilizados no infográfico, que será evidente nos esboços e na arte final do mesmo. Isto é, após analisadas as imagens foi levantado alguns pontos relevantes para a produção do infográfico, tais como: (1) Junção de um elemento gráfico com a fotografia; (2) Contraste das cores com o preto; (3) Uso de ilustração e imagens; (4) Paleta de cor vibrante e (5) Fonte marcante.

Em seguida, inicia-se a elaboração do conteúdo que deve ser transmitido, a parte textual. Entretanto, como o objetivo é evidenciar o protagonismo de designers negros e negras na história do design, foi preciso selecionar um quantitativo de designers que terão suas contribuições expostas no infográfico. Sendo assim, foi escolhido os designers negros e negras já citados neste trabalho. Entretanto, há um número crescente de designers negros espalhados pelo mundo ora reconhecidos ora omissos, em virtude de um tom de pele. Por causa disso, é de suma importância evidenciar e enaltecer o papel da designer negro na história do design.

Assim, com os designers definidos partiu-se para elaboração dos textos acerca dos mesmos. Logo, buscando a clareza da informação e ser objetivo. Portanto, concluídas as etapas anteriores, inicia-se o processo de organização dessas informações no seu determinado espaço. Melhor dizendo, essa fase é

esboçar os elementos que constam no layout do infográfico (figura 37), que é o texto, as imagens e as formas.

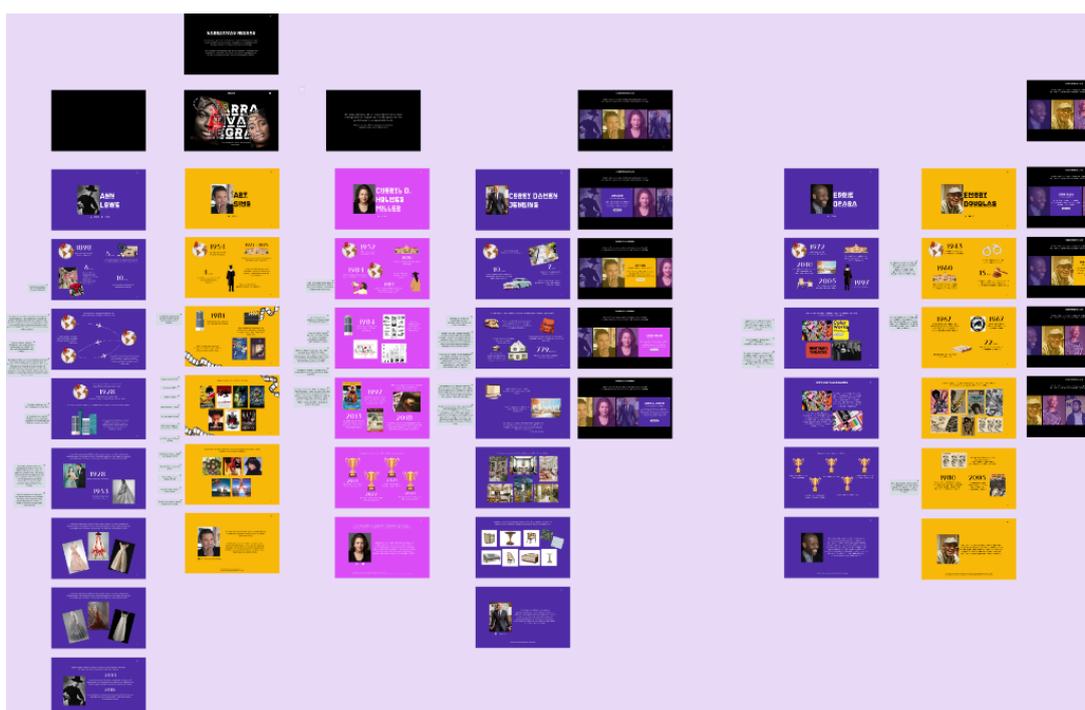
Figura 37 – Layout do infográfico



Fonte: elaborado pela autora.

Contudo, com a elaboração do conteúdo e arquitetura da informação finalizadas, a próxima etapa da metodologia é a arte final (figura 38). Fase na qual o esboço é convertido para a peça finalizada, ou seja, textos e formas são produzidos. Toda a pesquisa em torno da temática do infográfico é convertida para união de texto e projeto gráfico.

Figura 38 – Arte final do infográfico



Fonte: elaborado pela autora.

Considerando a finalidade do projeto, considerei a união das etapas de arte final e acabamento, pois esse projeto não necessitou dessa etapa, sendo a arte final a solução final. Com isso, o resultado do projeto será apresentado.

O infográfico interativo, possui capa, introdução, três composições de perfis de designers e doze infográficos, e será disponibilizado em forma de link *online*, sendo necessário acessá-lo por meio de computador e abrir no navegador Google Chrome.

Acesse o link: <https://www.figma.com/proto/Xm9pIRgjaFHRaCl3RBI8P3/Narrativas-Negras?type=design&node-id=51-36&t=nXdZ2fVnQleLyWHJ-0&scaling=scale-down&page-id=46%3A2&starting-point-node-id=126%3A335>.

5. CONCLUSÕES

Em uma sociedade onde negros e pardos representam 56% (IBGE 2022b) da população brasileira, ainda há uma quase ausência de bibliografia sobre a influência negra na constituição e propagação da história do design, tanto no Brasil como no mundo. A menos que se crie novos conceitos e parâmetros para repensar essa história.

O objetivo primordial dessa pesquisa foi enfatizar e evidenciar designers negros que tiveram suas contribuições e narrativas invisibilizadas dentro da história do design. Apesar da invisibilidade e preconceito racial, associados à falta de oportunidades, os designers negros antes omissos devem ser aclamados pelos seus feitos históricos, pois, a maioria desses designers deixaram marcas significativas na história do design.

Onde estão as nossas referências negras no design? Estão nas universidades, escritórios renomados, empresas reconhecidas, ou seja, estão em todos os lugares, ecoando suas vozes ora em resistência ora em evidência. Ainda que os livros não contenham, as palavras ditas libertam.

Portanto, a relevância desta pesquisa é exaltar a representatividade negra dentro e fora das academias. Visto que, muitos não conhecem essas referências negras no design, pois existe essa carência bibliográfica na grade curricular dos cursos de design. À medida que essas narrativas negras vão saindo da omissão, a história ganha novas perspectivas, o design resgata suas facetas, dando lugar a negritude na mesa.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sílvio Luiz de. **O que é racismo estrutural?**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

ANDRADE, Gabriela Portella Ribeiro de. **INFOGRÁFICO: violência de gênero nas universidades**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

BORGES, Inês Silva. **Design gráfico como forma de descolonização: um estudo e reflexão sobre discursos visuais de discriminação e formas de combatê-los**. 2019. Dissertação (Mestrado em Design Gráfico) - Instituto Politécnico de Leiria Escola Superior de Arte e Design, Caldas da Rainha, 2019.

BÜRDEK, Bernhard E. **DESIGN: história, teoria e prática do design de produtos**. 2. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

BURY, J. A. L.; ARAÚJO, L. L. **Designer gráfica: uma investigação acerca da participação de mulheres na história do design gráfico brasileiro**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2017.

CARDOSO, RAFAEL. 1964 **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CARVALHO, Juliana; ARAGÃO, Isabella. Infografia: Conceito e Prática. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 160 – 177.

CAVALCANTI, et al. Sinalização: um enfoque da ergonomia informacional e cultural. **Revista Estudos em Design**. v. 17. n.2, 2009. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/36/33>. Acesso em: 01 de março de 2023.

FRANÇA, Daniela; CARVALHO, Ricardo Artur Pereira. A hegemonia branca e o conhecimento excludente no Design: uma análise sobre referências profissionais e bibliográficas. **Arcos Design**, Rio de Janeiro: PPESDI / UERJ. v. 15, n. 1, Fevereiro 2022. pp. 147-170. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>. Acesso em: 04 de nov. de 2022.

FULLER, Jarrett. Designers gráficos sempre amaram o Minimalismo. Mas a que custo?. **AIGA**. 1 de abril de 2021. Disponível em: <https://eyeondesign.aiga.org/graphic-designers-have-always-loved-minimalism-but-at-what-cost/>. Acesso em: 11 de nov. de 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LIMA, Ricardo Oliveira da Cunha. **Análise da infografia jornalística**. 2009. 143 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

MILLER, Cheryl D. Holmes. Black design: still missing in action?. **PRINT**, v. 70, n. 2, p. 82-89, Summer 2016. Disponível em:
https://b960fbd8-b335-4bd0-8b73-f001c69ae98c.usrfiles.com/ugd/b960fb_d60d228a1c7249929ee7512b13688582.pdf

MILLER, Cheryl D. Holmes. Black designers: forward in action (part I). **PRINT**, 24 Sept. 2020. Disponível em:
<https://www.printmag.com/design-education/black-designers-forward-in-action-part-i/>. Acesso em: 30 ago. 2022.

MILLER, Cheryl D. Holmes. Black designers: forward in action (part IV). **PRINT**, 15 Oct. 2020. Disponível em:
<https://www.printmag.com/design-news/black-designers-forward-in-action-part-iv/>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MILLER, Cheryl D. Holmes. Black designers: missing in action (1987). **PRINT**, 27 June 2016. Disponível em:
<https://www.printmag.com/design-culture/black-designers-missing-in-action-1987/>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MINCHILO, P. M. A. Q.; BENEDITO, I. M. Visibilidade e valorização: o reconhecimento de mulheres negras do Design de Ambientes. **Transverso**, ano 9, n. 10, p. 53-59, 10 ago. 2021. Recuperado de
<https://revista.uemg.br/index.php/transverso/article/view/5629>.

MIRANDA, Fabiano de. **Animação e interação na infografia jornalística: uma abordagem do Design da Informação**. 2013. Dissertação (Mestrado em Design) - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

Miranda F. & Andrade R, C. Pensar Infográfico: uma proposta de ensino introdutório de infografia sob a perspectiva da linguagem gráfica. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 14, n. 3, 2017, p. 374 – 396.

MUNIZ, Vitor Medeiros. **Pesquisa de tendências: a potencialização da representatividade negra através do design**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

MORAES, Ary. **Infografia: História e Projeto**. 1. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2013.

OLIVEIRA, Laila Santana de. **Resgate ancestral: percursos para um design contra hegemônico**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Instituto de Artes, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

Oliveira, L.S.; Santos, F.A. Design Gráfico e Contra-Hegemonia: exemplos na América Latina e Nigéria. *In: Anais* do CIDI | Congresso Internacional de Design da informação, 9, 2019 e do CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação, São Paulo: Blucher, 2019, p. 2543 - 2548.

PASSOS, Maria Clara Araújo dos. O currículo frente à insurgência decolonial: constituindo outros lugares de fala. **Cad. Gên. Tecnol.**, Curitiba, v.12, n. 39, p. 196-209, jan./jun. 2019.

QUEIROZ, Luiza. Designer cria plataforma digital para aumentar visibilidade de profissionais negros na área. Entrevistado: Wagner Silva. **Casa Vogue**, São Paulo, 04 jun. 2020. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2020/06/designer-cria-plataforma-digital-para-aumentar-visibilidade-de-profissionais-negros-na-area.html>. Acesso em: 25 set. 2022.

Quintão, F.S.; Triska, R. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 105 – 118.

ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. **Design de interação**: além da Interação humano-computador. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. 585 p.

SANT'ANNA, M. R.; BERNARDO DE MACEDO, K. A influência dos grupos marginalizados ao fim do II Império na construção da noção de identidade visual brasileira e sua relação com as produções de moda. **DaPesquisa**, Florianópolis, v. 3, n. 5, p. 496-506, 2019. DOI: 10.5965/1808312903052008496. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/15420>. Acesso em: 25 out. 2022.

SANTOS, C. T. dos. Relato de experiência: uma conversa sobre design e raça. **Transverso**, ano 9, n. 10, p. 79–95, 10 ago. 2021. Recuperado de <https://revista.uemg.br/index.php/transverso/article/view/6101>.

SANTOS, N. dos; FIALHO, F.; **Manual da Análise Ergonômica do Trabalho**. 2. ed. Curitiba: Editora Genesis, 1997.

SILVA, Nádya Maria Cardoso da. UNIVERSIDADE NO BRASIL: COLONIALISMO, COLONIALIDADE E DESCOLONIZAÇÃO NUMA PERSPECTIVA NEGRA. **Revista Interinstitucional Artes de Educar**. Rio de Janeiro, V. 3 N. 3 – pág. 233-257 (out/2017 – jan/2018): “Decolonialidade e Educação: entre teorias e práticas subversivas” – DOI: 10.12957/riae.2017.29814

SILVA, Ingrid Tossedó da. **(Re) existência negra**: editorial experimental de moda. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022.

SOUZA, Rafaella de Fátima. **Acendendo Velas**: proposta de projeto editorial e ilustrativo para um capítulo. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado

em Design) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia,2021.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **ESDI: biografia de uma ideia**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1996.

SBRAVATE, Felipe. Decolonizing Design: what exactly are we talking about when we use the term?. **Medium**, 2020. Disponível em: <https://uxdesign.cc/decolonizing-design-what-exactly-are-we-talking-about-when-we-use-the-term-b104322ef343>. Acesso em: 25 set. 2022.

UXFCONF. Wagner Silva - Onde estão nossas referências negras em design?. Youtube, 17 de junho de 2019. Disponível em: https://youtu.be/37gP0iYO8_0. Acesso em: 25 set. 2022.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) discente,

Temos o prazer de convidá-lo(a) a participar do projeto de pesquisa "A INVISIBILIDADE DA NEGRITUDE NO DESIGN: a omissão da contribuição de designers negros e negras na história do design", cuja pesquisadora responsável é a Profa Dra Livia Flávia de Albuquerque Campos.

O objetivo do projeto é compreender os motivos da invisibilidade representativa de designers negros dentro da academia de design. Prezado (a) discente está sendo convidado por que faz parte do público de interesse (alunos de qualquer período do curso de design).

O propósito do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) é informar você sobre o que é necessário para ajudá-lo a decidir se deseja ou não participar deste projeto. Sendo crucial, a atenção acerca das informações contidas no questionário. A sua participação será online. Assim, é importante avisar que nesse tipo de participação pode acontecer falhas técnicas como: problemas no sistema, indisponibilidade rápida das páginas, perda das informações e necessidade de escrever novamente essas informações.

A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido(a) pela pesquisadora que irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Você não será identificado em nenhuma publicação.

Salienta-se que, o presente estudo, não terá nenhum custo, nem receberá compensação financeira e todos os materiais necessários para a coleta de dados, serão providenciados pelo pesquisador. Caso aceite, sua participação consiste em responder perguntas destinadas a conhecer os motivos que resultam na invisibilidade negra dentro do design e posteriormente um questionário sobre a satisfação no uso de uma interface.

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 anos, e após esse tempo serão destruídos. As informações coletadas serão mantidas em total sigilo, respeitando a sua confidencialidade, sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica.

Durante todo o período da pesquisa você poderá entrar em contato com o pesquisador responsável para tirar suas dúvidas através do e-mail livia.albuquerque@ufma.br ou pelo telefone (98) 9981375412 ou ainda no endereço Av. dos Portugueses, 1966 - Vila Bacanga, São Luís - MA, 65080-805, Centro de Ciências Exatas e Tecnologia, Departamento de Desenho e Tecnologia. Caso você queira se comunicar com a pesquisadora para qualquer esclarecimento, dúvidas ou reclamações através do telefone (98) 988951762 e e-mail debora.crs@discente.ufma.br.

Aceitando responder ao questionário você estará concordando com os termos acima descritos, admitindo que foi informado sobre o que queremos fazer e porque precisamos de sua colaboração. Por isso, concorda em participar do projeto, sabendo que não vai ganhar nada, que pode sair quando quiser e que vai receber uma via assinada deste termo.