

## **ANÁLISE INTEGRATIVA DA REPRESENTATIVIDADE DA ESTÉTICA NEGRA NO DESIGN**

*Josino Gomes da Silva Neto, acadêmico em Design Gráfico pelo Unipê (Centro Universitário de João Pessoa); Alberlene Baracho, acadêmica em Arquitetura e Urbanismo pelo Unipê (Centro Universitário de João Pessoa); Marina Lima Figueirêdo, acadêmica em Arquitetura e Urbanismo pelo Unipê (Centro Universitário de João Pessoa); Kalênio Sergio Vilar F. Dantas, acadêmico em Arquitetura e Urbanismo pelo Unipê (Centro Universitário de João Pessoa); Cristiane Augusta Gomes Bodra, acadêmica em Arquitetura e Urbanismo pelo Unipê (Centro Universitário de João Pessoa).*

*E-mail do autor principal: josinogomes1@gmail.com*

### **RESUMO**

Levando em consideração a formação étnica do nosso país, Brasil, buscou-se através da análise proposta por uma revisão integrativa, resultado deste trabalho que trata sobre a representação étnica e de gênero, no design e na arquitetura. Levando em consideração a perspectiva da ótica feminina foi possível considerar que, o produto fruto das áreas supracitadas, quando voltados para a estética negra, tendem a dar mais visibilidade e voz a identidade majoritária e mais discriminada do país.

**Palavras-chave:** Representatividade negra, Mulher negra, Design, Espacialidades.

### **INTRODUÇÃO**

Ao longo do desenvolvimento sociocultural, foi estimada uma perspectiva separatista entre homem e mulher - o que está, essencialmente, ligado ao machismo e ao

patriarcalismo: pensamentos que alegam que o homem deva superar a mulher -, sendo assim, esse era o comportamento imposto aos homens. Em contrapartida, deu-se o estopim aos movimentos feministas - os quais têm sido, leigamente, deturpados como um conceito contrário ao machismo, o que seria o femismo - na verdade, o feminismo representa senso de humanidade, a equidade (de direitos) entre os gêneros. Uma das citações de Beauvoir, fala sobre essa visão egocêntrica: "Que nada nos defina, que nada nos sujeite. Que a liberdade seja a nossa própria substância, já que viver é ser livre". Além da questão do machismo, entra o racismo, o que submete ainda mais a mulher negra. Na mídia, não é diferente, se a invisibilidade feminina já era predominante, a da negra, especificamente, mais ainda. Vários mecanismos da publicidade sempre apresentaram a mulher negra com um estereótipo sexual ou doméstica, o que não somente remete uma noção de submissão, como desestimula o incentivo à desconstrução desse preconceito. A mídia carece de um maior remanejamento na inclusão de negras com papéis de destaque, seja em comerciais, campanhas, filmes, telenovelas, etc. Afinal, segundo estatísticas do IBGE, vivemos num país majoritariamente negro - 53,6% (2014) -, onde a identidade em comento é desvalorizada, e, em contraponto, é dada visibilidade, dignidade e reconhecimento ao branco. Considerando o exposto, este breve ensaio se objetiva em analisar os recentes estudos sobre a estética negra e suas representações.

## **MÉTODOLOGIA**

O presente trabalho se propôs a realizar uma revisão integrativa, buscando nas bases de dados Science, Google Acadêmico e Scielo, publicações das áreas afins. Sob os descritores: Representatividade Negra, Mulher Negra e Design, de acordo com o recorte entre os anos de 2017 e 2021.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Foram encontrados 3 (três) trabalhos realizados recentemente sobre o tema proposto nessa síntese.

Tabela 1: Revisão dos artigos.

Artigo 1: Representações de gênero e etnia em design de embalagens: produtos cosméticos direcionados a mulheres negras

Objetivos	Discutir sobre as representações de gênero e etnia nas embalagens de produtos.
Métodos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudo de caso;</li> <li>• Entrevistas;</li> <li>• Análise iconográfica.</li> </ul>
Resultados	Foram encontrados avanços no design de produtos direcionado ao público das mulheres negras, não se caracterizando como diferença étnica, mas apresentando a diversidade humana.

Artigo 2: Design Gráfico como forma de descolonização. Um estudo e reflexão sobre discursos visuais de discriminação e forma de combatê-los.

Objetivos	Analisar a representatividade e objetificação do corpo negro no design gráfico.
Métodos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão bibliográfica;</li> <li>• Projeto prático.</li> </ul>
Resultados	Destacou a necessidade de visibilidade da mulher negra em Lisboa, discutindo sobre um processo de descolonização no âmbito dos discursos discriminatórios.

Artigo 3: Lançamento da marca “ponto negro”: um novo conceito no mercado paraense

Objetivos	Apresentar uma marca étnica racial cultural no mercado de Belém, na Amazônia, Pará.
Métodos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projeto de intervenção;</li> <li>• Pesquisa de campo, abordagem quantitativa.</li> </ul>
Resultados	Conclui-se uma carência da proposta de uma loja étnica cultural, com um número relevante de potenciais de clientes.

Fonte: Autores 2021.



Segundo os trabalhos coletados, é possível destacar a importância da representatividade na estética negra. O design apresentado nos meios de comunicação visual, espaços comerciais e em produtos atuam como fortes aliados ao processo de fortalecimento da identidade negra, diminuindo consideravelmente a discriminação.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho se propôs, como objetivo geral, analisar um conjunto formado através de três artigos sobre a estética negra e suas representações, permitindo a disseminação e a socialização dos conhecimentos contidos no material analisado. Pode-se chegar assim, a algumas conclusões, segundo os resultados e discussões há avanços no design de produtos direcionado ao público das mulheres negras no campo da representação gráfica em embalagens de produtos, porém destaca-se a necessidade de visibilidade sobre um processo de descolonização no âmbito das preleções discriminatórias, além da carência de proposta étnica cultural no campo comercial. Sendo assim, reafirmando a importância da representatividade da estética negra no Design, que engloba os campos da comunicação visual, produtos e espaços comerciais.

## **REFERÊNCIAS**

BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. Nova Fronteira, 2014.

BORGES, Inês Isabel Silva. Design Gráfico como forma de descolonização. Um estudo e reflexão sobre discursos visuais de discriminação e forma de combatê-los. Dissertação de Mestrado apresentado a Escola Superior de Arte e Design. Caldas da Rainha, 2019.

LIMA, Raffaely Luz; DE SENA, Arcângela Auxiliadora Guedes. Lançamento da Marca “Ponto Negro”: Um Novo Conceito no Mercado Paraense. Puçá - Revista de Comunicação e Cultura da Faculdade Estácio do Pará - Belém, Ano 2, Vol. 2, no 1. Jan./Jun. 2016. ISSN - 2526-4729.

ROSA, Elisa Conceição da Silva; ONO, Maristela Mitsuko. Representações de Gênero e Etnia em Design de Embalagens: Produtos Cosméticos Direcionados a Mulheres Negras.