



DESIGN GRÁFICO COMO FORMA DE DESCOLONIZAÇÃO

Um estudo e reflexão sobre discursos visuais de discriminação e formas de combatê-los

Aluna: Inês Silva Borges

*Dissertação para obtenção do Grau de Mestre
em Design Gráfico*

Instituto Politécnico de Leiria
Escola Superior de Arte e Design

Orientadora: Teresa Fradique
Co - Orientador: Marco Balesteros

Caldas da Rainha, 2019

DESIGN GRÁFICO COMO FORMA DE DESCOLONIZAÇÃO

Um estudo e reflexão sobre discursos visuais de discriminação e formas de combatê-los

*Para os meus avós
Também para a minha mãe, pai e irmãos.*

agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer à Professora Teresa Fradique, não só pela sua orientação como também pelo apoio emocional, pela partilha de conhecimento, pelas maravilhosas conversas, indicações de livros e especialmente pela paciência durante estes 3 / 4 anos de criação e desenvolvimento desta dissertação.

Ao professor Marco Balesteros pelos contributos essenciais e valiosos para a concretização do projecto prático e pelas sugestões cruciais para a evolução da investigação.

Ao meu professor de Design de Comunicação nos anos de licenciatura, Felipe Trigo pelo incentivo para sair da minha zona de conforto, algo que sempre ficou alojado na minha mente durante todo o processo da pesquisa, e espero tê-lo conseguido.

A todos os professores de mestrado e intervenientes do projeto, pelas suas sugestões e indicações que acrescentaram bastante à qualidade da dissertação.

Ao meu tio Carlos Inácio pelas palavras de incentivo e pela orientação ao longo do processo de investigação durante a minha estadia em Cabo Verde. Agradeço também ao professor Manuel Lima Fortes pela disponibilidade e indicação de locais de investigação em São Vicente e pela oportunidade de apresentar o meu, na altura, esboço de projecto no Instituto Pedagógico de Mindelo.

À Filomena Delgado pelos passeios artísticos em São Vicente que acrescentaram imenso ao campo visual da introdução como também a minha percepção de formas de ativismo e homenagem visual em Cabo Verde.

Ao meu padrinho pelo suporte.

Aos amigos que me acompanharam nesta trajectória, mais especificamente:

À Joana Barros pelo apoio, motivação e pelas dúvidas esclarecidas.

À Mónica Furtado pelos debates, ideias, conversas electrizantes e emocionantes sobre temas desta investigação, como também o apoio incondicional que nunca irei esquecer.

À Sara Martins pela motivação e demonstrações de carinho quando necessárias que me ampararam em momentos difíceis.

Às minhas comadres Daniela Freitas e Neide Barbosa, que mesmo não sabendo, as palavras de ânimo e encorajamento ajudaram-me durante esta jornada.

Finalmente à minha mãe pelo amor incondicional e contribuição com as suas histórias de juventude e as manifestações presenciadas em Cabo Verde que acrescentaram muito à concretização desta dissertação. Ao meu pai pela sua sabedoria e segurança.

Aos meus irmãos Lipe, Luis e Tova a quem devo o meu crescimento pessoal e profissional, que mesmo distantes, nunca deixaram de estar

presentes na minha vida. Obrigada pelo vosso apoio e por não me deixarem ceder à dificuldade que a dissertação trouxe. Amo-vos.

resumo | abstract

pt

Da experiência biográfica enquanto designer gráfica, mulher e negra que enfrentou questões complexas durante o seu percurso académico, resultou esta dissertação que pretende, de uma forma crítica e construtiva, responder aos problemas da falta de representação dos negros e das negras no âmbito do design gráfico. Este projecto de investigação divide-se em duas partes. A primeira parte tem como objetivo analisar e compreender temas e problemas relacionados com a apropriação e objectificação do negro, não só no design gráfico, mas também na pintura, no cinema, na música, entre outros. A segunda parte, através de um projecto prático, visa descolonizar o pensamento do leitor no que diz respeito à imagem estereotipada com que os negros são representados nos meios de comunicação, com o fim de criar novas narrativas e histórias diversificadas da negritude.

Palavras-Chave: Representação; Design Gráfico; Descolonização; Meios de comunicação.

en

From the biographical experience as a graphic designer, and black woman who faced complex issues during her academic career, this dissertation resulted in a critical and constructive response to the problems of the lack of black representation in the area of graphic design. This research project is divided into two parts. The first part aims to analyze and understand themes and problems related to black appropriation and objectification not only in graphic design but also in painting, cinema, music, among others. The second part, through a practical project, aims to decolonize the reader's thinking regarding the stereotypical image with which blacks are represented in the media, in order to create new narratives and stories diversified from blackness.

Key Words: Representation; Graphic Design; Decolonization; Media.

Índice de imágenes

FIG.	1	FIG.	15	FIG.	36 37 38	FIG.	53
FIG.	2 3 4	FIG.	16	FIG.	39 40	FIG.	54
FIG.	5	FIG.	17	FIG.	41 42 43	FIG.	55
FIG.	6 7	FIG.	18	FIG.	44 45	FIG.	56
FIG.	8	FIG.	20	FIG.	46	FIG.	58
FIG.	9	FIG.	21	FIG.	47	FIG.	59
FIG.	10	FIG.	22	FIG.	48	FIG.	60
FIG.	11	FIG.	23	FIG.	49	FIG.	61
FIG.	12	FIG.	24	FIG.	50	FIG.	63
FIG.	13	FIG.	27	FIG.	49	FIG.	63
FIG.	14	FIG.	28	FIG.	50	FIG.	64
FIG.	15 16 17	FIG.	29	FIG.	51 52	FIG.	65
FIG.	18	FIG.	31	FIG.	53	FIG.	66
FIG.	19	FIG.	32	FIG.	54 55	FIG.	67
FIG.	20	FIG.	33	FIG.	56 57	FIG.	68
FIG.	21	FIG.	34	FIG.	58 59	FIG.	70
FIG.	22	FIG.	35	FIG.	60	FIG.	73
FIG.	23 24	FIG.	36	FIG.	61	FIG.	74
FIG.	25	FIG.	42	FIG.	62	FIG.	75
FIG.	26	FIG.	43	FIG.	63 64	FIG.	76
FIG.	27	FIG.	44	FIG.	65	FIG.	77
FIG.	28	FIG.	45	FIG.	66 67	FIG.	78
FIG.	29 30	FIG.	46	FIG.	68	FIG.	79
FIG.	31	FIG.	47	FIG.	69	FIG.	80
FIG.	32	FIG.	49	FIG.	70	FIG.	81
FIG.	33	FIG.	51	FIG.	71	FIG.	82
FIG.	34 35	FIG.	52	FIG.	72	FIG.	84

FIG.	73 74 75	87	FIG.	112	137
FIG.	76	88	FIG.	113	141
FIG.	77	92	FIG.	114	142
FIG.	78 79	95	FIG.	115	149
FIG.	80	96	FIG.	116	150
FIG.	81	99	FIG.	117	152
FIG.	82	100	FIG.	118 119	161
FIG.	83 84	102	FIG.	120 121	162
FIG.	85 86	104	FIG.	122 123	163
FIG.	87	105	FIG.	124 125	164
FIG.	88	106			
FIG.	89	109			
FIG.	90	110			
FIG.	91 92	111			
FIG.	93	112			
FIG.	94	116			
FIG.	95	119			
FIG.	96	120			
FIG.	97 98	121			
FIG.	99	122			
FIG.	100	123			
FIG.	101	124			
FIG.	102 103	126			
FIG.	104 105	128			
FIG.	106 107	129			
FIG.	108	130			
FIG.	109	131			
FIG.	110	133			
FIG.	111	134			

índice

AGRADECIMENTOS	VI		
RESUMO ABSTRACT	VIII		
ÍNDICE DE IMAGENS	XII		
ÍNDICE	XIV		
01 INTRODUÇÃO	14		
01.1 LUGARES DE FALA	21		
01.2 CONTEXTO	26		
01.3 OBJECTIVOS E QUESTÕES DA INVESTIGAÇÃO	37		
02 NEGRITUDE E PRÁTICAS DE “OBJECTIFICAÇÃO”	40		
02.1 RACISMO, PRECONCEITO E A NECESSIDADE DE DESCOLONIZAR UM “FUTUROCOMUM”	40		
02.1.1 PELES NEGRAS, MÁSCARAS BRANCAS: HERANÇAS E INFLUÊNCIAS	42		
02.1.2 THE FACT OF BLACKNESS	45		
02.1.3 CONTRIBUIÇÕES DE ACHILLE MBEMBE E BELL HOOKS	46		
02.2 OBJECTIFICAÇÃO GRÁFICA E A HERANÇA DA NEGROPHILIA	57		
02.3 DESIGN GRÁFICO E A REPRESENTAÇÃO DA DIVERSIDADE: O CASO COLORS	86		
03 A(R)TIVISMO E DECOLONIAL DESIGN		94	
03.1 O DESIGNER COMO A(R)TIVISTA		97	
03.2 A CULTURA NEGRA NO ATIVISMO		118	
03.2.3 NOT TURNING BACK		128	
03.3 DESCOLONIZAÇÃO VISUAL VISUAL DECOLONIZATION		136	
04 PROJECTO PRÁTICO		144	
04.1 UMA PROPOSTA DE DECOLONIAL DESIGN		144	
04.2 O SÍMBOLO NEG‘US’		148	
04.3 MUSEU DAS HALF TRUTHS: UMA PROPOSTA DE MERCHANDISING		159	
05 CONCLUSÃO		251	
06 BIBLIOGRAFIA		257	
07 ANEXOS		270	

*“You always told me ‘It takes time.’
It’s taken my father’s time, my mother’s
time, my uncle’s time, my brothers’ and
my sisters’ time. How much time do you
want for your progress?”*

_ James Baldwin, 1963

01 | **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho de investigação em design gráfico parte de um contexto que é simultaneamente social, cultural e biográfico, já que o meu ponto de partida consiste em reflectir sobre a minha própria experiência como mulher e negra. Nessa condição sinto que faço parte de um grupo que é atingido pelo sexismo e pelo racismo. Esta pesquisa pretende assim contribuir - através de uma análise de estudos de caso e de um projecto prático - para uma reflexão sobre como pode o design gráfico e a cultura visual materializar esses discursos de discriminação mas também combatê-los.

Ao crescer num bairro social, o meu conhecimento do design gráfico era nulo, mas recordo-me da forma como admirava os grafismos nos cartazes da Nike, os layouts das revistas como a Vogue e ELLE que a minha mãe trazia do trabalho, as artes de rua, e os graffitis perto da minha escola.

A primeira vez que me introduziram à expressão design gráfico foi no secundário através da minha professora de Oficina de Artes. Quando procurei o que queria dizer apaixonei-me pela

área e, passados alguns anos, licenciiei-me em Design de Comunicação.

Apesar de adorar o curso, na Licenciatura, sempre me senti como alguém que não pertencia àquele lugar, o que continuou com o Mestrado, por ser sempre a única negra nas turmas. E, tal como afirma João Mendes numa entrevista recente ao Diário de Notícias, reportado por Fernanda Câncio¹ : “E fui avançando na escola e, como a Cristina [Roldão, socióloga], vendo cada vez menos negros à minha volta”.

Este trabalho parte assim de uma urgência em debater, problematizar e investigar a partir da cultura visual em geral e do design gráfico em particular - formas de discriminação e opressão que acompanham processos de apropriação e objetificação da negritude.

Ao longo dos anos, muitos movimentos foram criados para poder ganhar controlo do que anti-gamente não era possível controlar, ou seja, de como os negros eram representados e tratados na sociedade.

¹ Câncio, F. (2017) É preciso Portugal. Buala 2017.



Fig.1 | Logotipo dos Black Panther Party realizado pelas designers Dorothy Zellner e Ruth Howard

Entre os mais conhecidos e icónicos estão os que emergiram nos Estados Unidos na segunda metade do século XX: o Civil Rights Movement (1954 - 1968), o movimento Black Power (1960s - 1970s), ou, mais recentemente, o Black Lives Matter. O Black Power foi um movimento que defendia e acreditava no orgulho de ser negro, auto-suficiência e igualdade para todos de descendência africana e que tinha como um dos seus símbolos a Pantera Negra, estando na origem do Black Panther Party, em 1966, que desenvolveu e propôs um novo programa cultural, político e económico.

Um dos principais protagonistas deste vasto projecto de mudança foi Martin Luther King Jr. que acompanhou estes movimentos defendendo o direito ao trabalho e à habitação, e principalmente lutou para acabar com a segregação.

Foi este discurso que reflecte sobre formas de liberdade de expressão e agradecimento às pessoas que lutaram pelos direitos civis das minorias e para que as suas vozes fossem ouvidas no mundo inteiro, que encontrei na minha viagem a Cabo Verde.

Quando decidi viajar para Cabo Verde em Novembro de 2017, com a ideia de me inspirar para o meu projeto prático, não tinha a noção do impacto que iria sentir nesta “aventura”. Uma viagem carregada de cultura visual que me ajudaria de uma vez por todas decidir o que queria fazer e como iria impactar na minha decisão uma reconfiguração positiva da minha descendência cabo verdiana e da minha negritude.

Até metade da viagem ainda não tinha encontrado nada que me revelasse essa identidade que procurava, até que a minha mãe decidiu levar-me ao bairro que a viu crescer e aos meus avós, Ribera Bote, pois queria rever os amigos e alguns familiares que ainda lá vivem.

Como referi acima, desde pequena sempre tive uma admiração por graffitis e formas de expressão visual e grafismos que mais tarde se tornaram mais do que arte numa parede, para passarem a revelar mensagens importantes, através da conjugação entre imagem e tipografia. O que me deparei quando cheguei a São Vicente foi algo que, de uma certa forma,



Fig.2 | Fachada de uma casa em Ribera Bote



Fig.3 | Fachada de uma casa em Ribera Bote



Fig.4 | Fachada de uma casa em Ribera Bote

transformou a minha maneira de interpretar e representar os meus pensamentos e como podia aplicá-los no design gráfico pela maneira como expressavam as suas mensagens de orgulho por ser Cabo Verdiano, utilizando plataformas onde se garantia que toda a gente as visse.

Considerado um dos bairros não muito seguros de São Vicente, tive de fotografar apenas com o telemóvel, e mesmo este podia ser ‘perdido’. Apercebi-me logo que era ali que eu seria testemunha de um lugar cheio de uma cultura visual própria e uma expressão de mensagens gráficas que transmitiam um certo modo de ser Cabo Verdiano. Imagens da bandeira de Cabo Verde nas fachadas frontais das casas, ao lado de tributos a personalidades como Bob Marley, ou personagens favoritas como Ghostface de Scary Movie, misturados com o símbolo dos Rolling Stones junto a um grafismo dedicado ao bairro, numa mistura gráfica e visual ao mesmo tempo local e cosmopolita.

Nesses murais vemos também manifestações de respeito a líderes da luta anticolonialista e antirracista, como Amílcar Cabral, que foi



Fig.5 | Fachada de uma casa em Ribera Bote, 2016

um político, agrônomo e teórico marxista da Guiné-Bissau e de Cabo Verde, que lutou contra o colonialismo português, liderando a guerra pela independência nestes territórios (Gouveia, 2013). Um tributo que se repete no centro da capital Mindelo. Estas imagens são ícones da determinação dos povos africanos que queriam alcançar a independência do seu país e, de uma certa forma, elas imortalizam Amílcar Cabral enquanto líder que desejava uma justa emancipação africana.

Esta viagem foi uma experiência muito importante para a realização do projeto prático ao abrir um leque de ideias e ao permitir-me presenciar várias formas de expressão e ativismo gráfico num dos bairros mais aventureiros da ilha de São Vicente. Mas esta a experiência foi ainda enriquecida pela visita a galerias de arte e a espaços urbanos na cidade de Mindelo.

Esta etapa da pesquisa trouxe uma reviravolta no percurso que o projeto prático estava a ter talvez, e sobretudo, porque constituiu uma experiência biográfica profundamente marcante, permitindo-me enquadrar de outra forma

as histórias que ouvia desde pequena sobre a cultura Cabo Verdiana, as suas manifestações e daquilo que vim a perceber ser, afinal, algo que se aproxima de um orgulho de ser Cabo Verdiana e negra.

Exemplo disso são as explicações do meu pai sobre como danças ao som do batoque (feito apenas por mulheres) na ilha de Santiago, colâneas vistas em festas tradicionais de 'Colá São João' e que são umas das principais heranças musicais da ilha, gerando momentos de convívio muito importantes, quer seja em batizados ou vésperas de casamentos, com as mulheres a expressarem admiração ou crítica, através da ironia, sobre acontecimentos que experienciavam no seu dia-a-dia. Passei a interpretar de outra forma o facto de as mesmas terem sido proibidas durante o regime do Estado Novo, passando a ser praticadas em segredo, pois se fossem encontradas, os seus intérpretes seriam capturados e presos pela PIDE.

Foi neste contexto que ouvi o episódio sobre um familiar vítima da PIDE e enviado para a prisão de Tarrafal, por ter sido identificado

como inimigo do regime ditatorial de Salazar (tendo falecido, nessa prisão). Percebi também que, mesmo com as proibições do regime de Salazar, estas tradições continuaram até aos dias de hoje, tanto em Cabo Verde, como no meu bairro, onde as testemunhei ao longo dos anos.

Esta viagem serviu também para enquadrar o discurso da minha mãe sobre o próprio Amílcar Cabral e sobre o que o mesmo significava para ela e para o povo Cabo Verdiano. O assassinato de Cabral, em Conacri (Guiné) a 20 de Janeiro de 1973, foi absolutamente chocante para a minha família e comunidade. A minha mãe descreveu-me que ao receberem a notícia da sua morte pela rádio nacional, Rádio Barlavento, as pessoas saíam nas ruas a chorar e a abraçarem-se e a expressarem a raiva ao entoarem "hoje Português matá nós tude (hoje os portugueses mataram-nos a todos)".

Após a independência, muitas foram as manifestações de homenagem que afirmavam a importância deste combatente pela independência Cabo Verdiana e Guinense. Andavam pelas



Fig.6 | Fachada de uma casa em Ribera Bote, 2016



Fig.7 | Fachada de uma casa em Ribera Bote, 2016

ruas com bandeiras a entoar músicas da independência que continham o nome e história de Cabral, como a música de Ildo Lobo (25 de Novembro de 1953 – 24 de Outubro de 2004) "Labanta braço (Levanta o braço)", principalmente a parte "Gritá, Viva Cabral; Comba, Combatente Di Nôs Terra (Gritem, Viva Cabral; Comba, Combatente Da Nossa Terra)".

Sempre ouvi dizer que São Vicente, apesar de ser a ilha mais pequena do arquipélago, é a que mais está ligada a escritores Cabo Verdianos que pertenceram ao Movimento de Emancipação Cultural da sociedade Cabo Verdiana através da criação da revista literária Claridade criada em 1936. Escritores esses, como Manuel Lopes, Baltasar Lopes da Silva ou Jorge Barbosa, que procuravam um afastamento da literatura portuguesa e a criação de uma literatura Cabo Verdiana como uma forma de valorização do crioulo, do homem Cabo Verdiano e que, mesmo sendo um país colonizado por Portugal, poderia afirmar criativamente a sua própria cultura, literatura e língua, rompendo assim com o romantismo dominante ao afirmar uma literatura realista e moderna.



Fig.8 | Fachada de uma casa em Ribera Bote, 2016

O movimento Claridade teve portanto um grande impacto no povo Cabo Verdiano pois proporcionou um movimento nacionalista após a sua origem na região da ilha de São Vicente. (Salla, 2014).

Assim, esta viagem a Cabo Verde, no contexto deste trabalho, consistiu simultaneamente numa descoberta sobre a minha cultura, as suas manifestações de anticolonialismo e antirracismo e de como estes aspectos se reflectem numa cultura gráfica. É a partir dessa ideia de que é possível e necessário “descolonizar” discursos, mas também imagens, e que a voz das mulheres negras devem ganhar mais visibilidade na sociedade em geral, mas também no design gráfico, em particular, que proponho trabalhar naquilo que já foi identificado por Margaret Anderson, num artigo publicado em 2017 na revista Eye, como “decolonial” design:

For the U.S., whose decolonized design programs are few and far between, a transdisciplinary approach to design might be the best way to (...) start a conversation about design that acknowledges

many voices instead of a select few.
(Anderson, 2017)

Esse trabalho pretende ainda questionar o efeito da objetificação da negritude e a sua relação com o design gráfico, procurando nesta disciplina soluções que nos permitam contribuir para o combate aos discursos racistas e, conseqüentemente, produzir intervenções de natureza ativista que explorem esses mesmos processos de visibilidade, apropriação e representação.

01.1 LUGARES DE FALA



Fig.9 | Jacques Arago. “Escrava Anastácia” 1839

Uma das referências mais importantes do pensamento decolonial contemporâneo, principalmente de crítica aos discursos discriminatórios e da criação de um lugar de fala para os afrodescendentes, é a artista Grada Kilomba conhecida pela sua obra *Plantation Memories* de 2008. No capítulo “The Mask”, a autora debate o lugar de fala das mulheres negras recorrendo como metáfora à imagem da “Escrava Anastácia” com a boca coberta por uma máscara de ferro. Esta era uma ferramenta utilizada durante a escravatura, não só para impedir que os negros escravizados enquanto trabalhavam nas plantações não comessem dos produtos que colhiam, mas funcionava também como objeto de tortura, medo e opressão.

(...) the mask was used by white masters to prevent enslaved Africans from eating sugar cane (...) while working on the plantations, but its primary function was implement a sense of speechlessness and fear (...) (Kilomba, 2008: 16)



Fig.10 | Stephanie Kenyaa Mzee (15.06.2018)

Kilomba está interessada em usar esta imagem como um símbolo visual para uma condição social actual. Neste sentido propõe fazermos um paralelismo com os dias de hoje, defendendo que 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 afrodescendentes, sobre os seus direitos e o seu lugar na vida social.

The mouth is a very special organ, it symbolizes speech and announcement. Within racism, it becomes the organ of oppression par excellence; it represents the organ whites want - and needs - to control. (Kilomba, 2008: 16)

A imagem utilizada por Grada Kilomba coloca ainda a questão do silenciamento de género e da representação feminina. E neste contexto podemos trazer outra referência retirada da área das artes, a artista Stephanie Kenyaa Mzee, que explora justamente este tema das mulheres, principalmente negras.

Nos Estados Unidos, e mesmo em Portugal, existe uma preocupação nos debates mais recentes com vista a reflectir sobre como as mulheres negras são silenciadas quando outros falam por elas. E isto se percebe na história do racismo, da escravatura e na luta pelos direitos civis, onde, claramente, as vozes mais omissas/suprimidas, são as vozes das mulheres/meninas negras. É esta realidade que Mzee pretende retratar metaforicamente:

The white hands touching and prodding the subject signify how black women of that time were controlled by white people during slavery or when they served as servants. Mzee acknowledges that the effects of this still carry on to this day: “black women are still mainly associated with the term domestic worker in South African homes. (Taahirah, 2018)

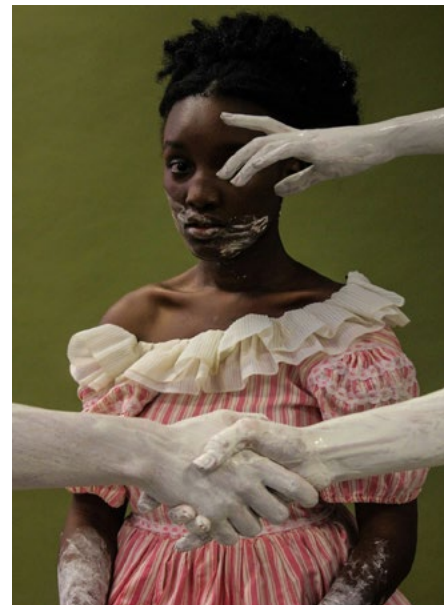


Fig.12 | Stephanie Kenyaa Mzee (15.06.2018)

Este trabalho fotográfico explora assim a opressão e a omissão que as mulheres negras sofrem nos Estados Unidos da América e a forma como as duradouras representações e percepções das mesmas têm vindo a influenciar e afetar a sua identidade.

nária, uma dimensão subversiva e que utiliza a cultura visual e o Design Gráfico como ferramenta de acesso à liberdade de expressão, como aconteceu, por exemplo, durante o movimento do chamado Maio de 1968 e que vamos abordar mais à frente neste trabalho.

“Compliance has been one theme throughout the years. Whether it’s from them telling us to comply or from us self-silencing...” she [the artist] explains. (Taahirah, 2018)

Em vez de usar um vestuário do século XXI, Mzee decidiu utilizar uma roupa que representasse uma era em que as ideologias escravagistas eram dominantes procurando mostrar de forma sarcástica como o seu silenciamento se perpetua, sob certos aspectos, nos dias de hoje.

Estas intervenções carregam um discurso que propaga uma mensagem cujo objetivo é comunicar e reflectir sobre questões sociais como forma de enfraquecer um sistema opressivo e discriminatório contra as minorias. Mensagem essa que contem uma característica revolucio-

“Designers: We need to flood social channels with protest posters.”

*_Robin Landa citada por Browner. S. (2017)
Protesting Racism And Hate With Political
Art.*

01.2 | **CONTEXTO**

Muito se tem debatido hoje em dia no que diz respeito ao racismo à escala global e sobre o ressurgimento do que se tem chamado de a coragem do ignorante (Vieira, N., 2015) - discursos de carácter racista que surgem de forma aberta no espaço público, como resultado de uma naturalização da discriminação. Podemos dar o exemplo da Inglaterra com o Brexit que, tendo como uma das suas bandeiras diminuir a imigração, viu como consequência um ressurgimento da discriminação racial como nos informa May Bulman num artigo para o jornal The Independent: “Hate crimes involving racial and religious discrimination have soared at an unprecedented rate since the Brexit vote” (7/07/2017). Ou o caso dos Estados Unidos da América que, sob o slogan ‘Make America Great Again’, vê surgir essa coragem do ignorante em acontecimentos como Charlottesville, Virgínia, onde nacionalistas brancos e neo-nazis nos dias 11 e 12 de Agosto de 2017 combatiam a remoção da estátua de Robert E. Lee (um militar da Confederação Americana) com o slogan ‘Unite the Right’, entoando frases racistas e anti-semitas carregando suásticas, e bandeiras anti-mulçumanas com imagens de

Trump e Pence (Wilson, 2017).

No site de notícias Vox, German Lopez afirma que: “Found support for Trump is closely linked to racial resentment, defined by Fowler, Medenica, and Cohen as ‘a moral feeling that blacks violate such traditional American values as individualism and self-reliance’”. O autor aprofunda ainda o seu argumento da seguinte forma: “(...) Trump made all sorts of racist comments – suggesting that Mexican immigrants are criminals and rapists, proposing a ban on all Muslims entering the US (...)” (Lopez, 2017).

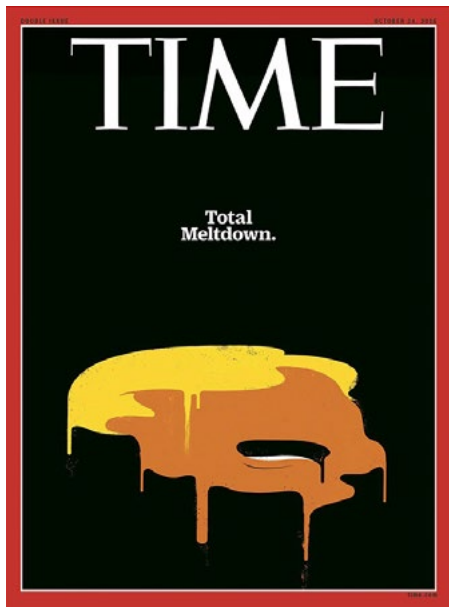


Fig.13 | Edel Rodriguez “Meltdow” (13.10.2018)

Importa-nos neste trabalho perceber como é que o design gráfico, ao ter um papel central na comunicação de ideias, pode ou tem, um papel activo no combate aos discursos racistas e xenófobos, tornando-se numa importante ferramenta de denúncia. É disto exemplo um artigo publicado em 2017 na PrintMag por Steven Brower com o título “Protesting Racism And Hate With Political Art”, onde o designer gráfico e director de arte da revista PRINT apresenta uma recolha de ilustrações que manifestam uma reacção por parte de artistas visuais e designers a este contexto social e político, tomando o Presidente dos Estados Unidos Donald Trump como objecto.

Brower justifica a acção da seguinte forma: “Following the horrific events precipitated by white nationalists, neo-Nazis and Ku Klux Klan members on Saturday in Charlottesville, VA, where 32-year-old Heather Heyer was murdered, President Trump shockingly came out in favor of the alt-right. The response by our community was swift. Some illustrators and designers created work anew, others re-purposed existing political art, illustrations

and posters, and these began appearing in online publications and social media. So here is my contribution; a collection of protest posters from artists and designers who refuse to sit by silently and let hate win” (Brower, 2017).

Do conjunto de ilustrações recolhidas por Brower podemos destacar as de Edel Rodriguez (1971), um artista cubano emigrado nos Estados Unidos conhecido pelas suas ilustrações com mensagens arrojadas baseadas numa perspectiva sobre o seu trabalho que defende que “figurative works are an examination of identity, mortality, and cultural displacement” (Design Indaba, 2018). Um dos trabalhos mais notórios e conhecidos de Rodriguez é o seu “Meltdown”, capa da revista Time, um ataque crítico que pretende materializar de uma forma irónica e satírica a presidência de Donald Trump e face à qual o artista declara “He [Trump] loves Time magazine. That’s my main pleasure, knowing that these people are looking at it and it’s ruining their day.” (Fast Company, 2018).



Fig.14 | Ward Sutton



Fig.15 | David Plunkert (17.08.2017)



Fig.16 | Edel Rodriguez (17.08.2017)



Fig.17 | Jon Berkeley (17.08.2017)

Interessante referir ainda as capas para a *The New Yorker* (17.08.2017) por David Plunkert ou a capa de *The Economist* por Jon Berkeley que fazem uma alusão directa entre os elementos simbólicos do Ku Klux Klan e Donald Trump. A importância do debate público sobre estas questões da representação das identidades das minorias é ainda visível ao nível da publicidade, como demonstra, por exemplo, o recente caso da campanha da Dove, que será discutida mais à frente.

Este contexto internacional tem-se reflectido na sociedade portuguesa nos últimos anos em que várias vozes de artistas visuais, cientistas sociais e jornalistas têm vindo a realçar a necessidade de discutir as formas de exclusão e discriminação das minorias em geral e dos afrodescendentes, em particular, analisando ou identificando discursos, imagens e lugares onde o racismo é codificado e subtil.

É assim que começamos a ver em Portugal ativistas e organizações antirracistas a conquistar de forma cada vez mais visível o espaço público, tal como é descrito no artigo “Racis-

mo à Portuguesa – as várias faces do ativismo Negro” (Jornal Público – 16.09.2017), onde a jornalista Joana Gorjão Henriques aborda os vários tipos de combate à discriminação e racismo institucional em Portugal dando exemplos de organizações como FEMAFRO (a diversidade do feminismo), SOS Racismo (ativista Mamadou Ba), Associação Afrolis e INMUNE (Instituto da Mulher Negra em Portugal).

Segundo a jornalista, existe neste momento uma urgência em debater e encontrar soluções para estes comportamentos de discriminação e racismo, numa sociedade onde os mesmos são subtis, mascarados e escondidos afirmando que “estamos num período de renovação e fortalecimento do movimento anti-racista em Portugal.” E mais adiante: “Em Dezembro, 22 associações uniram-se na plataforma Afrodescendentes Portugal para enviar uma carta ao Comité das Nações Unidas para a Eliminação da Discriminação Racial. Objetivo: criticar o Estado por não reconhecer que são necessárias políticas específicas para estas comunidades e por fazer “um silenciamento político



Fig.18 | Kiluanji Kia Henda (Julho 2008)

Fotografia de Kiluanji Kia Henda, um artista visual angolano para a exposição RACISMO E CIDADANIA – “a presente exposição mostra duas realidades interligadas, o RACISMO, entendido como preconceito em relação a descendência étnica combinado com ação discriminatória, e a CIDADANIA, entendida como direito de residência, trabalho e participação política num determinado país, envolvendo igualmente deveres e responsabilidades. A tensão entre exclusão e integração não está apenas no âmago da exposição, mas também na ordem do dia” (2017)

“Mais uma vez, essa visão de exceção subjacente ao colonialismo português está presente nas retóricas bem intencionadas do encontro ou partilha de culturas, tendo de ser questionada na sua veracidade e na sua origem para que o “cinismo de Estado” não disfarce as realidades quotidianas.” (Lança, (2008) 2010)



Fig.19 | Márcio de Carvalho com o Kiluanji Kia Henda e Batuqueiras (Junho 2018)

“O projecto ‘Demythologize That History and Put It to Rest’ desafia as memórias criadas por estátuas, monumentos, memoriais, nomes de ruas e outros sistemas mnemónicos eurocéntricos implementados nas cidades de Lisboa e Berlim.

A inexistência de uma contextualização histórica e contemporânea destes objectos faz com que os mesmos comemorem uma história colonial portuguesa e alemã romântica – à custa da repressão de diversas perspectivas e histórias de comunidades africanas e seus sistemas epistemológicos. Inspirado pela afirmação de Edouard Glissant de que a história e sua formação não devem ser deixadas apenas para os historiadores, o artista Marcio Carvalho convidou artistas (...) para desmitologizar suas narrativas hegemónicas ocidentais e projectar outras memórias e narrativas nos mesmos.” (Lança, 2018)

racismo”.

Sublinhavam a necessidade de recolha de dados étnico-raciais para conhecer a dimensão das desigualdades no país, como a própria ONU recomenda há anos.” (Henriques, (2017)

Neste sentido, várias ferramentas e processos têm vindo a ser usados pela comunidade negra e afrodescendente para identificar e, por consequência, começar o processo de combate de um racismo institucional e o seu efeito negativo para comunidades de minorias e com isso eliminar obstáculos criados ao longo dos tempos. Esta investigação e o seu projecto prático pretendem ser um ensaio nesse sentido.

A análise do caso do proposto “Museu das Descobertas”, que vamos abordar a seguir, ajudou a trazer para o trabalho novas perspectivas sobre a discussão pública em torno da colonização e a representação do negro na sociedade portuguesa, visto que a omissão das histórias por detrás das “conquistas” e de como os negros fizeram parte dessa história, tendem a não estar representados de forma igualitária como

afirma a artista Grada Kilomba:

Portugal ainda precisa de atravessar várias fases para conseguir enfrentar seriamente o legado racista do colonialismo português. (...) Ainda estamos na fase da negação (Grada Kilomba citada por Henriques, 2017)

Dentre estas discussões, gostaríamos de destacar uma em particular que iremos utilizar como objecto do nosso projecto prático final. Trata-se da recente polémica surgida em torno das declarações do Presidente da Câmara de Lisboa Fernando Medina onde este maniesta a intenção de criação de um “Museu das Descobertas” na capital.

criar o Museu da Descoberta (...) que promova a reflexão sobre aquele período histórico nas suas múltiplas abordagens (...) nos seus aspectos maus e menos positivos, incluindo um núcleo dedicado à



Fig.20 | Grada Kilomba, Maat 2018.

“Grada Kilomba memorizou a história de Anastácia, da mesma forma que memorizou o passado colonial. A máscara, descreve a artista, era “composta por uma mordada, colocada no interior da boca, apertada entre a língua e os maxilares, e fixa por detrás da cabeça, com duas correias: uma em torno do queixo e a segunda em torno do nariz e da testa.” Um instrumento que servia para evitar que os africanos em situação de escravatura comessem cana-de-açúcar ou cacau enquanto trabalhavam nas plantações, ou que ingerissem lama, uma prática então comum para cometer suicídio.” (maat, 2018)

temática da escravatura.
(Malhado, 2018)

Após estas declarações, surgiram questionamentos deste projeto numa carta subscrita por vários pesquisadores e intitulada Agentes culturais contra a designação e missão do “Museu da Descoberta” da Câmara Municipal de Lisboa, publicada pelo Expresso a 12 de Abril de 2018, e onde se argumenta que a realização deste projecto só será viável se houver um real diálogo paralelo ao crescimento da descolonização de discursos históricos:

Tais objetivos só serão rigorosos se em diálogo com o crescente movimento de descolonização da memória histórica que tem vindo a ser operado a partir do setor cultural e científico e de movimentos anti-racistas, feministas, LGBTQI.” (Agentes culturais contra a designação e missão do “Museu da Descoberta” da Câmara Municipal de Lisboa)

Tal como a urgência de se reverter a utilização da palavra “descoberta”:

Em repúdio de uma história anacrónica que assuma um ponto de vista unívoco e glorificador, o qual tem vindo a ser contestado em fundamentadas reformulações por múltiplas investigações académicas nacionais e internacionais, apoiamos a urgência da revisão dos termos “descoberta”/“descobrimientos” e outros eufemismos (“primeira globalização”, “viagem”, “diáspora”, “interculturalidade”, “mar”, “lusofonia”) como o primeiro passo para uma discussão mais ampla e plural. (Agentes culturais contra a designação e missão do “Museu da Descoberta” da Câmara Municipal de Lisboa)

Entretanto, este assunto tem sido um tema bastante debatido nas colunas de opinião e na imprensa em geral, a par de uma discussão em que políticos, ativistas, artistas e historiadores vão igualmente trazendo novas ideias para o museu e novas propostas de designação para a instituição. Discussões essas que exploro mais à frente nesta dissertação. (consultar quadro

em anexo).

Exemplo de que esta discussão sobre a necessidade dessa descolonização de discursos, pensamentos e imagens não está apenas presente nos meios especializados, mas também na cultura popular mainstream é o trabalho da artista Beyoncé realizado juntamente com o seu marido Jay Z no vídeo APESH**T no Musée du Louvre, em Paris, o maior museu de arte da Europa que contém algumas das obras mais famosas do mundo, como a *Mona Lisa* (1503-1506) de Leonardo Da Vinci.

O vídeo expressa a raridade com que a comunidade negra tem a oportunidade de reivindicar a presença nesses espaços, ou seja, traz uma nova imagem de afrodescendentes com o poder de se apropriarem de espaços que demonstram uma era colonial em que os mesmos não tinham um lugar de fala ao mesmo tempo que se celebra o sucesso de um casal negro nos

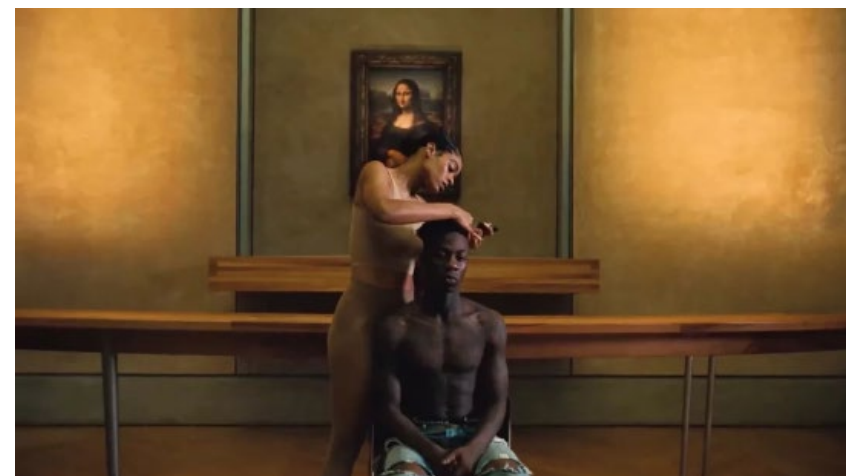


Fig.21 | Vídeo – APESH**T - Jay Z e Beyoncé, 2018

corredores ilustres e históricos do património Europeu.

Um dos exemplos concretos retirados do clip é o *reenactement* do retrato da Madame Récamier, onde duas mulheres negras se sentam

Fig.22 | Vídeo – APESH**T - Jay Z e Beyoncé, 2018

Duas mulheres negras sentadas por debaixo de um retrato da Madame Récamier retratada pelo neo-classicista Jean-Louis David (1800),



à frente da obra, criando uma versão da peça que introduz uma nova personagem, a mulher negra. Outro exemplo é quando o casal se posiciona em frente da obra de Leonardo Da Vinci, Mona Lisa (1503-1506) e cria esta nova realidade de confronto e conquista de representação como afirma Alexandra Thomas para a revista *Time*:

Thinking about portraiture, the Mona Lisa is probably one of the most iconic portraits we can think of in the history of Western art (...) other artists (...) have played around with that idea too, of a black person inserting themselves into a white painting or a white museum space. (Lang, 2018)

Este é talvez um dos mais importantes exemplos que prova que já ocorre a nível mundial uma discussão sobre como os museus podem criar oportunidades para a afirmação de outras vozes e contribuir para a construção de uma mudança social fazendo uma descolonização dos discursos que se encontram nessas mesmas instituições e incorporar, por exemplo, artistas

negros como nos explica o editor de artes Will Gompertz num artigo para a BBCnews:

The game is up for those institutions - be it Hollywood, Broadway or the Louvre - which have ignored black artists, refused them a voice, or a seat at the top table. (Gompertz, 2018)

Este trabalho tem assim como um dos seus propósitos contribuir para criar alternativas para este mundo/sistema neocolonial e cultivar várias e diferentes maneiras de pensar, ser e fazer o design com origem em diferentes técnicas e visões do mundo com o objetivo de servir diferentes necessidades e desejos, ou seja, “descolonizar” o pensamento, inspirando-se nos movimentos públicos associados aos afrodescendentes, olhando para as instituições e para a própria cultura visual, através o design gráfico.



Fig.23 | “This is America” – Childish Gambino

“This is America” de Childish Gambino é um outro exemplo muito relevante de como esta discussão está a ganhar visibilidade na cultura popular mainstream. Neste caso, o artista transmite uma mensagem sobre a experiência negra nos Estados Unidos da América e a forma como as armas são tratadas em contraste com com a forma como os afrodescendentes são retratados nos meios de comunicação. “Addressing the country’s notorious gun violence and racialised police brutality, it is a visual representation of how pop culture has desensitised us from the trauma and violence caused by the weapons.” (Anthony, 2018)



Fig.24 | Capa Vogue, Beyoncé, 2018

Como tinha referido na introdução, todas as semanas a minha mãe trazia-me revistas da Vogue ou ELLE, onde admirava os grafismos e layouts das mesmas, mas sentia a falta de representação, o que me fazia sentir como alguém que não podia pertencer a esse mundo. Aspirava assim a uma visibilidade da mulher negra em que pudesse contemplá-la em vestidos de moda ou mesmo alguém que pudesse venerar através das suas palavras sobre as tendências do Verão numa revista de nome.

01.3 | **OBJECTIVOS E QUESTÕES DA INVESTIGAÇÃO**

Objectivos

Tendo em conta o contexto biográfico, cultural e político apresentado, esta dissertação tem como objectivos:

- criar uma discussão crítica sobre a representação do negro e a sua “objectificação” pelos discursos publicitários e gráficos;
- questionar o racismo institucional e as suas formas de reificação pela cultura visual;
- cruzar a reflexão crítica e teórica com levantamento de documentação visual de diferentes campos de cultura visual e do design gráfico, explorando esse cruzamento como estrutura do layout da dissertação propriamente dita;
- apresentar propostas concretas de decolonial design que contribuam activamente para crítica e combate aos estereótipos, racismo, discriminação e valorização da auto-imagem dos afrodescendentes;
- cruzar a prática da investigação com a concretização de um objecto prático final que contenha um potencial de questionamento e renovação de discursos;
- complementar o processo de investigação com uma reflexão biográfica sobre o meu lugar e papel enquanto designer gráfica, negra e mulher.

Questões de investigação

Para tal, a dissertação procura pensar e analisar várias dimensões que possam contribuir para uma ideia do design gráfico como forma de descolonização:

- qual o papel da minha experiência biográfica na escolha do tema e de que forma esta investigação determina a minha identidade como designer gráfica, mulher e negra?
- como pode a prática projectual em design gráfico constituir um instrumento de activo para pensar a “cultura negra” contemporânea?
- como funciona a objectificação do negro no discurso publicitário dos últimos dois séculos, realçando alguns estudos de caso nacionais e internacionais?
- qual o papel dos principais movimentos activistas e pensadores do século XX e XXI na discussão em torno de uma “cultura negra” emancipada, realçando alguns estudos de caso nacionais e internacionais?
- qual o papel da cultura visual, em geral, e do design gráfico em particular nesse processo de emancipação?

02 | Negritude e práticas de “objectificação”

02.1 RACISMO, PRECONCEITO E A NECESSIDADE DE DESCOLONIZAR UM “FUTURO COMUM”

“We have to do with the past only as we can make it useful to the present and the future.”

_ Frederick Douglass

Vários são os autores que ofereceram explicações contra o racismo, sobre desigualdades e correções antirracistas. Algumas obras como os poemas de Phillis Wheatley ou o livro de memórias do diplomata e autor Frederick Douglass representam estas expressões sociais e juntas, estas obras contam a história do racismo anti negro nos Estados Unidos de forma tão eloquente quanto perturbadora, mostrando-se ainda relevantes no nosso tempo. É disto exemplo este poema de Phillis Wheatley:

*TWAS mercy brought me from my Pagan land,
Taught my benighted soul to understand
That there's a God, that there's a Saviour too:
Once I redemption neither sought nor knew.
Some view our sable race with scornful eye,
“Their colour is a diabolic die.*

*Remember, Christians, Negros, black as Cain,
May be refin'd and join th' angelic train.” (Khadan, 2009).*

Ou este pensamento de Frederick Douglass:

“Find out just what any people will quietly submit to and you have the exact

measure of the injustice and wrong which will be imposed on them.”

Frederick Douglass

Ao consultar a obra *Racismos - Das Cruzadas ao Século XX* do investigador português Frederico Bethencourt, podemos perceber o papel da expansão portuguesa e europeia na criação de um contexto de discriminação com base na classificação racial:

As classificações podem moldar o comportamento humano em todos os níveis da sociedade. Neste caso, parecia óbvio que as classificações raciais tinham o poder imenso de escalonar os grupos sociais, bem como de impor limitações e oportunidades às populações dos países envolvidos. (Bethencourt, 2015)

No século XVII muitos africanos foram sequestrados da sua terra, para servirem de objetos para os seus futuros mestres, sem serem considerados como seres humanos (muitos deles sendo membros de realeza e alfabetizados) sendo-lhes retiradas as suas identidades, os seus nomes, tendo sido separados das suas famílias, expostos à tortura, maltrados e muitas

vezes alvos de linchamento ou enforcamento pelos seus mestres, para quem a escravidão era essencial para a manutenção do sistema econômico através do qual enriqueciam. Nas palavras de Achille Mbembe:

Produto de uma máquina social e técnica indissociável do capitalismo, da sua emergência e globalização, este nome foi inventado para significar exclusão embrutecimento e degradação (...) o Negro é...o único de todos os humanos cuja carne foi transformada em coisa, e o espírito em mercadoria (...) tornou-se um símbolo de um desejo consciente de vida, força punjante, flutuante e plástica (Mbembe, 2014: 19-22)

Para os africanos livres nos Estados Unidos, as leis discriminatórias que os impediam de possuírem propriedade e poder votar, e a crença na inferioridade das pessoas negras para com a maioria branca, fomentou uma naturalização generalizada da sua inferioridade racial, retraindo-os do acesso à igualdade (Coombes, 1972).

Gordon Allport, um psicólogo americano, na sua obra *A natureza do preconceito* (1954) - procurou determinar o aumento do preconceito numa determinada sociedade, descrevendo os elementos fundamentais que definem as principais perspectivas de análise do preconceito nos dias de hoje afirmando que - *o preconceito pode ser definido como uma atitude agressiva contra uma pessoa por apenas pertencer a um grupo desvalorizado socialmente.*

E tomando apenas esta definição, e por existirem várias minorias e grupos socialmente desvalorizados, percebemos que temos vários tipos de preconceito como, por exemplo, o preconceito contra os homossexuais que chamamos homofobia, ou contra as mulheres, a que chamamos de sexismo.

Ao contrário do preconceito, o racismo carrega algo mais do que uma atitude, já que consiste num processo de exclusão, discriminação e hierarquização contra uma pessoa ou todo um grupo social que é definida apenas através da sua aparência, cor (impressão externa), ou definida pelos padrões de comportamento (impressão interna). (Jesus, J., Carvalho, P., Diogo, R., Granjo, P., 2014).

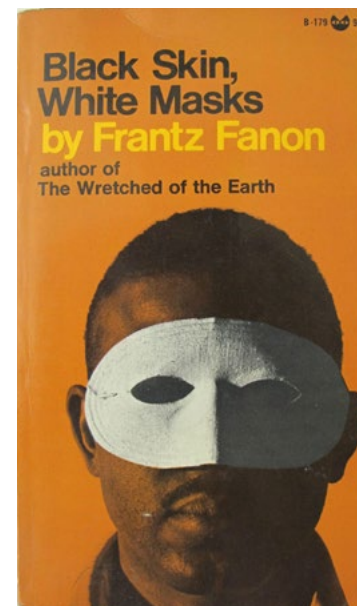


Fig.25 / Frantz Fanon – Black Skin, White Masks (1952) 2008

E assim, o racismo pode ser diferenciado do preconceito, ou seja, o racismo implica uma convicção nas diferenças entre grupos porque acredita que os mesmos são diferentes porque têm características essenciais que os fazem diferentes. No caso do preconceito, este não existe apenas num nível individual, mas também num nível cultural (Jesus, Carvalho, Diogo, Granjo, 2014).

A importância da diferença entre o racismo e preconceito serviu para analisar os discursos publicitários presentes nesta dissertação pois informam-nos que os mesmos não só limitam a liberdade dos afrodescendentes e incentiva os racistas - que é uma consequência do facto que o racismo consiste em processos de discriminação e de exclusão social - como também a presença destes tipos de linguagem e atitudes (o preconceito permanece como uma atitude) tem como resultado uma ação, na comunidade negra, de nos tornarmos prisioneiros da nossa própria pele e ter de enfrentar preconceito na sociedade seja na procura de emprego, como no próprio emprego, por exemplo

02.1.1 PELES NEGRAS, MÁSCARAS BRANCAS: HERANÇAS E INFLUÊNCIAS

Um dos principais pontos de partida desta investigação prende-se com uma reflexão sobre como a forma como a colonização, o racismo, a opressão e, consequentemente, os estereótipos que daí resultam e que são expressados em vários suportes, seja verbal ou manifestados visualmente, têm consequências na forma como a identidade da pessoa atingida é construída, mais precisamente o afrodescendente.

Frantz Fanon [20 de Julho de 1925, Martinica, Fort-de-France - 6 de Dezembro de 1961, Maryland, Bethesda, EUA] é um dos autores mais importantes quando falamos do racismo colonial e tem sido amplamente revisitado por aqueles envolvidos na busca de formas de descolonizar as mentalidades dos atingidos e das culturas destruídas, na medida em que que não só temos de descolonizar os territórios atingidos pela hegemonia branca, como também as comunidades, os povos. E um dos seus objetivos é criar uma nova história redescobindo o nosso passado, não tendo apenas como refe-

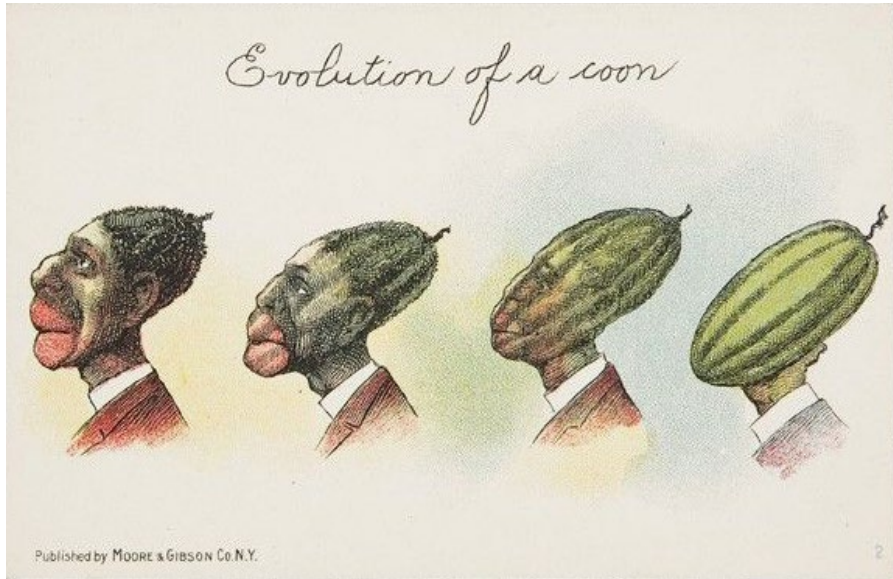


Fig.26 | Postal do início dos anos 20 Early "Evolution Of A Coon"

rência as histórias impostas pela colonização (Fanon, (1961) 1963: 70-71).

Ah, yes, as you can see, by calling on humanity, on the belief in dignity, on love, on charity, it would be easy to prove, or to win the admission, that the black is the equal of the white. But my purpose is quite different: What I want to do is help the black man to free himself of the arsenal of complexes that has been developed by the colonial environment. (Fanon, (1952) 2008: 19)

Esta afirmação de Fanon demonstra que os “complexos construídos pelo ambiente colonial”, ou seja, uma construção socialmente opressiva, fez com que existisse uma diminuição da capacidade dos negros em pensar e agir por si próprios, isto é, uma ferramenta tão poderosa que transmite racismo e imposição de superioridade num território e povos cicatrizados pela desigualdade e injustiça. E ser insensível/indiferente à existência do racismo apenas oferece mais formas de expressão de racismo - sendo este codificado ou não - dando, de uma certa forma, uma plataforma para quem possui uma posição de supremacia.

No prefácio à edição de 2008 da obra *Black Skin, White Masks*, Ziauddin descreve como Fanon discute os impactos que o racismo colonial teve e as cicatrizes profundas que deixou sobretudo na medida em que um dos principais fatores do processo colonial consistiu em substituir a sua cultura (negra) pela cultura Ocidental de hegemonia branca. Fanon consequentemente reflecte nesta obra sobre possíveis formas de descolonização mental e afirma que para que a luta contra a opressão e racismo institucional funcione tem de haver uma revolução cultural/social, de forma a chamar a atenção dos sistemas governamentais para a injustiça contra os negros (Fanon, (1961) 1963: 94).

Ao longo da obra *Black Skin, White Masks* o autor vai formulando várias críticas ao colonizador por impor a sua cultura, substituindo a já existente e, por consequência, construir a sua ascensão social com base numa representação de superioridade cultural e biológica. Mas Fanon destaca que o objetivo não é criar um conflito com o branco nem um ódio pela cultura branca, mas apenas posicionar-se contra a forma como a negritude é caracterizada, o negro e o seus costumes, inferiorizando-os, humilhando-os, retirando o poder de fala e res-



Fig.27 | Poster Northrup, King & Co's, 1934

“Free black people grew, ate, and sold watermelons, and in doing so made the fruit a symbol of their freedom. Southern whites, threatened by blacks’ newfound freedom, responded by making the fruit a symbol of black people’s perceived uncleanness, laziness, childishness, and unwanted public presence. This racist trope then exploded in American popular culture, becoming so pervasive that its historical origin became obscure.” (Black, 2014)

pectivo discurso histórico, criando, consequentemente, um fenómeno que o autor apelida de *embranquecimento social* (Fanon, F. [1952] 2008: 174-175). Os estereótipos construídos com o objetivo de humilhar o negro e, por consequência, mantê-los “no seu lugar”, ainda são visíveis nos ditados populares, na literatura, no cinema, nos jornais ou na publicidade, tal como abordaremos mais à frente.

In Anti-Semite and Jew (p. 95), Sartre says: “They [the Jews] have allowed themselves to be poisoned by the stereotype that others have of them, and they live in fear that their acts will correspond to this stereotype. . . . We may say that their conduct is perpetually overdetermined from the inside. (Fanon, (1952) 2008: 87)

Para combater o racismo, Fanon aborda os trabalhos de poetas e escritores do movimento Negritude como Césaire, Léon Damas e Léopold Sédar Senghor, trabalhos esses que criticavam, em particular, o domínio colonial Francês (Fanon, (1952) 2008: 101-118).

Fanon demonstra como estes projetos de lite-

ratura espelham e discutem a identidade distorcida dos colonizados, ou seja, deste movimento surge um desejo de combater e negar o embranquecimento através da criação de uma nova perspectiva sobre a riqueza, legimidade, originalidade e singularidade da cultura negra.

A obra *Black Skin, White Masks* influenciou várias gerações de ativistas como Steve Biko, líder do movimento da consciência Negra na África do Sul, contra o Apartheid em meados dos anos 60 e iniciou-se após o governo Apartheid banir e emprisãoar membros do African National Congress e do Pan Africanist Congress (GW Libraries, 2018). Também influenciou os Black Panthers, Malcolm X e Amílcar Cabral, ativistas estes que admiravam o seu trabalho pois um dos seus principais objetivos era a luta contra o racismo, perjúrio e características que retiram ao afrodescendente qualquer expressão de originalidade e de valor.

No início desta obra Fanon afirma que não está a escrever para o futuro mas sim para o presente (Fanon, (1952) 2008: 5-7), acrescentando ainda que também não está a escrever para o passado, que quer deixar para trás.



Fig. 28 / Publicidade Sical, 1962



Fig. 29 / Publicidade Sical, 1962



Fig. 30 / Logotipo da pastelaria “Casa do Preto”, fundada em 1933 por Joaquim de Almeida, Sintra
 Nas figuras 28, 29 e 30 podemos observar exemplos nacionais de logotipos que associam mulheres e homens negros a produtos exóticos, neste caso, o café. No caso da Sical (Sociedade Importadora de Cafés, fundada no Porto em 1947) e dos Cafés Negrita (uma torrefacção fundada em 1924 em Lisboa), as mulheres são apresentadas na sua dimensão exótica e sensual. No caso do logotipo da “Casa do Preto” (fundada em Sintra, em 1933) o homem negro (identificado como “preto”) surge de forma aculturada e subserviente

O seu desejo de não permanecer no passado pode parecer difícil de conciliar com a compreensão da história do sofrimento dos negros mas Fanon não está sugerir que os leitores se esqueçam do mesmo, mas sim que usem o que sabem do passado e presente para focar num melhor futuro agora (Fanon, (1952) 2008: 176).

Those who “have no voice,” those who “have no spokesman.” . . . I need to lose myself in my negritude, to see the fires, the segregations, the repressions, the rapes, the discriminations, the boycotts. We need to put our fingers on every sore that mottles the black uniform.
 (Fanon, F. (1952) 1967: 144)

02.1.2 “THE FACT OF BLACKNESS”

“The Fact of Blackness”, o quinto capítulo do livro *Black Skins, White Masks*, não é tanto uma resposta ou explicação do que se refere o título deste capítulo mas sim uma compreensão da inquietação interior e um intenso monólogo que o autor está a experienciar.

Fanon propõe que a ‘negritude’ não é uma auto criação de identidade, mas sim algo que é imposto a indivíduos que são caracterizados como negros. A categoria de ‘negritude’ (blackness) é assim algo determinado pela aparência exterior do indivíduo que Fanon descreve como sendo um uniforme “social” que tem como finalidade separar e, finalmente, excluir o negro (Fanon, (1952) 1967: 87).

Frantz Fanon caracteriza este fenómeno como “the fact of blackness”, um facto que significa que o negro é representado pela sua aparência visual e não por aquilo que é realmente: “... slave not of the “idea” that others have of me but of my own appearance.” (Fanon, (1952) 1967: 87). A partir do lugar de fala que aqui se pretende analisar e expôr, a proposta de Fanon é muito reveladora de como não podem ser retiradas oportunidades aos afrodescendentes para construírem uma imagem positiva sobre si mesmos, sem serem sujeitos a ideias e imagens pré-concebidas por um sistema que os tende a silenciar.

Por outro lado, ao assenciar num regime que depende sobretudo da visualidade, este “fact of blackness” torna-se um processo facilmente

apropriável pela cultura visual, tal como pretendo discutir nesta investigação.

Fanon então propõe que o negro, e a percepção do negro, não seja alvo de uma auto objectificação, mas sim uma oportunidade de apenas ser, existir livremente no mundo, livre de estereótipos, discursos pejorativos e imagens criadas para minimizar o seu carácter.

Mas isso não acontecendo, os afrodescendentes e as imagens criadas negativamente para os representar, são obrigados a usar um ‘uniforme’ de negritude. É desta forma que a sua identidade tem sido estabelecida, fazendo com que a sua negritude se torne num facto e, nesse sentido, seja objectificada.

02.1.3 CONTRIBUIÇÕES DE ACHILLE MBEMBE E BELL HOOKS

Em 2013 Achille Mbembe, um intelectual camaronês publica um ensaio intitulado *Critique de la raison nègre* (A Crítica da razão Negra). O autor oferece-nos novas perspectivas de discussão sobre a negritude e a noção de raça:

Aquele a quem é atribuída uma raça não é passivo. Preso a uma silhueta, é separado da sua essência e, segundo Fanon, uma das razões de desgosto da sua vida será habitar essa separação como se fosse o seu verdadeiro ser, odiando aquilo que é, para tentar ser aquilo que não é
 (Mbembe, 2013)

Esta obra tem como um dos seus objetivos discutir os pressupostos da origem e do desenvolvimento da categorização de negritude, em particular, e das noções de raça, em geral, como também reavaliar criticamente o racismo, a história do negro e as possibilidades futuras através de processos de descolonização:

Num gesto consciente de subversão (...) muitos terão endossado somente para melhor devolverem contra os seus inventores este património humilhante. Decidiram transformar este símbolo de abjeção num símbolo de beleza e de orgulho”
 (Mbembe, 2014)

Um dos aspectos mais fortes da proposta de



Fig.31 | Achille Mbembe – Crítica da razão negra 2014

Mbembe relaciona-se com a sua crítica ao que intitula de uma de ficção biológica da raça na forma como os Europeus caracterizaram o negro, ligada nomeadamente a processos de animalização que permitiriam uma ausência ou diminuição de necessidades afetivas, concebendo os seus corpos como objetificados no trabalho e, por conseguinte, como um objeto de troca. É esta forma de conceber a natureza da negritude que, segundo Mbembe permite perpetuar formas de opressão e exclusão que são visíveis até aos dias de hoje:

Produto de uma máquina social e técnica indissociável do capitalismo, da sua emergência e globalização, este nome foi inventado para significar exclusão embrutecimento e degradação (...) o Negro é...o único de todos os humanos cuja carne foi transformada em coisa, e o espírito em mercadoria (...) tornou-se um símbolo de um desejo consciente de vida, força punjante, flutuante e plástica. (Mbembe, 2014)

Estes processos foram amplamente consolidados na primeira metade do século XX através da cultura visual, das correntes artísticas e do



Fig.32 | Achille Mbembe – ‘Para um mundo sem Fronteiras’. Conferência na Culturgest dia 09 de Outubro de 2018

design de interiores, assim como da publicidade, tal como demonstra Petrine Archer-Straw na obra *Negrophilia Avant-Garde Paris and Black culture in the 1920s* (2000). Nela a autora (demonstra a forma como os discursos de elite cultural, assim como a cultura popular no Ocidente caracterizam o negro como um ser exótico, sensual, despertando simultaneamente curiosidade e sedução mas que também causava repulsa e ódio. Tanto Archer-Straw como Mbembe defendem a ideia de que a concepção da negritude no Ocidente foi caracterizada por representações ambíguas:

A figura de África enquanto reservatório de mistérios representa, no fundo, o discurso ocidental do desejo da festa feliz e selvagem, sem entraves nem culpa, a demanda de um vitalismo sem consciência do mal – desejo que obcecava a Europa do pós-guerra. (Mbembe, 2014)

Caracterização essa que Mbembe descreve como a mistura do conceito do negro com o de escravo, ou seja, um ser que, ao ser concebido como um objeto de mercadoria e de troca, viria a ser alvo constante de racismo que servia de ferramenta fundamental da opressão e da ex-

ploração e, como resultado, constituiria a base da construção da sua identidade.

O objectivo final desta obra de Mbembe é a sugestão de que, através da reparação dos feitos Europeus, deveríamos encetar uma descolonização mental baseada numa conceção universal de “reinvenção da comunidade” explorando e projetando um caminho de pensamento crítico motivador (Mbembe, 2014: 305). Essa descolonização mental defendida pelo autor só é possível através de uma análise e pensamento crítico sobre “a vida, o semelhante e dissemelhante, o excedente e o comum” (Mbembe, 2014: 21-22). Análise essa que permitira aos negros construir uma identidade assente na capacidade de criar métodos de liberdade com uma articulada linguagem de descolonização. Para o autor, a crítica não está tanto associada ao conceito de raça em si mas, sobretudo, à apresentação de uma raça como inferior:

Revoltamo-nos, não contra a pertença do Negro a uma raça distinta, mas contra o preconceito de inferioridade agregado à dita raça. (Mbembe, 2014)

No contexto da presente investigação é impor-

tante retirar duas contribuições essenciais do pensamento de Mbembe:

a) perceber que muitas pessoas permanecem com este tipo de caracterização do afrodescendente, perpetuando formas de opressão que persistem em pleno século XXI; algo que os movimentos negros lutam, combatem e trazem ao de cima para ser resolvido de alguma forma.

... é preciso trabalhar com e contra o passado, de maneira a que este possa abrir-se para um futuro comum, com dignidade para todos. (Mbembe, 2014: 296).

b) Propor formas de trabalho e “métodos de liberdade” – através do design gráfico – que desconstruam o passado e ajudem a abrir um “futuro comum” de pensamento descolonizado.

O revisitar de termos e conceitos inventados e construídos num espaço de representações dos Europeus implementado ao redor de raça, do negro e África, permite-nos ver que o negro e a raça nunca foram mais do que uma imaginação das sociedades europeias. A sua reflexão críti-

ca, abre um novo horizonte para o pensamento crítico dos afrodescendentes:

Mas, como vemos em certa crítica negra moderna, a proclamação da diferença é apenas um momento de um projeto mais vasto – de um mundo que virá, de um mundo antes de nós, no qual o destino é universal, um mundo livre do peso da raça e do ressentimento e do desejo de vingança que qualquer situação de racismo convoca (Mbembe, 2014: 306).

O discurso revolucionário, da autora Gloria Jean Watkins, mais conhecida pelo seu pseudônimo bell hooks, partilha o mesmo pensamento de Achille Mbembe e Frantz Fanon. Na sua obra *Black Looks: race and representation* 1992, procura compreender o *Blackness*, analisando e desenvolvendo uma crítica sobre a representação do negro criado pelos meios de comunicação:

Otherness, and difference in mass culture was challenging racism. There was overall agreement that the message that acknowledgment and exploration of racial difference can be pleasurable represents

a breakthrough, a challenge to white supremacy, to various systems of domination. (Hooks, 1992: 39)

hooks também se foca no papel da mulher negra no movimento feminista, observando que é na luta contra o sexismo e racismo que se jogam os elementos cruciais de formação da sua identidade:

(...) the way internalized racism and sexism informs the formation of black female social identity, the way it can and often does affect us. (hooks, 1992: 43)

bell hooks, uma intelectual, feminista, artista e autora nascida em 1952 nos Estados Unidos da América, mais precisamente em Kentucky, dá-nos a entender que descolonizar os nossos pensamentos e ideias transmite uma força adicional para resistir contra discursos e sistemas opressivos, desenvolvendo uma consciência crítica:

The crisis of black womanhood can only be addressed by the development of resistance struggles that emphasize the importance of decolonizing our minds,

developing critical consciousness. Feminist politics can be an integral part of a renewed black liberation struggle. Black women, particularly those of us who have chosen radical subjectivity, can move toward revolutionary social change that will address the diversity of our experiences and our needs. (Hooks, 1992: 60)

A autora procurou também refletir sobre o modo como o racismo é um sistema predominante em várias áreas da vida social:

Systems of domination, imperialism, colonialism, and racism actively coerce black folks to internalize negative perceptions of blackness, to be self-hating.” (hooks, 1992: 166)

Mais especificamente, para a autora, “Blackness” é uma prática de quebra que critica a ideia da negritude e assim dá a liberdade e inspira artistas a utilizar as suas obras (ou designers, músicos, etc) como instrumento para provocar e desafiar estruturas que propagam discursos racistas:

Stereotypes, however inaccurate, are one

form of representation. (...) They are a fantasy, a projection onto the Other that makes them less threatening. (hooks, 1992: 170)

Na sua obra *Não Serei Eu Mulher? As mulheres negras e o feminismo* (1981), bell hooks analisa o impacto do sexismo e do racismo sobre as mulheres negras, como também os movimentos feministas e movimento pelos direitos civis desde o seu início até meados dos anos 70.

hooks transmite-nos, através desta obra, novas concepções de debate sobre o papel da mulher negra na sociedade feminista, propondo novas relações de discussão, interseccionando as categorias do “feminismo” e de “negritude”:

As mulheres negras de hoje não se podiam juntar na luta pelos direitos das mulheres porque nós não atendíamos a «feminilidade» como aspecto importante da nossa identidade. A socialização racista e sexista condicionou a desvalorizar a nossa feminilidade e a olhar a raça como único rotulo de identificação que importa.” (hooks, 1981: 17)

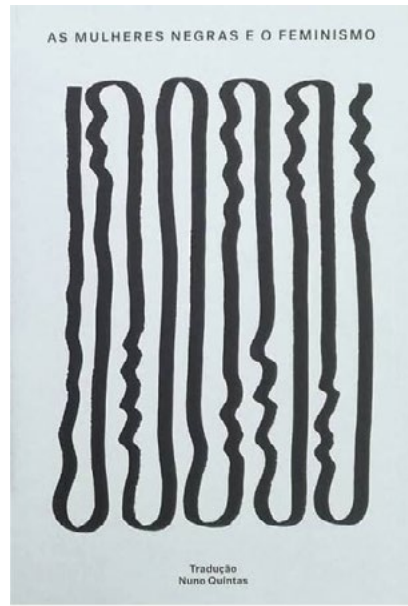
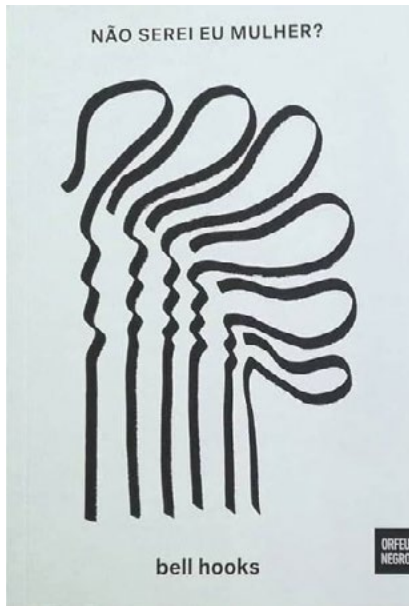


Fig.33 | bell hooks - 'Não Serei Eu Mulher? As mulheres negras e o feminismo' (1981). Capa desenhada por Isabel Carvalho, e o design e a concepção gráfica de Rui Silva

A autora também se refere às representações estereotipadas das mulheres negras que colocavam a feminilidade da mulher negra em causa e, de certa forma, as prejudicavam no dia-a-dia, sendo apenas associadas à imoralidade e consideradas como “sexualmente libertinas”:

(...) ainda que as imagens estereotipadas da feminilidade negra durante a escravidão se fundassem no mito de que todas as negras eram imorais e sexualmente libertinas, as narrativas e diários de escravos do século XIX nunca demonstram que fossem de alguma maneira mais sexualmente «emancipadas» que as brancas. (hooks, 1981: 96)

No fim da sua obra, bell hooks declara que os estereótipos criados durante a escravidão ainda têm consequências nos dias de hoje para as mulheres negras, ou seja, os mitos da imagem dos negros foram perpetuados por caucasianos, dando continuidade ao lugar que “raça” e ideologias sexuais têm tido na história americana. (hooks, 1981: 140 e 141) hooks explica que o conceito da feminilidade negra e branca associava à mulher negra as conotações negativas enquanto à mulher branca eram atribuído

aspectos harmoniosos como piedade e fragilidade, ao contrário da mulher negra que era representada como primitiva, sedutora e suja. Ou seja, essas percepções estereotipadas apenas colocavam, e colocam, a mulher negra fora da idealizada feminilidade e virtude, o que leva a inúmeras consequências prejudiciais, que autora intitula como atos ‘anti-mulher’:

Todos os mitos e estereótipos usados para caracterizar a feminilidade negra radicam na mitologia negativa anti-mulher.”(hooks, 1981: 141)

Já em Portugal, o debate cresce sobre o lugar da mulher negra na sociedade portuguesa. Exemplo disso é o coletivo INMUNE, ‘Instituto da Mulher Negra em Portugal’. Uma instituição criada em 2018 que procura lutar contra o racismo em Portugal e principalmente contra o silenciamento da mulher negra e a comunidade negra em geral neste país. Para o conseguir, requerem e proporcionam uma autoconfiança e empoderamento em ser negra, usando como ferramenta reflexões sobre a história africana valorizando a mesma e criando “um ambiente propício à afirmação e valorização da herança e da cultura negra e africana em Portugal.”



Fig.34 | bell hooks - 'Agent of Change: An Interview with bell hooks' 1992

(INMUNE - Instituto da Mulher Negra em Portugal, 2018)

Nas páginas seguintes presto homenagem às activistas negras que lutaram contra discursos racistas e opressivos, com uma visão de mudança do papel da mulher negra na sociedade.



Fig.35 | Logotipo da INMUNE - Instituto da Mulher Negra em Portugal, 2018. Logotipo criado por Neusa Trovoada, directora do departamento de comunicação do INMUNE



Fig.36 | Bell Hooks, 25 de Setembro 1952
Autora, teórica feminista, artista e ativista social

Fig.37 | June Jordan, 9 de julho de 1936 a 2002
Poeta, ensaísta, professora e ativista



***T**hese voices can give testimony and share the process of transformation black women undergo to emerge as radical subjects. Black females need to know who our revolutionary comrades are.” (Hooks, 1992, p.59)*

Fig.38 | Angela Davis, 26 de janeiro de 1944
Professora, filósofa socialista e membro dos Black Panther nos anos 70



Fig.39 | Toni Morrison, 18 de fevereiro de 1931
Escritora, editora, professora e recipiente do prêmio Nobel de Literatura em 1993 pelos seus romances chocantes e emocionantes que representam as experiências das mulheres negras durante os séculos XIX e XX nos Estados Unidos da América.



Fig.40 | Marielle Franco, 27 de julho de 1979 a 14 de março de 2018
Socióloga, política, feminista e defensora dos direitos humanos brasileira





Fig.41 | Cristina Roldão, 1980

Socióloga, professora na ESE-IPS e membro da coordenação da secção temática Classes, Desigualdades e Políticas Públicas da APS

Fig.42 | Alda Neves da Graça do Espírito Santo, 30 de Abril de 1926 a 9 de Março de 2010

Escritora, poetista e membro de O Centro de Estudos Africanos (1951-1953) que foi espaço privilegiado de encontro, criação, mas também liderança, de mulheres negras (Roldão, 2019)



Neste processo de séculos, falta tecer a genealogia do feminismo negro em Portugal, contar a história das mulheres negras portuguesas enquanto sujeitos políticos e de conhecimento, aquilo que bell hooks faz para a realidade dos EUA. (Roldão, 2019)



Fig.43 | Grada Kilomba, 1968
Escritora, teórica, e artista interdisciplinar portuguesa

Fig.44 | Virginia Quaresma, 28 de Dezembro de 1882 a 23 de Outubro de 1973

“mulher negra e lésbica, primeira jornalista portuguesa e importante activista do movimento feminista português” (Roldão, 2019)

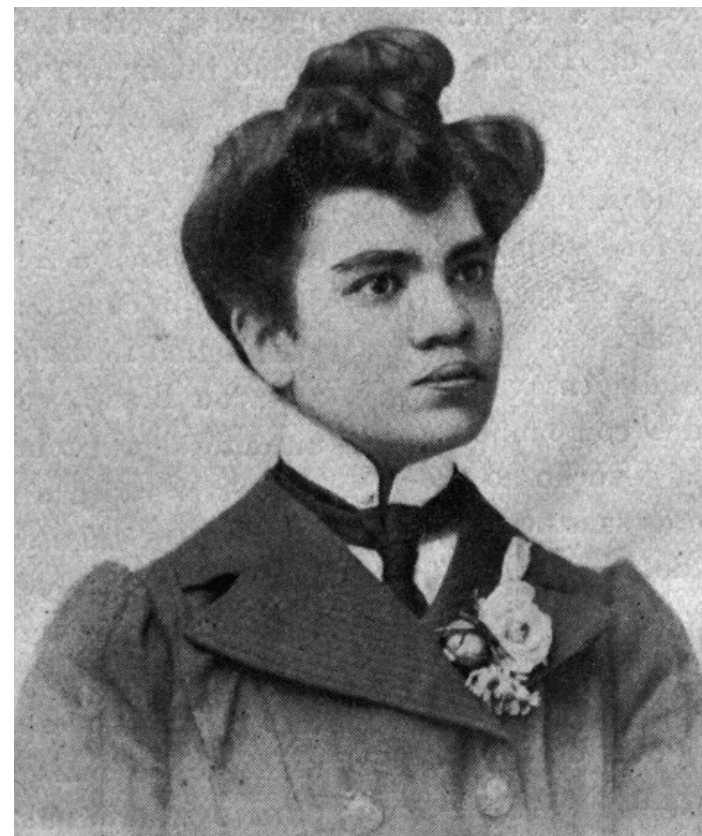


Fig.45 | Joacine Katar Moreira, 1982

Feminista e activista negra, directora, presidente e fundadora do INMUNE



02.2 OBJECTIFICAÇÃO GRÁFICA E A HERANÇA DA NEGROPHILIA

Para discutir de que forma a cultura visual, das artes à publicidade, passando pelo design gráfico, são espaços de comunicação e representação destes processos que tornam a negritude num facto comprovado pela aparência exterior e sua estereotipação, irei recorrer à obra *Negrophilia Avant-Garde Paris and Black Culture in the 1920's* (2000) de Petrine Archer-Straw. Para tal concentrámo-nos no capítulo “Packaging the primitive” que aborda os processos de “embalagem” em que uma cultura, a cultura negra, é transformada :

For almost 20 years, I have considered myself a student of “negrophilia”. This means that I spend much of my time scrutinising how white and black people relate to each other (...) I have a more critical attitude, trying to grasp why, and how, European history has often, implicitly or explicitly, tended to denigrate the image and psyche of black people.
(Straw, 2000)

As imagens dos negros foram regularmente usadas para apresentar objetos e produtos exóticos, que vinham de locais considerados novos, excitantes e diferentes.

Vendedores de bagaço, tabaco, café, cacau, açúcar e especiarias usavam a imagem de um negro ou de uma negra para enfatizar esses produtos diferentes e a sua novidade para o palato europeu. (ver figuras 47,48, 49 e 50)

No século XX, a publicidade a produtos como sabonetes, pasta de dentes ou detergentes, refletiam o crescimento da preocupação da sociedade com a higiene e limpeza. É neste contexto que fábricas como a Savonnerie Nationale de Genève (1900) (figura 46), entre outras, usaram a representação de negros e da referência explícita à cor da sua pele como metáfora para uma mensagem publicitária que associava o negro a sujidade e o branco a limpeza. O agente “embranquecedor” seria o produto a comercializar - fosse o sabão, a pasta de dentes, o detergente ou a tinta (ver figuras 51 e 52).



Fig.46 | Edouard - Louis Baud, Cartaz para Savonnerie Nationale de Genève, 1900.



Fig. 47 | L'Imprimerie Camis, publicidade para a Négrita Rum, Paris, 1892



Fig. 48 | Anônimo, publicidade para o Café des Amateurs, Paris, 1875

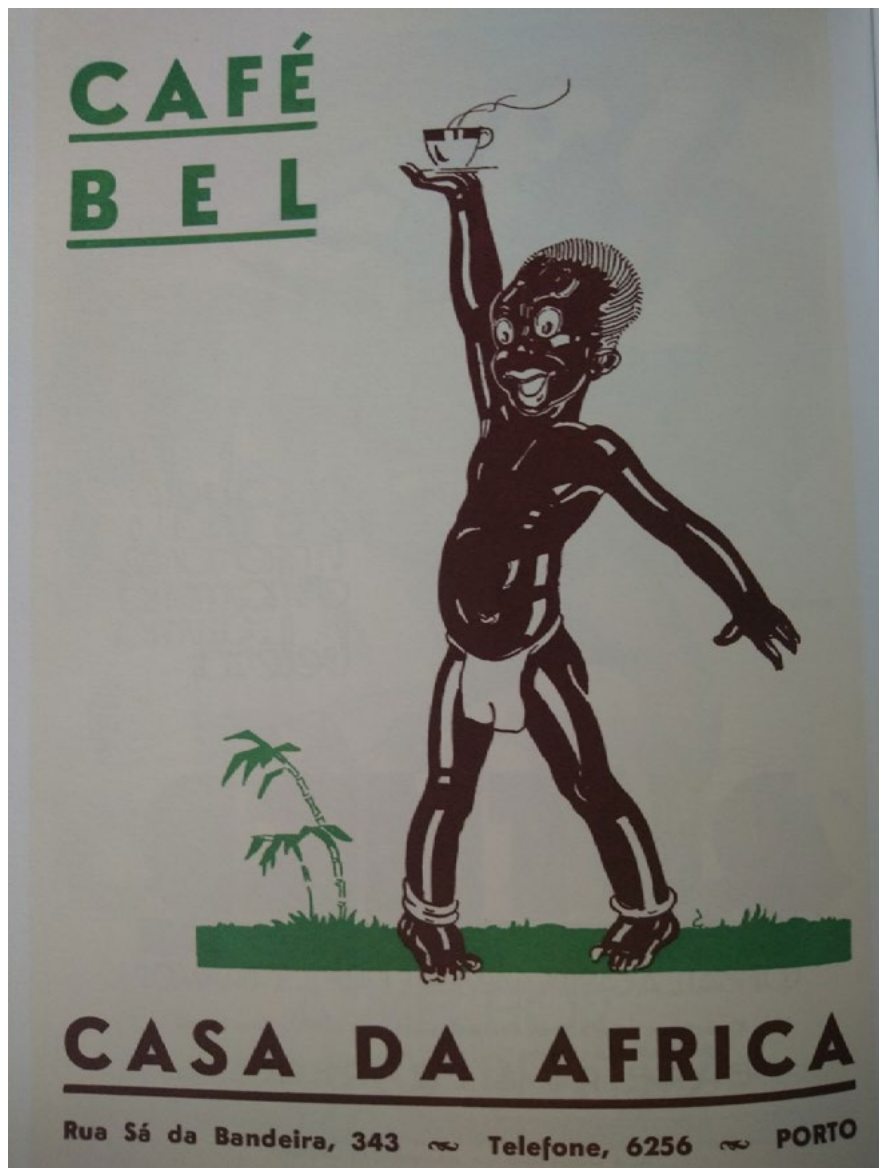


Fig.49 | Anónimo, publicidade para o Café Bel, Porto



Fig.50 | Anónimo, publicidade para o produto Duplex de graxa

“O preto selvagem e infantil, o amarelo perverso e sonso, são estereótipos recorrentes da primeira metade do século, razão para justificar impérios e colónias. Vendendo produtos de origem exótica como chá e o café ou sublinhando a estratificação da pirâmide social, a publicidade, a quem nada escapa, copiava a literatura popular e a propaganda oficial em registo caricatural também presente no cartune e na banda desenhada. Ironicamente em azul, a Duplex faz o pleno, juntando o negro da jazz-band e o chinês do rabicho para vender duas caixas de graxa pelo preço de uma” (Silva e Cotrim, 2018)



Fig.51 | Sabonete Arêgos, ETP - Empreza Technica de Publicitaria, 1917.

Raul de Caldevilla, nascido no Porto (1877-1951), foi reconhecido como sendo um dos primeiros publicitários a actuar profissionalmente em Portugal (Santos, 2018). Filho de espanhóis, Caldevilla funda a Empreza Technica de Publicidade em 1914, o primeiro atelier de serviço completo em Portugal e considerada como pioneira na introdução da publicidade de rua tendo criado “os primeiros Outdoors” (Belo, 2018). Um dos seus projectos publicitários mais famosos foi dedicado ao produto Petit Beurre Invicta, onde Caldevilla produz uma operação promocional contratando dois acrobatas para escalar a Torre dos Clérigos que, ao chegarem ao topo, tomam uma chávena de chá acompanhada das bolachas Petit Beurre Invicta, enquanto distribuem panfletos sobre uma multidão de “150 mil pessoas [que se] amontoam a apreciar a proeza” (Santos, 2018).

Temos um exemplo icónico deste processo no design português. Trata-se do cartaz de Raul de Caldevilla (Porto 1877 - 1951) para a fábrica nacional de sabonetes e perfumes Claus & Schleder a publicitar o Sabonete Arêgos (1917), feito a partir das águas termais das Caldas de Arêgos e famoso por ser “milagroso” na cura das “doenças de pele”. Nascido no Porto em 1877, Caldevilla foi responsável pela produção de cartazes dedicados a produtos como *Vinhos Fernandes e Gomes* (1914-1919), *Adubos Catilíticos Fosfatados* (1916-1919) entre outros e foi recentemente “re-descoberto” numa exposição inaugurada na Sociedade Nacional de Belas Artes em 2018 com o título *Cartazes de Sonho* comissariada pela Academia Portuguesa de Cinema. Nos vários artigos que anunciam a exposição, o cartaz que publicita o Sabonete Arêgos é repetidamente reproduzido sem qualquer referência crítica ou análise do seu conteúdo.

No cartaz em análise podemos observar uma criança branca, loura, de vestido axadrezado que, com uma embalagem numa mão e um sabonete Arêgos na outra, “limpa” a pele do rosto de um homem negro, de cartola e elegantemente vestido de fraque. Metade do rosto permanece negro enquanto que a metade “limpa”

fica branca sob a frase “...só falta metade...”. Tendo em conta que o cartaz também garante que o “sabonete Arêgos embranquece e cura a pelle”, percebemos que a metade que falta é o rosto negro que deverá embranquecer sob a ação deste produto “milagroso”. Trata-se portanto de um cartaz em que podemos observar nitidamente a exploração das diferenças entre o negro e o branco, reforçando o estereótipo da pele negra como suja e indesejável, enquanto a pele branca é representada como pura e superior. Um cartaz que objectifica a transformação do homem negro em branco, como uma ‘melhoria’.

Estes discursos publicitários das primeiras décadas do século XX assimilaram a imagem do negro, que passou a integrar o imaginário cultural popular europeia através do marketing dos produtos que o retratavam e utilizavam enquanto símbolo de “exotismo” ou como a afirmação colonial.

Isto foi feito utilizando estereótipos que representavam os negros de uma forma negativa mas com humor, utilizando um packaging atrativo de forma a chamar a atenção dos possíveis clientes. Em grande parte das mensagens



Fig.52 | Elliott's Paint, anos 30.

e imagens publicitárias, a negritude era usada como uma representação de uma realidade primitiva e selvagem, por oposição ao mundo moderno, desenvolvido, com um ritmo rápido e chique da Europa e Estados Unidos. Isso mesmo pode ser constatado nas figuras 58 e 59.

Segundo Archer-Straw (1956 - 2012), as dimensões visuais e simbólicas que constroem estes estereótipos apoiam-se em profundas analogias de que são exemplo as representações bíblicas que associavam e, na minha opinião ainda associam, a luz com a verdade e conhecimento, e o escuro com a maldade e o pecado. É com base nestas concepções abstratas que é depois feita a conexão visual entre o negro e o branco como elementos racialmente objectificados.

Já no século XVII estas noções de negritude, reforçadas pelos imperativos comerciais, foram usadas para justificar a escravatura e colocar os negros no último lugar na hierarquia cristã, por serem considerados pagãos bárbaros, violentos e selvagens. Ainda no século XX estão presentes, no pensamento filosófico e científico, argumentos que ajudavam a moldar e consolidar os estereótipos populares de negros para os re-

presentar como primitivos (The Conversation, 2016).

Uma das manifestações em que este processo pode ser mais claramente observado são as exposições coloniais ou os zos humanos que se propagaram pela Europa entre finais do século XIX e 1958 de que a Exposição Colonial do Porto de 1934 é um claro exemplo. Podemos no entanto confrontar estas imagens estereotipadas produzidas pela publicidade e pela cultura popular com as abordagens mais cuidadosas que eram desenvolvidas no âmbito da arte.

Por exemplo artistas como Théodore Géricault, Eugène Delacroix e Jean Auguste Dominique Ingres enobreciam os seus modelos negros nas suas pinturas, apesar de continuarem presos a um discurso que os colocava dentro de um imaginário exótico, violento e sensualizado acabando por reforçar aspectos do estigma que se encontram dentro um contexto racista criado pela situação colonial. Voltaremos a esta relação entre arte e negritude no próximo capítulo.



Fig.53 | Propaganda do sabão ACH. BRITO, 1934

O sabonete Aregos foi produzido pela primeira fábrica nacional de sabonetes e perfumes, Claus & Schweder, adquirida em 1925 pela Ach Brito, uma empresa familiar de produtos de higiene e beleza fundada em 1918. Em 1934, a empresa participou na Exposição Colonial Portuguesa, distribuindo os seus sabonetes num “original” stand que apresentava um “gigante de 4 metros” fazendo “reclame dos inigualáveis produtos Ach Brito, a maior e mais completa fábrica de sabonetes e perfumaria do país” (ver figura 52). Em 2018, comemorando os 100 anos da sua fundação e “para assinalar a efeméride” a empresa lançou uma edição especial e limitada de caixas comemorativas. Nesta, encontra-se incluída uma caixa que reproduz a fotografia de de campanha da Ach. Brito “durante a Exposição Colonial Portuguesa nos jardins do Palácio de Cristal, onde um equilibrista fez as delícias do público oferecendo sabonetes”. (Ach. Brito, Loja do Sabonetes, on-line). Esta caixa encontra-se em venda na loja online da marca e noutros locais de valorização da identidade portuguesa através das suas “marcas sobreviventes ao tempo” como a Loja da Vida Portuguesa. Parece-nos que é importante reflectir sobre o papel deste objecto na perpetuação da memória de um evento histórico que tem na sua base um discurso e um evento que objectificou a corpo das populações colonizadas.

Fig.54 | Caixa Sabonetes Fotos Antigas | Exposição Colonial Portuguesa, 1934



Fig.55 | Seleção de rótulos de produtos Confiança, com referências coloniais compilados pelo designer Nuno Coelho na sua história sobre Saboaria e Perfumaria Confiança (Coelho, 2017)

Na sua interessante história da Saboneteira Confiança, o designer gráfico Nuno Coelho (2017) refere justamente a forma como o discurso colonial se reflecte nos produtos de consumo de higiene e na saboneteira, em particular: “Ainda no que diz respeito à temática colonial, quando são utilizadas ilustrações representando habitantes locais, estes surgem de forma estigmatizada, ou seja, normalmente o nativo é representado descalço e de tronco nu, sem traços de civilidade. Esta representação ia ao encontro da ideologia do regime que, perpetuando estereótipos pretendia manter o estatuto de superioridade do colonizador e, consequentemente, a hegemonia do Império (...) Os rótulos e as designações de marca também não foram alheios ao contexto histórico do «Império Português», havendo muitas referências às antigas colónias ultramarinas. Foram representados populações nativas e respetivas manifestações culturais, assim como motivos exóticos ultramarinos. (...) É imperativo referir o facto de a Confiança produzir, em exclusivo para o mercado colonial, durante a década de 1950, o sabonete Negrinho (também conhecido como Pretinho ou Rapaz). O sabonete, cujo rótulo é desconhecido, tinha a forma de uma criança africana, e a sua massa era constituída por ingredientes que lhe davam coloração preta. (...) No âmbito deste tema, são ainda recorrentes designações com referências à potência colonizadora, como as marcas Império, Imperial Luzo, Conquistador, Caravela.”. (Coelho, 2017: 485)



Fig.56 | Cartaz da Exposição Colonial Porto Junho 1934 Em Ercílio de Azevedo, Porto 1934: a Grande Exposição, Edição de Autor, Porto 2003

“(…) mapa das muitas cambiantes que o processo colonizador teve, em que, independentemente do lugar e da cultura, o que prevalece é a violência sobre o Outro e a sua redução a ‘primitivo’” (Tavares, 2014)

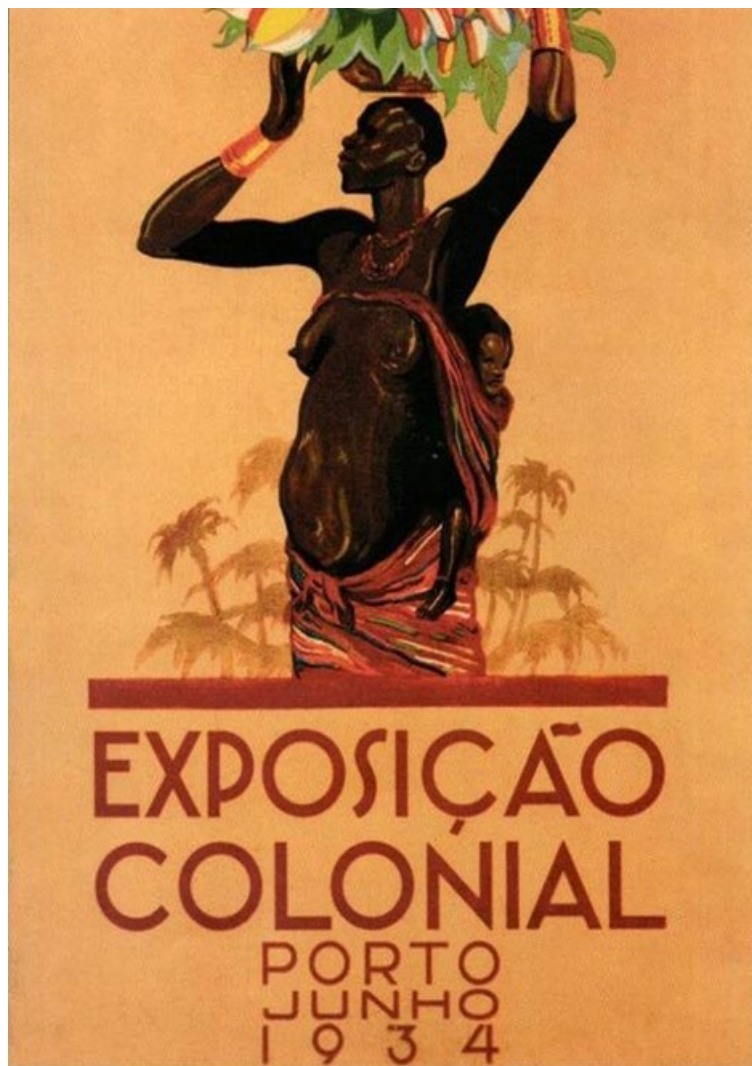


Fig.57 | Selo da Exposição Colonial Porto Junho 1934 Em Ercílio de Azevedo, Porto 1934: a Grande Exposição, Edição de Autor, Porto 2003



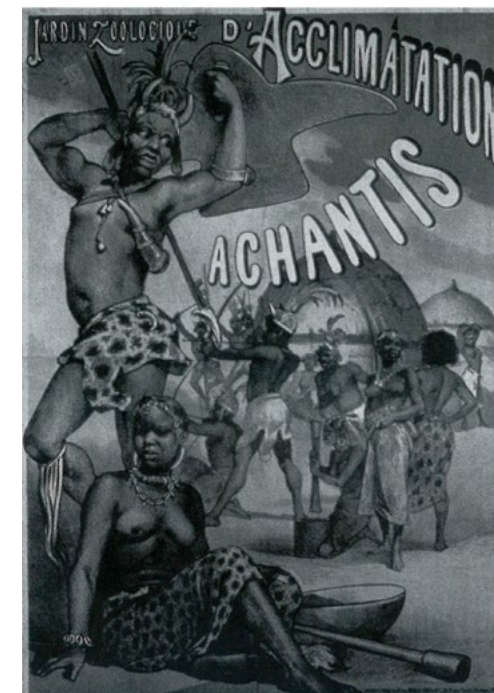
Fig.58 | Cartaz para *Les Zoulous* nas *Folies-Bergère*, Jules Chéret, 1878

Cartaz desenhado pelo pintor e litográfico francês Jules Chéret (1836-1932), consagrado como uma das principais referências de história do design do final do século XIX (Eskilson, [1964] 20017) para uma exibição dos “Troupe de Zoulous” em 1878, na casa de música “Folies Bergère” localizada em Paris. Uma exibição caracterizada como primitivista, que concretizava a fascinação da sociedade colonialista francesa pelo ‘exótico’.



Fig.59 | Cartaz para *Achantis* troupe at the *Jardin Zoologique D'Acclimatation*, 1895

Cartaz promovendo uma exibição, de “Achantis” no Jardin Zoologique d’Acclimatation, em Paris. Um jardim zoológico criado a 6 de Outubro de 1860 por Napoleão III e pela Imperadora Eugénie que, não só exibia animais, como povos estrangeiros, por exemplo Zulus, pessoas caracterizadas como espécimes exóticos, no então conhecido Zoológico Humano.



INFLUÊNCIAS AFRICANAS NA ARTE MODERNA

No início do século XX, com o comércio colonial, vários artefactos africanos foram adquiridos por museus e colecionadores privados de arte na Europa:

(...) avant-garde artists, their dealers (...) were among the first Europeans to collect African sculptures for their aesthetic value. Starting in the 1870s, thousands of African sculptures arrived in Europe in the aftermath of colonial conquest and exploratory expeditions. They were placed on view in museums (...) (Murrell, 2008)

Este fascínio pela arte africana era partilhado pelos artistas que combinavam essa atração com novas criações através de um “empréstimo” da cultura negra e da sua “sofisticação” formal. O chamado “modernismo” na arte é, em parte, devedor destas fortes influências:

Modernist artists were drawn to African sculpture because of its sophisticated approach to the abstraction of the human figure (...) (Murrell, 2008)

Assim, estes artistas do chamado “primitivismo modernista” usavam objetos africanos como modelos com o objetivo de alargar as suas competências artísticas na medida em que esses objetos continham formas de representar

a figura humana nunca antes vistas pelos artistas europeus. Este facto permitiu uma ruptura estética que alimentou os movimentos vanguardistas da viragem do século:

During the early 1900s, the aesthetics of traditional African sculpture became a powerful influence among European artists who formed an avant-garde in the development of modern art. (Murrell, 2008)

Ou seja, a importância da arte africana no desenvolvimento do modernismo, prende-se com a forma como a mesma mudou o modo da experiência dos artistas modernistas, tendo repercussões até aos dias de hoje.

Artistas europeus como Pablo Picasso (1881 - 1973) e Henri Matisse (1869 - 1954) foram fortemente influenciados pela arte africana, principalmente pelas esculturas e máscaras, alargando os seus horizontes e transformando as suas obras em objectos que entram em novos limites artísticos:

(...) they instantly recognized the spiritual aspect of the composition and adapted these qualities to their own efforts to move beyond the naturalismo (...) (Murrell, 2008)

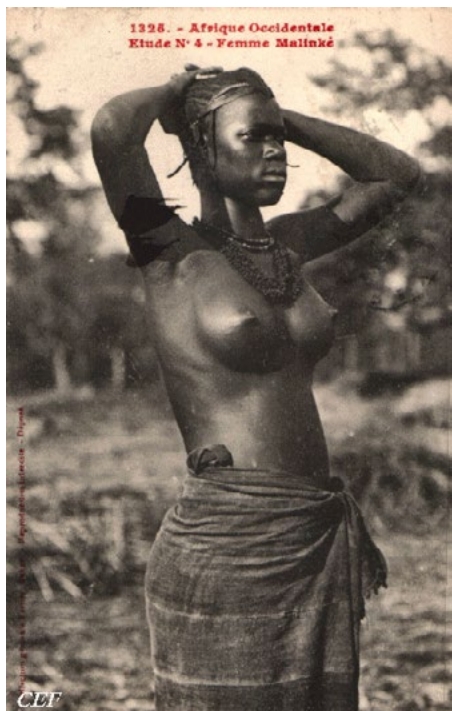


Fig.60 | Étude N° 4 – Femme Lalinké, Edmond Fortier, Africa Ocidental, 1906, postal em Collo-type, Musée Picasso



Fig.61 | Les Demoiselles D'Avignon – Pablo Picasso, 1907

“(…) a frontalidade crua que Picasso emprestou à sua versão final das Demoiselles e que lhe permitiu libertar-se da “postura anedótica” da primeira incursão, que incluía as figuras masculinas, é afinal herdeira simultaneamente de uma africanidade mediada pela retórica colonial, e da contaminação da representação fotográfica pelas convenções de representação visual ocidental, ilustrando, em última instância, o controlo que marca as relações entre europeus e povos colonizados (Baldassari 2004: 344; Green 2005: 49).” (Fradique, 2016: 158)

“É nesse sentido que recorremos à expressão que Baldassari utilizou para designar o papel das imagens coloniais reunidas por Picasso, alargando o seu sentido a esta prática mais vasta e permanentemente actualizada ao longo do século XX e primeiras décadas do século XXI de uma predisposição etnográfica para uma prática artística que reproduz até certo ponto processos de objectificação cultural do outro e do diferente.” (Fradique, 2016: 210)

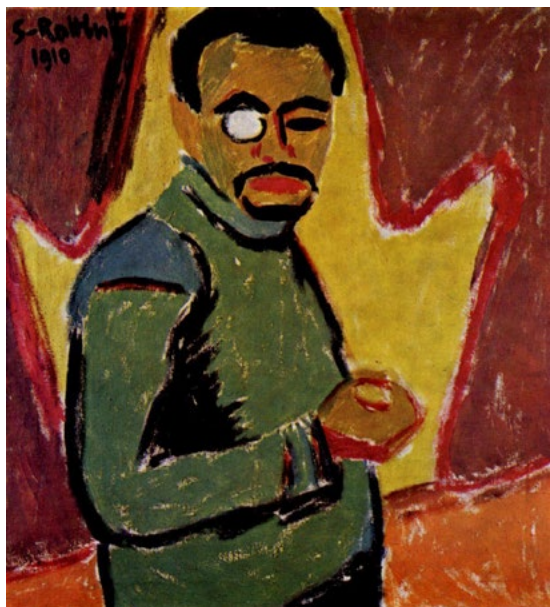


Fig. 62 | Karl Schmidt-Rottluff, Self-Portrait with Monocele, 1910



Fig. 63 | Ernst Ludwig Kirchner, Poster de exibição dos Die Brücke, Galeria Arnold



Fig. 64 | Fritz Bleyl, 1906, Poster da primeira exibição dos Die Brücke

The Brigde (Die Brücke) ficou conhecido como um grupo de expressionistas alemães iniciado em 1905, um grupo formado em Dresden. Foi constituído pelos artistas Ernst Ludwig Kirchner, Erich Heckel, Fritz Bleyl e Karl Schmidt Rottluff. Conhecidos pela criação do expressionismo e por terem um grande impacto na arte moderna do século XX (The Art Story Contributors, 2018).

O grupo caracterizou-se pelo interesse na arte “primitiva”, um interesse em expressar as emoções, num aspecto não naturalista, através de cores vivas:

German Expressionist painters (...) conflated African aesthetics with the emotional intensity of dissonant color tones and figural distortion, to depict the anxieties of modern life (...). (Murrell, 2008)

‘Die Brücke’ foi um grupo que desenvolveu um estilo comum ao Fauvismo por ser constituído por imagens com não apenas cores vivas como também imagens violentas, influenciadas pela arte e comunidade africana e da oceania consideradas ‘primitivas’, uma palavra considerada pejorativa para o povo africano:

For much of the twentieth century, this interest was often described as Primitivism, a term denoting a perspective on non-Western cultures that is now seen as problematic. (Murrell, 2008)

Já nos Estados Unidos da América, em 1920, afro-americanos, por viverem em estados opressivos mesmo após da abolição da escravatura em 1863, ao migrarem para cidades mais modernas como Nova York, Detroit, Chicago e Harlem, tentavam obter uma vida melhor e com melhores condições. (SmithsonianAmerican Art Museum, 2018). Foi assim que cresceram comunidades apaixonadas pela sua cultura e com ambições artísticas com o intuito de mostrar ao mundo os talentos que os afro-descendentes também possuíam.

In New York City, African Americans flocked to the city’s Harlem neighborhood – sowing the seeds for what would come to be known as the Harlem Renaissance, a cultural, social, and artistic revolution that flourished in the 1920s. (SmithsonianAmerican Art Museum, 2018)

O movimento The Harlem Renaissance mar-

cou 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:

During the 1920s and 1930s, Harlem was a haven, a place of self-discovery, cultural awareness, and political activism for African Americans. (...) It was literature, painting, and music; it was movies, poetry, and jazz. (SmithsonianAmerican Art Museum, 2018)

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:

This largely transplanted community re-

defined the black experience in the United States. (SmithsonianAmerican Art Museum, 2018)

A arte criada no movimento The Harlem Renaissance consistia nas cores vivas que criavam imagens com carácter expressionista onde representavam as origens da cultura africana utilizando imagens tribais de forma a homenagear a origem dos afro-americanos, misturando com arte moderna e tendo como resultado um paralelo da evolução da experiência do afro-americano nos Estados Unidos com a herança africana:

The accumulation of books, journals, and ideas sparked interest in African music, images, and history. (SmithsonianAmerican Art Museum, 2018)

Os artistas do The Harlem Renaissance transmitiam através das suas obras o progresso da experiência do negro no país e demonstravam um Novo Negro ao acreditarem na arte como um veículo para uma mudança:

(...) young writers and artists would take ownership of the Harlem Renaissance



Fig. 65 / Romare Bearden, 'Empress of the Blues', 1974, Smithsonian Museum de Arte Americana



Fig. 66 / Aaron Douglas, 'Negro in an African Setting', 1934

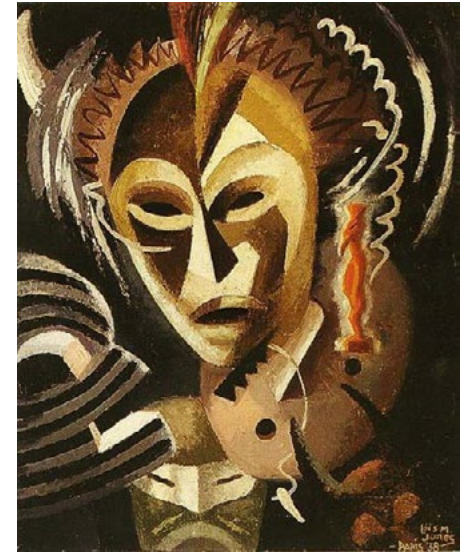


Fig. 67 / Lois Mailou Jones, 'Les Fétiches', 1938

movement, giving a voice to the African American experience. (Smithsonian American Art Museum, 2018)

Mudança essa que representava a base deste movimento, ou seja, uma nova e positiva imagem do afrodescendente, uma imagem livre de representações estereotipadas, o que resultou num fator importante para um novo desenvolvimento de auto confiança:

They fostered a new sense of pride in the black community and provided a voice to the desire of African Americans to at long last achieve a measure of equality in American society. (Smithsonian American Art Museum (2018)

AS NOVAS FORMAS DE EXPRESSÃO DO PRECONCEITO E DO RACISMO NO ÂMBITO DA CULTURA VISUAL

Como tinha referido anteriormente, o racismo consiste principalmente em processos de discriminação e exclusão social e, hoje em dia, a forma como esses processos se mantêm presentes na cultura visual, na publicidade e as mensagens que contêm, têm uma nova característica que é a sua facilidade de propagação.

Com a era dos meios de comunicação digital, as informações são mais acessíveis para os jovens, que acedem a conteúdos diversificados, acessíveis globalmente e em tempo real. Com a utilização de plataformas como o Facebook, Twitter e Instagram as campanhas publicitárias atingem um alcance sem precedentes, completando a publicidade física mais convencional - revistas, cartazes, jornais. Considero esta questão muito importante pela forma como estas formas de cultura visual têm um papel crucial na formação de opiniões e, por consequência, na formação de atitudes e ideologias. No que diz respeito ao discurso político e dos media em geral, Joseph P. Rose identifica

na sua investigação novas formas de racismo presentes na cobertura mediática e nos discursos políticos dos Estados Unidos da América, sobretudo desde a chegada à presidência de Obama e como ataque às suas políticas na área social:

The presidency of Barack Obama has given racial framing in the news media a new salience particularly because of the role that media coverage plays in shaping ideas about race. The racial framing that unfolds through the news media reflects new forms of racism that work to justify and explain racial inequalities without explicit references to race. (...) The media shape public opinion through the framing of news events and through analysis. Framing is the conscious, strategic effort to fashion meaningful accounts of events and the issues at hand in order to legitimate certain perspectives and actions (Williamson 2011). (Rose, 2014: ii-7)

Já para as autoras Katherine Frith e Barbara Mueller (2003), as consequências de uma linguagem opressiva e racista na cultura visual é prejudicial no que diz respeito às questões pes-

soais, ou seja, refletem não só a forma como vemos os outros, mas também como nos vemos a nós próprios. As autoras explicam que para “compreender como a publicidade constrói a ‘raça’, temos de aprender como interpretar anúncios enquanto textos culturais. Pois as publicidades não são apenas mensagens sobre produtos e o serviço (...) as publicidades são socialmente e culturalmente textos sobre nós próprios e outros” (Frith e Mueller, 2003: 118)

Continuam a sua argumentação afirmando que os estereótipos, usados de forma exagerada, ou com um certo significado, dificilmente não carregam uma conotação negativa para as minorias atingidas, e as repetições dessa forma de representação teriam como consequência a normalização da associação do estereótipo com a pessoa:

As such, stereotyping does not, by definition, carry negative or positive values. It is when we imbue the stereotype with a certain type of meaning that it becomes positive or negative. Also, when stereotypes are magnified in ads, they can be harmful in that the repetition of a stereotype naturalizes it and makes it appear



Fig. 68 | Loïs Mailou Jones, 'Les Fétiches', 1938



Fig. 69 | Quiaobi, 2016, marca chinesa de detergente

“normal.” (Frith e Mueller, 2003: 119) Esteriotipos esses que nas publicidades, no caso dos afrodescentes, os colocavam, antes do ‘Civil Rights movement of the 1960’, como submissos, ou seja, destacando-os em papéis como ‘porteiros, cozinheiros e carregadores de bagagem’. As autoras explicam que este tipo de perfilamento podia nesse tempo ser considerado como normal até que “these representations were questioned by a large enough group of people.” (Frith e Mueller, 2003, pág.119)

Frith e Mueller concluem que as minorias, mais precisamente os afrodescentes, quando representados na publicidade, normalmente são representados de forma desigual, dando o exemplo de um negro apenas aparecer com metade da cara, ou uma modelo posicionada ao fundo de um grupo de pessoas, ou seja, para além de já serem pouco representados, e quando o são, estão em segundo plano. As autoras manifestam a ideia de que os afrodescentes, mesmo estando na publicidade “(...) they do not hold much power”. (Frith e Mueller, 2003: 120)

Como exemplo, escolhi as figuras 68 e 69 para ilustrar o conceito de Frith e Mueller, pois re-

presentam essa ideia do estereótipo carregando uma conotação negativa para a comunidade negra. Na figura 68 perpetuam a linguagem primitiva, caracterizando o negro, neste caso o seu cabelo natural, como não civilizado, e na figura 69, a relação do sabão como um detergente que limpa a sujidade do negro (mais precisamente a cor) o que vinculamos às publicidades do sabão ‘Arêgos’, ‘Pears Soap’, entre outros.

CASO DOVE

Escolhi ainda para analisar o caso Dove e o seu anúncio polémico de 2017, surgido durante a realização desta investigação, como exemplo desta permanência de discursos que, de forma mais ou menos consciente, de forma mais explícita ou implícita, continuam a alimentar estereótipos de representação racial. Neste caso um anúncio/GIF divulgado na rede social Facebook continha três mulheres em que uma atrás da outra retiravam a sua t-shirt para revelar a próxima mulher. Quando chegamos à mulher negra, esta, ao tirar a sua t-shirt, revela uma mulher branca. As reacções foram praticamente imediatas:

“Dove has removed an advert from its US Facebook page which appeared to show a black woman turn white. It is not the first time the beauty brand have faced a public backlash and they are not the only company to have been condemned for ‘racist’ advertising in the beauty industry.” (The Guardian, 2017)

“There is definitely something to be said here about how advertisers need to look beyond the surface and consider the impact their images may have, specifically when it comes to marginalized groups of women. It is important to examine whether your content shows that your consumer’s voice is not only heard, but also valued.” (Ogunyemi, 2017)

“Mas a empresa veio entretanto explicar-se ao mercado, dizendo que o vídeo “não representa a diversidade da beleza real - que é algo que apaixonava a Dove e que é fundamental para nós - e isso não devia ter acontecido. Já removemos o post e não publicaremos mais nenhum conteúdo relacionado. Pedimos as nossas mais sinceras desculpas pelas ofensas causadas.” (Lopes, 2017)

“Ava DuVernay, the director of the film Selma,

was one of many prominent people to criticise both the advert and the apology. She said on Twitter: “You can do better than ‘missed the mark’. Flip + diminishing. Deepens your offence. You do good work. Have been for years. Do better here.” (Slawson, 2017)

(Hassan, H. (2017) ‘A Brief History of Racist Commercials and Ad Campaigns’)

Tal como foi notado pelos críticos do anúncio, mesmo que não tenha sido objectivo da campanha ter uma abordagem racista, na verdade, não conseguimos deixar de nos lembrar das representações publicitárias etnocêntricas da viragem do século XIX para o XX que representavam o corpo negro como algo que pode ou deve ser “branqueado”.

Na minha perspectiva é preciso debater e questionar estas formas de opressão que propagam um meio de objetificação da negritude. Sendo uma ferramenta de expressão de ideias, a comunicação visual distorce a realidade em que se fundamenta através de discursos/ mensagens que se concitem como uma forma de ofensa para os afrodescentes, influenciando o modo como ele se identifica e determina o seu lugar socialmente. Este discurso publicitário que recorre a mecanismo de associação e não aos mecanismos dos próprios produtos,



Fig. 70 | Publicidade da Dove, 2017

são amplamente ideológicos e contribuem para definir modos de vida e representações do mundo e das relações sociais que o compõem.

O que me importa aqui defender e que se torna relevante para esta investigação é o facto do jovem negro, ainda na construção da sua personalidade, estar sujeito a estereótipos que algumas expressões da cultura visual contemporânea carregam e que passam a fazer parte da sua consciência negra, da forma como vive e auto-representa a sua negritude (cf. a noção de fact of blackness de Fanon). O mesmo se passa com os jovens brancos que, ao serem sujeitos às mesmas representações, também assumem uma ideia de negritude conforme o estereótipo propagado pelos meios de comunicação.

O poder do discurso publicitário, assente numa representação sobretudo visual, fazem com que a sociedade assumam distorções da realidade, distorções que, se tiverem um discurso racista, reforçam os preconceitos e conduzem percepções sobre a realidade e, em última instância, promovem acções com base nestas percepções. Trata-se designadamente, segundo Joseph Rose, de um discurso de poder. Esta capacidade de manipulação de um grupo social ou

minoritário está nas mãos de quem tem poder sobre a agenda mediática e sobre o marketing e a publicidade

Through the selection and discussion of issues and events, the media are able to construct social reality, guiding the public to act in ways that are most beneficial to those who control the media (Scheufele 1999). (...) Only the powerful have the media resources necessary to spread stereotypes and influence public thought in this way. According to Collins, the media are key in perpetuating controlling images that enable the domination of minority groups. Using negative controlling images, African Americans (and other marginalized people) are turned into "others," or cultural outsiders. (Rose, 2014: 16-18)

A falta de representação positiva das minorias reforça os estereótipos mais conhecidos e populares e, tal como referido anteriormente, os anúncios, cartazes, cinema e programas de televisão têm um papel crucial no que toca à vida social dos jovens. Assim sendo, se as

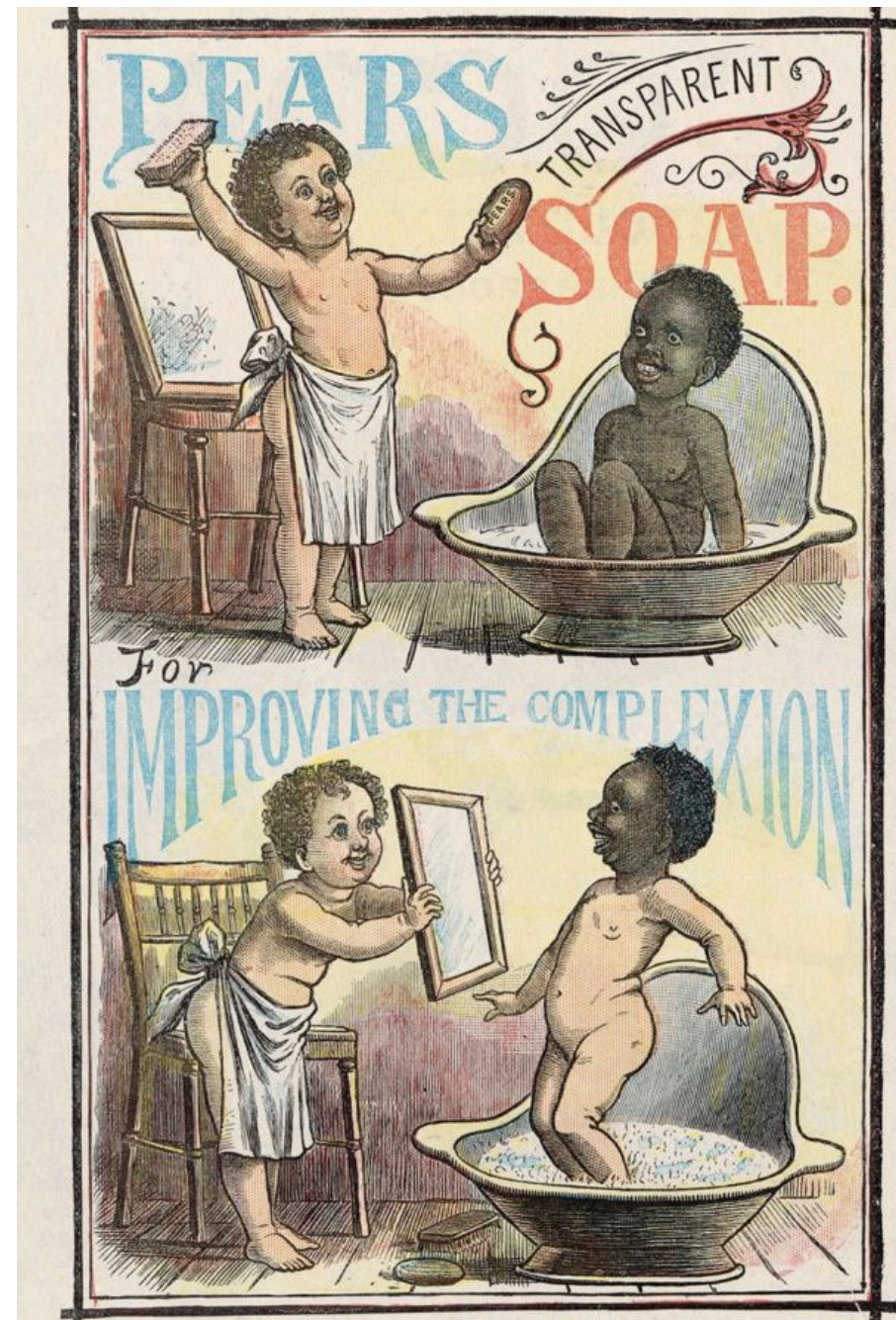


Fig. 71 | Publicidade Pears Transparent Soap, 1884

imagens das minorias são representadas negativamente nesses meios de comunicação, apenas vão aumentar a forma como esses jovens se vêem (as minorias) e mais tarde serão essas mesmas representações discriminatórias e estereotipadas que, quando tornarem-se adultos, vão reproduzir.

Sim, as pessoas podem desligar a televisão, ignorar os anúncios publicitários, não prestar atenção aos cartazes, mas o problema não seria resolvido, o problema do preconceito e discriminação nos meios de comunicação não se vai solucionar com a omissão do problema, só vai funcionar se se perceber que os ideais da maioria nem sempre são os corretos. É neste sentido que proponho discutir no capítulo seguinte três casos de activistas em que a força e o poder da cultura visual e gráfica é utilizada para contribuir para a visibilidade das lutas daqueles que não têm voz junto dos poderes políticos.

Fig. 72 | Publicidade da PlayStation Portable, 2006, Holanda

“The white woman is positioned as powerful and determined, whereas the black woman looks docile and submissive (and blending in with the background, even).” (Hassan, 2017)



02.3 **DESIGN GRÁFICO E A REPRESENTAÇÃO DA DIVERSIDADE: O CASO COLORS**

TIBOR KALMAN E A REVISTA COLORS

A relação entre o design gráfico e a representação da comunidade negra em meios de comunicação, como exemplificamos ao longo desta dissertação, foi, e é, uma relação complicada, onde as imagens distorcidas da realidade influenciam a sociedade em geral. A escolha da revista COLORS como exemplo foi de forma a demonstrar que, com o crescimento da globalização e o surgimento do multiculturalismo, a COLORS foi das primeiras revistas a ter como temática a própria globalização e diversidade.

COLORS é uma revista trimestral que se intitula como uma revista sobre ‘the rest of the world’ em que cada publicação tem um tema que demonstra uma perspectiva internacional. A revista foi criada por Tibor Kalman, Oliviero Toscani e Karrie Jacobs em 1991 e, desde os anos 90, sempre manteve uma visão global e humanística nas suas publicações que abordam conteúdos sociais como a discriminação. Mas é sobretudo a partir de 2001 que cruza o foto-jornalismo das primeiras edições com a abordagem de importantes questões sociais.

Tibor Kalman (6 de Janeiro, 1949 – 2 de Maio, 1999) costumava combinar o seu compromisso para com as causas sociais com um desejo

de quebrar barreiras visuais. O designer ficou conhecido pela forma como as suas posições políticas radicais e a sua abordagem gráfica igualmente radical eram surpreendentemente interligadas.

Numa entrevista realizada por Charlie Rose em 1998, Kalman diz-nos que utiliza um “contraryism in every part of my life. In design ... I’m always trying to turn things upside down and see if they look any better”.

Um dos aspectos pelos quais o designer ficou conhecido foi justamente a capacidade de incorporar determinados elementos visuais da tradição do design para promover as suas visões políticas sobre causas sociais. As suas experiências tipográficas e os usos da imagem podem ser vistas em vários suportes que vão desde o vídeo aos trabalhos em revistas como a *Wired* ou a *Ray Gun*.

Foi em 1991 que Kalman fechou a sua empresa M&Co em Nova Iorque e aceitou uma oferta de Oliviero Toscani, diretor criativo da Benetton. Numa entrevista para a revista *Eye* com Moira Cullen, Kalman relata a experiência de conhecer e trabalhar com Toscani:

industry darling LOVE. To make matters worse, the quarterly hasn't featured a cover model of color in at least three years. Vogue Germany, Vogue Netherlands, Vogue Russia, Harper's Bazaar U.S. and Porter also limited their covers to white, cisgender, straight-sized models. (Vogue Russia for the third year in a row; Harper's Bazaar U.S., Porter and Vogue Netherlands all for the second time since 2014.) (Cordelia, 2016)

Mas algumas revistas já estão a tentar combater esta falha de igualdade nas suas capas como é o caso da *Ebony* ou da *Essence* por regularmente apresentarem pessoas negras famosas. Mas o quão forte e poderoso impacto isso tem tido, é apenas uma grande luta numa guerra maior.

Revistas como *Vanity Fair* apenas tiveram 3 pessoas negras sozinhas na capa na última década: Beyoncé em 2005, Kerry Washington e mais recentemente Serena Williams em Agosto de 2017. Em 2002 Halle Berry tornou-se a quinta mulher negra a aparecer na capa da *Cosmopolitan*, uma revista que já existe desde 1886. Mas, tal como demonstra a polémica de

2008 em torno da capa da *Vogue* (ver figura 77) em que LeBron James e Gisele Bündchen parecem reproduzir uma propaganda (entre os anos 1917 e 1918) na Segunda Guerra Mundial, feita por Harry Ryle Hopps com o título “Destroy this Mad Brute: Enlist”, nem a visibilidade dos negros e o protagonismo que lhe pode ser dado tem dificuldade em se libertar do tipo de imagem construído pela cultura visual publicitária e não só de fala.

Com análise deste caso da revista *COLORS* pretendo atingir dois objectivos:

- a) por um lado demonstrar como o design gráfico se pode aliar a causas socialmente relevantes contribuindo para novas formas de debater e representar esses problemas, assim como para a inovação em termos do design propriamente dito;
- b) Mas por outro lado pretendo também realçar que não basta esta representação da diferença e de assuntos polémicos para transformar o pensamento. Em diferentes momentos a revista foi até mesmo acusada de a sua representação da diversidade ser de tal modo formada que ajuda a confirmar os estereótipos.

Concluindo, o que me parece fundamental é que surjam plataformas para as minorias poderem falar e representar os seus próprios assuntos e lançar debate sobre os problemas, a partir do seu ponto de vista e da sua experiência e que isso seja partilhado por toda a sociedade como mais uma voz que integra uma cultura visual mais vasta. Ou seja, que essas minorias conquistem os seus “lugares de fala” de que falámos na introdução.

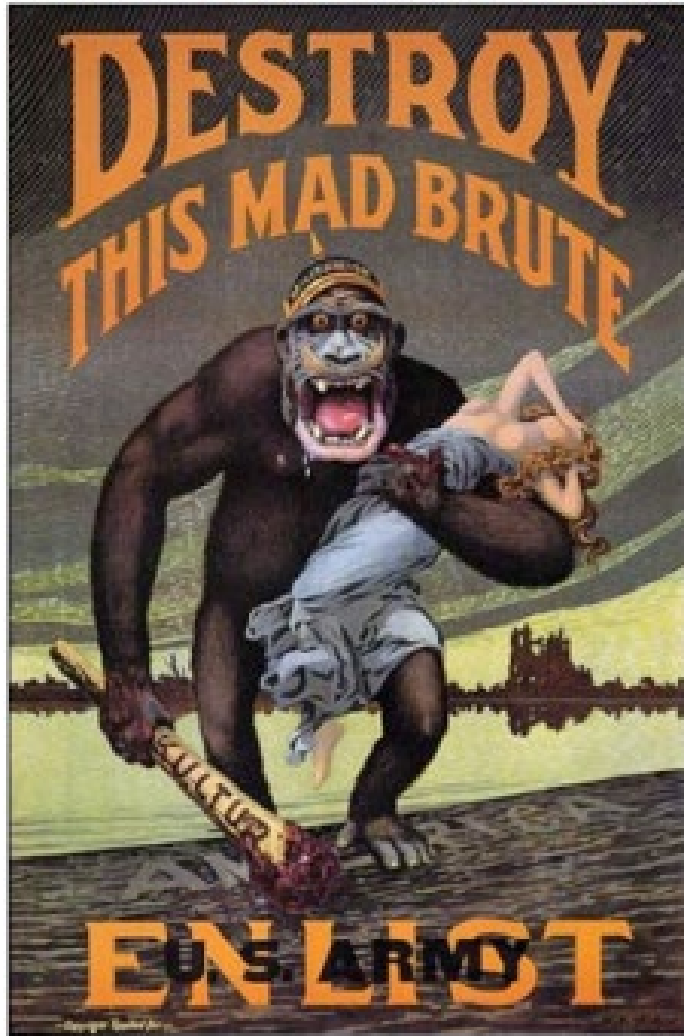


Fig. 77 | Capa Vogue 2008, LeBron James e Gisele Bündchen

“Had the magazine knowingly intended to begin a debate about racial imagery, it would have at least devoted some text to the issue, and demonstrated awareness of the controversy it was inviting. Instead, Vogue seems to have been caught unawares.” (Denton, 2008)

03 | **A(r)tivismo e Decolonial Design**

CARACTERIZAÇÃO E COMPREENSÃO DO ARTIVISMO

“We must never forget art is not a form of propaganda; it is a form of truth.”

_ John F. Kennedy, 1963

Para ampliar o espaço de um discurso público, assim como dos movimentos ou protestos em que as minorias estão envolvidas na conquista do seu lugar de fala na procura de dar voz a uma mensagem revolucionária - uma voz que é subversiva enquanto voz insatisfeita - vários têm sido os instrumentos utilizados. A cultura visual em geral e o design gráfico são claramente dos mais eficazes para este efeito, na medida em que reflectem o padrão estético do momento em que vivem assim como proporcionam uma visão para um contexto histórico de uma determinada situação/causa. A artista nigeriana Amina Doherty no artigo “when art meets activism: being a young feminist artist” (2017) afirma que:

The activism “which combines of the words ‘activist’ and ‘artist’ — refers to an individual who uses their art (...) to fight and struggle against injustice and oppression—by any medium necessary. (Doherty, 2017)

Trabalhos como a *Big Electric Chair* de Andy Warhol’s, *Guernica* de Picasso ou *Defacement (The Death of Michael Stewart)* de Jean-Michel Basquiat abordam, de uma forma icónica

e poderosa, questões sociais complexas da sua época (Pleasant, 2016) sendo vistas como verdadeiros manifestos sobre o sofrimento humano e o valor da vida humana.

É esta capacidade que os artistas têm, com o seu trabalho, de nos fazer parar, ver, ouvir e confrontar questões de injustiça social que me parece muito importante. Como alguns dos exemplos já discutidos e outros que irei apresentar à frente comprovam, a arte e o design, a imagem enquanto afirmação de ideias, por vezes é mais acessível do que outras formas de discurso político.

Utilizar recursos visuais como forma de ativismo pode mesmo permitir uma maior facilidade de compreensão de determinada questão social e aumentar a capacidade para discutir determinado assunto. A arte e o design podem encorajar mudanças que hoje em dia são tão necessárias, nomeadamente em Portugal, onde, o racismo institucional ou a igualdade de género se tornaram questões fundamentais de discussão no espaço público. É para essa discussão que pretendo contribuir com este projecto.



Fig. 78 | Pablo Picasso
'Guernica', 1937



Fig. 79 | Jean-Michel Basquiat,
'Defacement (The Death of Michael Stewart)'



Fig. 80 | Andy Warhol 'Electric Chair', 1964

03.1 O DESIGNER COMO A(R)TIVISTA

Quando falamos do designer como ativista pensamos em duas coisas, o designer que faz parte da comunicação de informação e ativismo que pode ser uma crítica de questões sociais, com carácter político, social ou económico.

No caso do design gráfico activista é inquestionável que está associado a uma linguagem visual particular em que as questões estéticas e criativas são importantes e fazem parte do empoderamento da mensagem que pretende transmitir. Neste sentido decidimos pesquisar sobre uma expressão recente - o Artivismo - que serve para descrever numa só palavra estas duas dimensões: a acção política e social realizada através de estratégias artísticas - ou seja, estéticas e simbólicas, com o objectivo de veicular mensagens de sensibilização para reivindicações de carácter social. Tendo em conta que o design faz parte de uma pirâmide em que a base é a Arte, então quando falamos de arte e criatividade, podemos igualmente incluir alguns aspectos do design.

É neste sentido que considero útil o conceito de Artivismo:

an attitude, a practice which exists on the

fertile edges between art and activism. It comes into being when creativity and resistance collapse into each other. It's what happens when our political actions become as beautiful as poems and as effective as a perfectly designed tool. (Jordan, 2016).

Na minha perspectiva a eficácia desta estratégia artivista tem resultados notáveis visto que faz com que a comunidade, ao se deparar na rua e no seu quotidiano com estes projetos que veiculam importantes mensagens, criam debates e participam nos assuntos em questão originando, de uma certa forma, um fortalecimento da identidade das comunidades, como é o caso do bairro de Ribeira Bote (Cabo Verde) referido na introdução, ou o bairro em que cresci, em que as imagens nas fachadas de prédios, paredes, muros etc... são fonte de motivação e consciencialização enquanto andamos ao longo das ruas e observamos as suas transformações criativas.

Tal como afirma Boden (2011), o papel da arte tem crescido no que diz respeito à sua utilização como um instrumento para movimentos sociais e organizações, ajudando a criar a iden-

tidade dos mesmos. Especialmente em países onde a expressão de ideias críticas são muito limitadas, quer por causa dos governos, quer por causa do medo de sofrer consequências graves:

political art standing against repressive forces in society is part of the culture of change. (Boden, 2011).

Assim usa-se a arte como um veículo alternativo para a comunicação de ideias, pois a arte por vezes é o único instrumento que dá uma possibilidade de protesto. Arte e Design, são dos meios mais importantes no que diz respeito a gerar atenção dos meios de comunicação e, posteriormente, dos sistemas políticos, com o objetivo de alcançar a resolução de problemas sociais para os quais chamam a atenção:

Artivism treats social movements as a material. Their forms of action and alternatives are forms that our collective imagination can change (Jordan, 2016).

Como referido na introdução, após a nomeação de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos da América, tem crescido o uso destas ferramentas como formas diretas de resposta

aos seus disactivistaurosos e políticas.

Um dos mais importantes exemplos do uso de um cruzamento entre arte e design como ferramenta de representação de questões sociais que precisam de ser abordadas através da criação de debates na sociedade é o trabalho de Barbara Kruger (26 de Janeiro 1945). Kruger é uma designer gráfica e artista visual que, através das suas obras, dedica-se a temas como a identidade, discriminação - quer seja sexual como racial-, o capitalismo, onde aborda representações e sistemas de opressão e poder criticando-os e questionando-os utilizando uma combinação que poderíamos considerar de Artivismo, pois as suas obras refletem as suas convicções sobre os sistemas políticos e de identidade.

Do ponto de vista genérico, o design das suas obras é notável - lembre-se que a artista frequentou durante um ano a Parsons School of Design em 1965 - já que as suas composições fazem uma grande utilização do suporte visual onde adota e apropria fotografias de jornais e revistas a preto e branco e sobrepondo-as com textos diretos e simples, utilizando a fonte característica das suas composições, Futura Bold

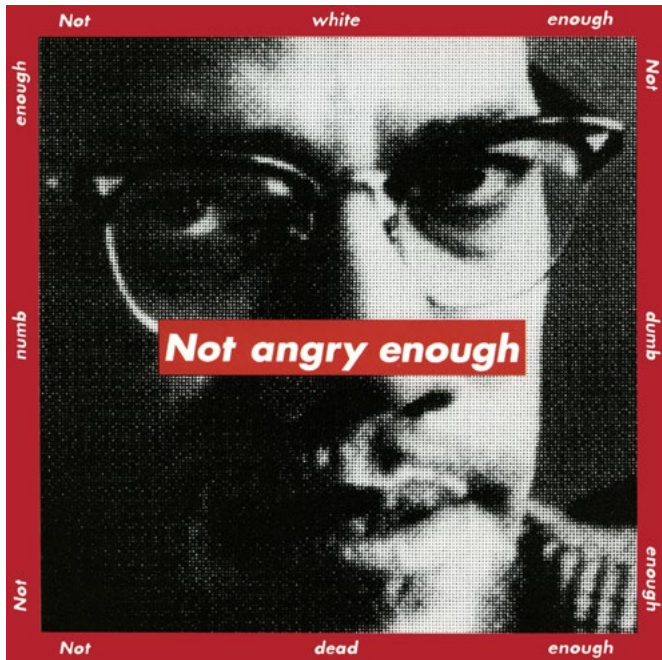


Fig. 81 | “Untitled (Not angry enough),” 1997. Artwork by Barbara Kruger. © Barbara Kruger. Courtesy Mary Boone Gallery.

Esta obra que inclui o afro-americano Malcom X (19 de Maio, 1925 – 21 de Fevereiro, 1965) activista pelos direitos humanos, faz parte de uma série que usa outras figuras públicas da cultura popular e da política como Andy Warhol e Marilyn Monroe.

Oblique, onde a linguagem subversiva, apesar de curta e direta, consegue carregar mensagens que abordam questões profundas e densas tornando gráfico o seu carácter crítico.

Segundo o Art History Archive (2018), Kruger cria uma plataforma para propagação das suas ideias políticas que, de forma irónica, aborda assuntos complexos como a raça e género (ver Figura 81 *Untitled (Not angry enough)*, 1997 e Figura 82 *Your Body is a battleground*, 1989), analisando alguns dos estereótipos da sociedade americana. E fá-lo de uma forma estética, característica da designer. Ou seja, Barbara Kruger, de forma subversiva, utiliza o design para converter em representações fáceis de compreender, questões sociais complexas, representações essas cuja divulgação pelo grande público tem como consequência uma criação de debates sociais importantes para informação e compreensão das causas que persistem em permanecer na nossa sociedade, como por exemplo a opressão através da discriminação.

A obra *Your body is a battleground*, usada originalmente numa marcha de mulheres em Washington em 1989 em contestação ao projecto lei anti-aborto (Caldwell, 2016), é uma das obras que mais me inspirou para a elaboração do projecto prático, pois é uma composição onde aborda questões de género que ainda são relevantes nos dias de hoje de uma forma simples mas impactante:

I think that it's important for me to somehow, through a collection of words and images, to somehow try to picture—or objectify, or visualize—how it might feel sometimes to be alive today.

Esta artista é, pelas características aqui descritas, uma das inspirações para o projecto de decolonial design que apresentaremos na segunda parte.

Fig. 82 | Barbara Kruger, *Untitled (Your body is a battleground)*, 1989, photographic silkscreen on vinyl, 112 x 112 in., via Broad Museum/ © Barbara Kruger



RELAÇÃO DO ATIVISMO E DESIGN: O CASO DO MAIO DE 68

Uma característica da comunicação ideológica nos anos 60 que muitos designers ligados a certos movimentos utilizavam, era o disfarce da sua identidade e isso acentuou ainda mais o carácter popular do discurso. Segundo Sinclair (1968) os cartazes têm origem num desejo aparentemente irresistível de transmitir uma opinião utilizando recursos gráficos que permitem abordar uma grande variedade de questões, muitas das quais se encontram no centro de atenção do movimento social que os suporta e defende e não tanto no designer que produz o suporte gráfico das suas mensagens (Sinclair, 1968). Isto leva a que o designer activista seja visto não como um indivíduo solitário e genial, único responsável pela autoria das poderosas imagens e mensagens gráficas criadas por estes movimentos subversivos, mas antes como membro de uma comunidade que luta por um mesmo objectivo, cada um com as suas ferramentas.

No caso do Maio de 68 (França), o que começou com poucos estudantes, tornou-se em algo muito maior. Mesmo tendo preocupações minimamente diferentes, este tipo de ativismo reuniu diferentes grupos sociais e atingiu milhões de pessoas, tornando-se numa fonte de

inspiração. Neste processo o design de comunicação urbano como ferramenta para partilha de mensagens teve um papel fundamental. Como afirma Philips, este facto deve-se à capacidade destas mensagens estabelecerem relações e sentido com as experiências particulares de diferentes pessoas, em diferentes contextos sociais, geográficos, culturais, etc:

As with all art, the message must be negotiated in a dialogue between the viewed and the viewer. (Philips, 2008).

No caso dos cartazes dos Atelier Populaire, a sua relação mais vasta com a cultura e a arte e a sua capacidade para criar mensagens persuasivas e manter a motivação da população para participar no movimento de protesto tem sido referida como um aspecto fundamental:

The use of pop-derived graphics in the iconic posters of the Atelier Populaire to protest American-style capitalism and imperialism remains a salient, if under-examined paradox of the events of May 1968 in France. In 1960s France, American pop art was largely perceived to be an infantile neo-dada provocation, an



Fig. 83 | “Travailleurs Unis - Français Immigrés”

attack on painterly technique via mass media images and the ideological agent of a foreign consumer society. (Considine, 2015)

Segundo alguns dos autores que têm analisado este caso, os cartazes do Atelier Populaire conseguem atingir uma combinação muito poderosa entre arte e evento, entre mensagem e acção, ao apresentar ao invés de representar. Segundo Brown (2008) no auge dos acontecimentos, os posters - na sua dimensão formal e tipográfica - tomaram um importante protagonismo e os líderes estudantes descreviam-nos como uma parte inseparável da própria luta, como armas ao serviço da causa, sua capacidade de comunicação com as populações.

A utilização da criação artística e gráfica como forma de manifestação e partilha de ideias nas ruas e nos bairros - como é o caso concreto de Paris dos anos 60 - mostra que é possível e importante desenvolver trabalhos com uma abrangência e proximidade às populações que consequentemente funcionará como acção crítica de certos poderes estabelecidos, contrariando a ideia de um design neutro tal como Mário Moura chama a atenção e falamos mais

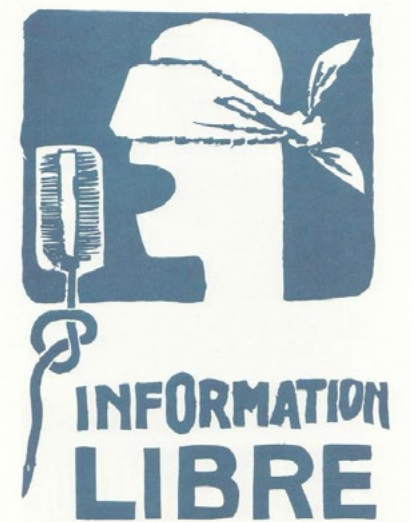


Fig. 84 | “Information Libre”

à frente.

O design gráfico é uma das ferramentas mais fundamentais para a expressão de ideias e uma plataforma para discussões de questões sociais, discutidos através de recursos visuais, atingindo não só cidadãos, que nos ajudam a ampliar a mensagem, como também altos cargos da sociedade onde realmente se pode fazer uma diferença. (Fuad-Luke, 2009).

A criação e divulgação de mensagens com carácter ativista permite, não apenas, fazer essa diferença, mas também ajudar a consolidar novos princípios, ao mesmo tempo que se consolida uma nova linguagem que se revolta contra problemas sociais e políticos, muitas vezes de uma forma subtil mas que pode ter a capacidade de se ampliar para casos maiores e perdurar por anos como forma de comunicação e veiculação de ideias de debate público e combate por causas sociais (Fuad-Luke, 2009).

Assim, os cartazes produzidos pelo movimento de 68 tornaram-se num dos exemplos mais famosos, no contexto europeu, deste tipo de comunicação subversiva, ou seja, onde a linguagem do design gráfico surge como uma

ferramenta de luta por uma mudança social e procurando representar graficamente soluções para os problemas tornando-se, por outras palavras, numa ferramenta revolucionária, face a um intenso descontentamento devido aos níveis elevados de desemprego e pobreza desencadearam variadas formas de manifestação contra o governo conservador de Charles de Gaulle.

Às revoltas populares seguiu-se uma greve geral nacional com manifestações que atravessavam todas as classes sociais. Desde intelectuais e artistas a estudantes e trabalhadores - que se uniram e no auge da sua luta acabou por levar à saída temporária de Charles de Gaulle do país:

In January 1968, as France's Minister for Youth and Sport opened Nanterre University's new swimming pool his speech was disrupted by a group of students frustrated by their university's strict segregation of male and female dormitories... By mid-May, over 10 million workers, had joined the strikes, and President de Gaulle had fled the country, to plan military intervention against the student worker alliance that came to be known as Paris,

May '68. (Philips, 2008).

Mark Sinclair num artigo sobre a relação entre esta rebelião e o design gráfico faz-nos a seguinte descrição dos protestos:

In a statement, the Atelier Populaire declared the posters "weapons in the service of the struggle... an inseparable part of it. Their rightful place is in the centres of conflict, that is to say, in the streets and on the walls of the factories. (Sinclair, 1968)

Os Atelier Populaire foi um grupo criado em 16 de Maio de 1968 por estudantes da Ecole des Beaux Arts em França. Um grupo não só constituído por estudantes como também pintores e trabalhadores em greve (Considine, 2015). O que esta prática de design fazia era potencializar a mensagem em contexto urbano como um importante meio de persuasão, como um veículo de um pensamento com uma conexão ideológica, ou seja, ampliar a mensagem usando como suporte as paredes das ruas, os muros, tornando-a mais fácil de chegar ao cidadão e com poucos recursos financeiros, e criando uma ligação mais próxima e única com

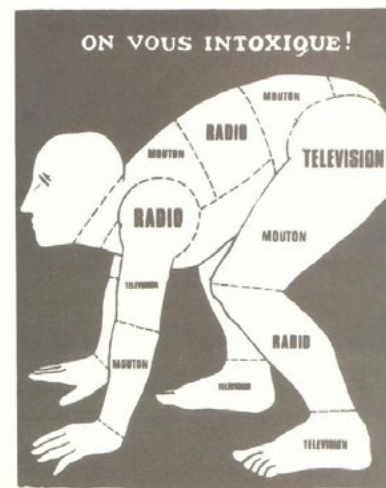


Fig. 85 | "On vous Intoxique!"

os cidadãos.

A influência deste tipo de design urbano criado durante o movimento do Maio de 68 tornou-se numa fonte de inspiração que atravessou o Atlântico em direcção aos Estados Unidos, entre outros países, inspirando e tornando-se numa ferramenta activa para a defesa de diferentes causas e lutas, ou seja, diferentes vozes:

May '68 was a plethora of voices demanding: radical reforms in education, workers control of factories, press and media freedom, the transformation of art, an end to the Vietnam war, a quotidian revolution... Its witty critiques of politics, cinema and urban design were expressed through thousands of manifestoes and slogans (Philips, 2008).

Ainda no contexto de reflexão sobre design e ativismo, podemos igualmente referir grupos que nos Estados Unidos também contribuíram para uma das revoltas mais importantes para a comunidade negra alcançar os seus direitos civis básicos, como o fim do abuso de poder e discriminação dos agentes da polícia. Grupos como o Black Panther Party e Black Power uti-



Fig. 86 | "Sois Jeune et Tais Toi"

lizaram cartazes como uma importante forma de comunicação de posições políticas e em que a comunicação "subversiva" teve um papel importante na comunicação de ideias às comunidades e ao cidadão comum:

"These simple, witty images were viewed by a global audience, and inspired artists around the world to support activism in their own neighbourhoods and communities." (Philips, 2008).

Foram os cartazes dedicados à propaganda política que foram sendo desenvolvidos durante as duas grandes guerras que lançaram as bases para o que viria a acontecer em termos de design gráfico urbano na década de 60. Os problemas sociais e políticos que se viviam na altura eram muito complexos, sobretudo para a comunidade negra - como descreve o ativista Stokely Carmichael num discurso feito na universidade de Berkley, Califórnia em 1966 - e os cartazes, com o poder formal da tipografia a dar força aos seus slogans, eram um instrumento fundamental para passar estas mensagens de forma eficaz:

"There isn't one organization that has

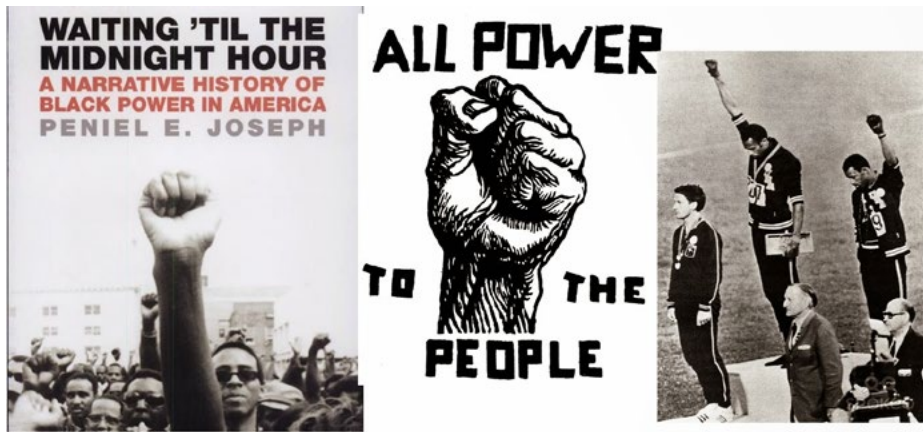


Fig. 87 | “Raised Fist”

“ (...) the Black Power movement’s primary symbol of the raised fist, which we see used at the 1968 Olympics by Tommy Smith and John Carlos, and other Black Power motifs of the 1960s-1970s, draws from a long history of “raised fist” imagery.” (Townsend, 2015)

begun to meet our stand on the war in Vietnam. We not only say we are against the war in Vietnam; we are against the draft. No man has the right to take a man for two years and train him to be a killer. Any black man fighting in the war in Vietnam is nothing but a black mercenary. Any time a black man leaves the country where he can't vote to supposedly deliver the vote to somebody else, he's a black mercenary. Any time a black man leaves this country, gets shot in Vietnam on foreign ground, and returns home and you won't give him a burial place in his own homeland, he's a black mercenary.” (Carmichael, 1966).

Esta dimensão é bastante importante para a realização do projecto prático, juntamente com o tema de decolonial design, pois tem a mesma característica crítica e ativista que procurei para o conceito e base do projecto.



Fig. 88 | “La Lutte Continue”

O DESIGN NÃO É ISENTO

Mário Moura, crítico de design, blogger e conferencista, na sua obra *O Design que o Design não vê* (2018) dedica-se a analisar a forma como o design não é um discurso isento e que participa, através da sua linguagem formal, numa cultura visual que é muitas vezes veículo de mensagens discriminatórias. Isto deve-se em grande parte à capacidade do design para atribuir “valor social” através do seu discurso próprio, só aparentemente silencioso. A partir de uma análise da obra do designer e ilustrador inglês Walter Crane, o autor defende que podem existir “vestígios de um discurso racia- lista no design” (Moura, 2018: 22), analisando em particular um ‘símbolo racial’- a suástica - que passou de símbolo decorativo a símbolo racial’. Eis a sua argumentação:

A raça é hoje um conceito que não tem credibilidade científica. Contudo, não é possível isolar o discurso racista das intenções mais gerais de Crane. O design não se limita apenas a decisões silenciosas sobre formas, é também uma disciplina que gere todo um discurso, todo um

modo de falar sobre decisões formais, um modo de argumentar, de as hierarquizar, de lhes atribuir um valor social. (...) Ou seja, que o design produzia não apenas modos de representar graficamente o racismo, mas maneiras de articular racialmente decisões formais. (...) Não era uma ideia original. Naquela altura, a suástica estava na moda, bem como o nacionalismo. Muito do design da época aderiu a uma mística simbolista de tons étnicos e nacionalistas. (Moura, 2018: 25-26)

E aqui a omissão na história do design sobre a ‘produção e transmissão’ da suástica enquanto símbolo racista com uma ligação direta ao design, está presente até aos dias de hoje como explica Moura:

Contudo, esta ligação entre o design e a produção de um discurso racista tende a não ser mencionada nas histórias do design (Moura, 2018: 28).

Neste sentido, Moura procura no seu ensaio criticar e desconstruir a convicção de que o design utiliza uma “espécie de metodologia universal e neutra da forma” (2018:29). Esta ideia começa a ser definitivamente posta em causa a partir dos anos 90, quando a suposta universalidade neutra do design gráfico passa a ser alvo de contestação, sobretudo devido ao desenvolvimento de investigações em torno da identidade de género, do colonialismo e do racismo presentes na cultura visual (2008: 45-46).

No final do capítulo Moura desafia esta dita ‘neutralidade universal’ do design ao afirmar a necessidade de se pensar sobre a ausência desta reflexão na história do design, já que algumas das criações/representações e discursos visuais (como vimos no capítulo anterior) prejudicam a verdadeira identidade das minorias, sendo elas de género, racial e de classe como o mesmo, o design:

participa da criação de discursos sobre raça, género e classe, não apenas no sentido de produzir representações des-

tas ideias, mas encenando-as na própria identidade disciplinar (...) O design por norma ainda é branco, masculino, heterossexual. (Moura, 2018: 54).

Embora pouco difundida, esta discussão não é nova na crítica do design. Em 1999 já Ellen Lupton (1963), designer, escritora e curadora e Abbott Miller (1963), designer e escritor gráfico americano, haviam discutido a falta de representação do negro na área do design no seu ensaio ‘Branco sobre Preto sobre Cinza’. Ao abordarem as representações do “outro” enquanto parte de uma construção social, citam Jan Nederveen Pieterse, professor de Estudos Globais e Sociologia na Universidade da Califórnia:

As representações de alteridade são parte da construção social e da negociação do futuro. As imagens do outro são uma forma de polémica cultural; são contestadas e constituem, por si só, formas de contestações. (Luton e Miller, 1999: 103)



Fig. 89 | Reprodução de poster de um minstrel show em 1900, de William H. West

Os autores procuram chamar a atenção no seu ensaio, para a forma como os meios de comunicação são responsáveis pela propagação de imagens e discursos que representavam uma ideia distorcida dos afrodescendentes:

O presente ensaio discute como o que chamamos de 'mídia de massa' imitou os padrões de segregação cultural e econômica, e mapeia os padrões de exclusão nas arenas publicitárias e editoriais" (Luton e Miller, 1999: 103)

Neste texto são também abordadas as várias formas de protesto a esta ideia de segregação, utilizando como exemplo um anúncio da revista Ebony (figura 90). Vemos uma poderosa imagem que pretende fazer uma referência ao "black face", uma prática de representação dos negros no cinema e publicidade das décadas de 1820, que eram representados por brancos de rosto pintado de forma exagerada e caricaturada:

O anúncio da Ebony fazia parte de uma campanha maior (...) que trazia diversas mensagens direcionadas aos executivos

e altos gerentes, presumivelmente brancos" onde "(...) evoca a arena teatral invertendo o 'o rosto pintado de preto' da tradição de menestréis norte-americanos popularizada por entertainers brancos desde a década de 1820. (Luton e Miller, 1999: 104)

Lupton e Miller, tal como Mário Moura, expressam a frustração sobre a responsabilidade do design nos anos 1960, mais precisamente do design editorial, como uma das ferramentas pelo desenvolvimento e continuação de discursos opressivos para com a comunidade negra, dando como exemplo a representação do homem negro:

Na publicidade e no design editorial desse período, os homens afro-americanos eram frequentemente retratados em cenários que se referiam à história do racismo, da escravidão e da dominação. No processo de tornar visível o 'homem invisível', a publicidade e o design editorial muitas vezes repetiam a iconográfica da opressão. (...) 'tornar-se visível' através de imagens de opressão é uma tendência



Fig. 90 | Anúncio Ebony, 1968

No anúncio em análise podemos observar um homem negro, com uma t-shirt branca e simples que, com uma expressão teatral, um tanto provocadora, tem o rosto pintado de branco. Uma fotografia, com enquadramento centralizado, a preto e branco e com o texto "Some American advertisers are color-blind". Tendo em conta que o impacto da fotografia "origina-se da pintura facial: o 'design' ocorre essencialmente no rosto do modelo, e não na composição da página."

do discurso colonial. (Lupton e Miller, 1999: 111)

Referindo-se aos anúncios da Ebony (figura 90), os autores defendem que estes não só subvertiam a ideia da publicidade padrão que inclui a vitimização, como também eram uma forma de ativismo provocador usando a imagem do negro igualmente 'agressiva' dentro do âmbito do design:

Esses outros discursos em "Black America" lidavam com a representação dos afro-americanos de forma igualmente agressiva, mas evitando o paradigma da vitimização que caracterizava muitas das mensagens. (Luton e Miller, 1999: 116)

Os autores concluem o capítulo referindo que a publicidade, com a sua persistente falta de representação de negros, dá visibilidade a representações dos afrodescendentes de uma só perspectiva, no caso, branca, considerando que a integração de uma maior representatividade será uma forma bastante importante para acabar com a imagem estereotipada, ilusória e prejudicial dessa comunidade:

A evolução da incorporação de imagens de afro-americanos na publicidade encontra um paralelo mais amplo na história do cinema, da televisão, da música, dos livros didáticos e de outras mídias. Essa perspectiva é necessariamente parcial e oferecida a partir de um ponto de vista 'branco', que encara a integração e a representação interculturais como um objetivo importante. (Luton e Miller, 1999: 118)

Na verdade, não lemos frequentemente sobre designers afrodescendentes em revistas e artigos de design. Uma exceção a esta situação é o Design Indaba, uma marca fundada pela Interactive Africa iniciada em 1995, que pretende trazer para a linha da frente vários artistas e designers negros, divulgando os seus projectos através de festivais e conferências anuais que decorrem na África do Sul. Apesar desta iniciativa e outras congêneres, na realidade em que vivemos, não testemunhamos com frequência a presença de designers negros na grande indústria cultural da cultura visual e do design gráfico.



Fig. 91 | Logotipo de Kirk Brown

*“E*very talents minority that gets through the barricade brings talent to the whole enterprise, creating wealth and generating ideas. As you rise to the top, you are enriching the cumulative experience of the entire American people” Miller, C. (1987): 138

*Trabalhos do afro-americano
Kirk Brown*

Ao pesquisar sobre Kirk Q. Brown, um designer gráfico e tipógrafo norte-americano independente, estabelecido na cidade de Nova Iorque, não foi encontrada muito mais informação sobre o mesmo, o que confirma a falta de conhecimento de afrodescendentes na área do design, como observamos na página anterior e como afirma Cheryl D. Miller.



Fig. 92 | Logotipo celebratório de 25 anos para os New York Mets, Kirk Brown, 1986

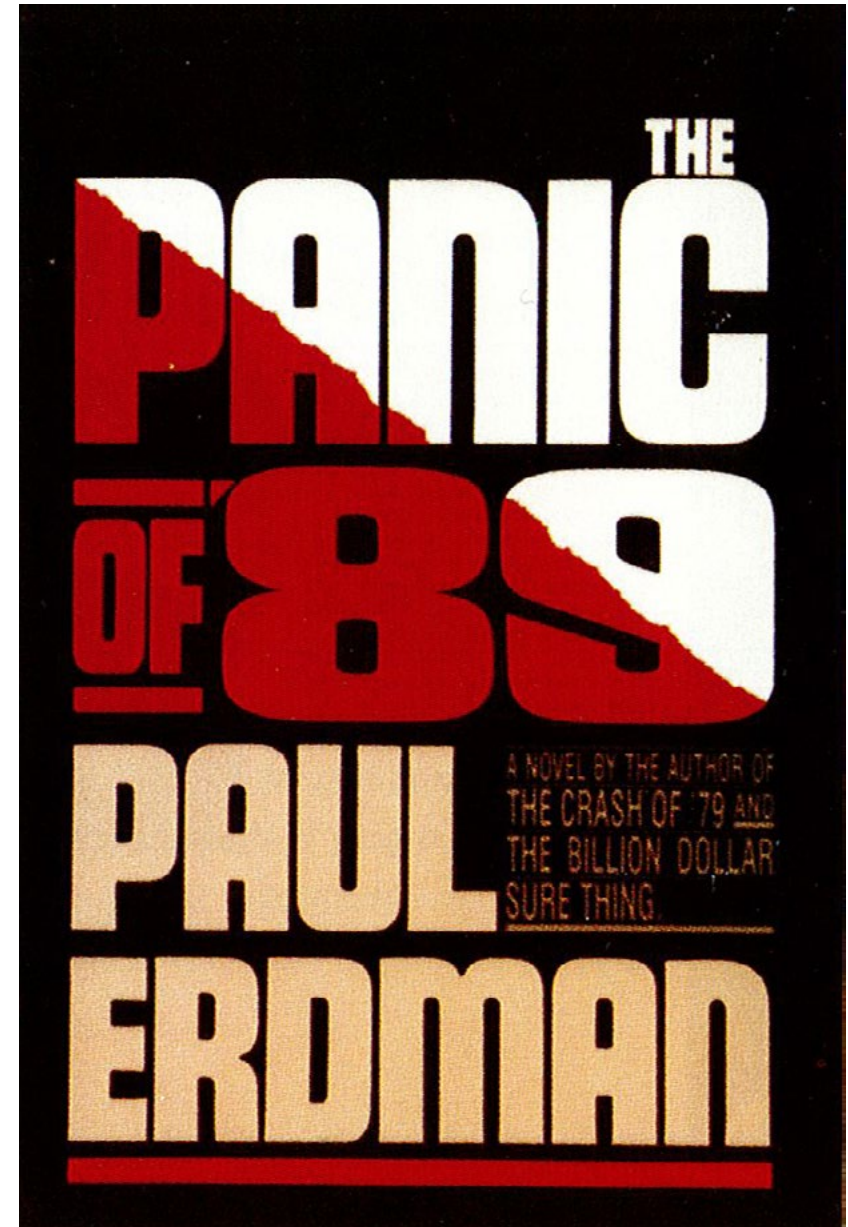


Fig. 93 | Capa de livro para *Doubleday*, Kirk Brown, 1989

Já em 1987, a autora Cheryl D. Miller defendia ideias importantes no seu ensaio “Black Designers: Missing in Action” (1987) publicado na revista PRINT onde explora a ideia da visibilidade do designer negro na profissão. Quantos designers negros conhecemos? Esta é uma pergunta que muitos afrodescendentes, incluindo eu, fazem quando escolhem esta área de trabalho:

The graphic design industry is highly selective in choosing its participants and, as a result, very few blacks succeed as influential, or even visible, graphic designers. Indeed, there are few black graphic designers practicing in the profession at all” (Miller, 1987: 58)

Apesar desta invisibilidade estrutural, a autora persiste nas potencialidades da diversidade na área, explicando que as ideias e contribuições das minorias podem e devem ser aceites numa sociedade convencional, como é o caso da aceitação do design asiático, pois a diversidade de perspetivas contribuirão para um combate

cultural aos estereótipos:

The success of Asian designers (...) proves that minority perspective can be accepted, respected, even sought after” (Miller, 1987: 58)

Miller também reflete sobre a apetência pela apropriação de expressões da cultura negra, sendo ela repleta de contribuições nas áreas da música, da moda, da dança, entre outros, e de como, sendo que essa mesma cultura é aceite e mesmo adotada pela sociedade americana, ela pode igualmente contribuir para o futuro do design:

Anything that comes out of this culture that includes music and fashion is readily adopted by large segments of the population. (Miller, 1987: 58)

Porém, a questão é que designers negros qualificados existem e podem contribuir muito para a área do design gráfico, mas para isso têm de ultrapassar vários obstáculos, quer profissionais, quer pessoais, ou mesmo financeiros,

entre outros:

The first of these obstacles is perhaps the most poignant: lack of emotional support “The first of these obstacles is perhaps the most poignant: lack of emotional support from parents. Like parents of every color, black parents want to see their children become successful and, like most parents, they see education as the key to that success. (...) The average black parent is not aware of ‘art’ as being a field in which one can make a living (Miller 1987: 60)

Outro obstáculo, segundo Miller, é o isolamento, uma sensação que faz com que um estudante negro não se sinta aceite na área do design, sendo essa uma das causas para que o estudante e profissional negro tenha um ‘fraco desempenho no âmbito educacional e profissional’:

These students may feel that the program, and not getting the support of faculty members can contribute to a feeling of rejection (...) Feelings of isolation and

rejection may cause poor performance on the part of black students in the educational or professional setting. (Miller, 1987: 64)

Mas a autora conclui que, mesmo com estes obstáculos e ultrapassando-os, tendo mais apoio no âmbito profissional e educacional, a mudança é um processo, ou seja, a indústria do design gráfico, com a inclusão de um grupo diversificado de profissionais pode ficar muito mais completa e forte, podendo através da perspetiva de minorias surgir uma base para novas ideias que vão ajudar a área a crescer, como também, com ela, a sociedade:

Every talents minority that gets through the barricade brings talent to the whole enterprise, creating wealth and generating ideas. As you rise to the top, you are enriching the cumulative experience of the entire American people” (Miller, 1987: 138) “we need, therefore, to express minority values and experiences so

*that the majority can function
harmoniously (Miller 1987: 58).*

Esta é a razão para, sendo eu uma mulher, e negra, ter escolhido o design ativista como ferramenta para questionar o racismo institucional e as suas formas de reificação pelo design gráfico.

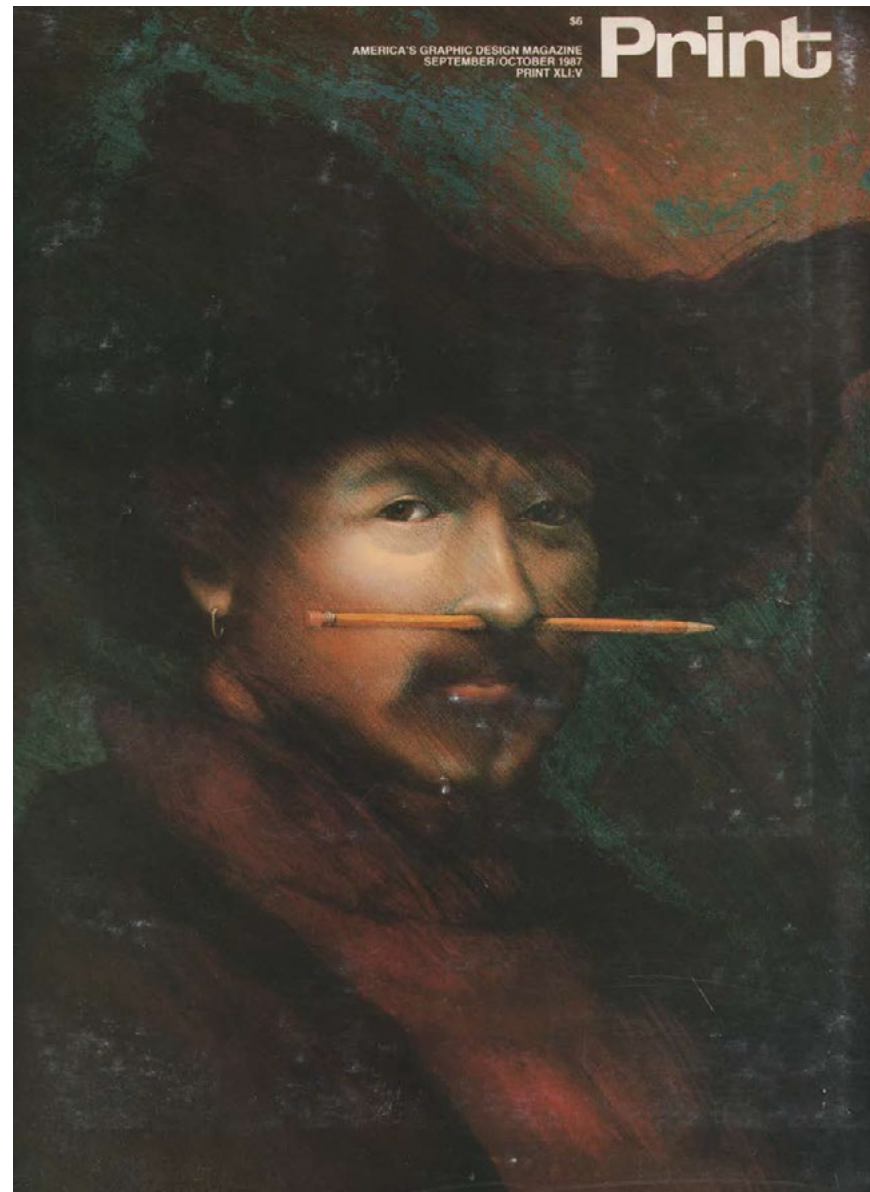


Fig. 94 | Capa *Print Magazine*, 1987

A capa desta edição da revista PRINT, onde foi publicado o artigo de Cheryl D. Miller “Black Designers: Missing in action”, também serviu de importante inspiração para o projecto final relativamente em intervir em obras da história colonial, pela forma do tratamento da imagem. Aqui foi utilizado um retrato de época, criando um contraste através da inserção de um objecto contemporâneo - um lápis - de forma irónica. Assim a figura de aspecto ocidental parece trazer um adorno indígena criando um efeito de disrupção.

03.2 **A CULTURA NEGRA NO ATIVISMO**

ALGUNS EXEMPLOS E REFLEXÕES

Depois de tantas injustiças sofridas, racismo, preconceito, e a realização/descoberta do que significa ser negro em países com um legado colonial, como Portugal, Estados Unidos, Brasil, entre muitos outros, surge na comunidade negra uma determinação em aumentar as suas vozes e protestar contra desigualdade e preconceito através de várias plataformas de divulgação de mensagens, seja o design gráfico, a música ou as artes plásticas e urbanas.

Muitas das situações económicas, e principalmente sociais, inspiraram muitos afrodescendentes a ter como resposta grafismos em que expressavam e distribuíram aos meios de comunicação mainstream mensagens de oposição política, visto que era limitado o seu acesso aos meios de comunicação mainstream. Em alternativa, a arte gráfica foi um veículo importante para se dirigirem ao público. A criação destes símbolos como uma identidade para as suas or-

ganizações e propagação de mensagens foi um passo para ter as suas causas ouvidas e vistas por sistemas políticos.

Na minha perspectiva, ter um símbolo ou logo para representar uma causa é importante pois reflete a personalidade da mesma. A olharmos para o símbolo associando-lo de imediato ao movimento, mesmo não tendo uma grande quantidade de informação sobre o mesmo.

Neste contexto podemos citar os casos dos movimentos Black Panther Party e Black Power onde a imagem do primeiro se tornou tão importante que Stokely Carmichael² (29 de Junho, 1941 – 15 de Novembro, 1998) pegou no mesmo e começou a promovê-lo como um logo para todo o movimento Black Power.

2 Conhecido por começar o slogan “Black Power” foi um dos ativistas afro-americanos mais importantes no Movimento dos direitos civis (Civil Rights Movement) entre os anos 60 a 70. “An inspired orator, persuasive essayist, effective organizer and expansive thinker, Carmichael stands out as one of the preeminent figures of the American civil rights movement.” History.com Staff (2009)

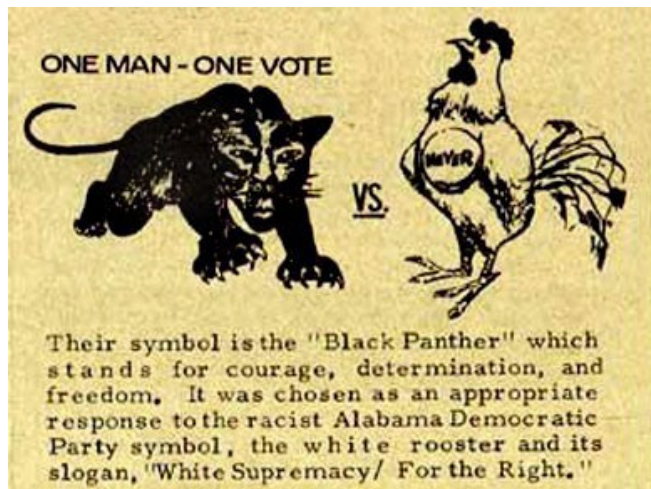


Fig. 95 | Folheto para a “Lowndes County Freedom Organization” Outubro, 1966

Isto é, após Jim Crow³ realizar uma campanha apelando ao voto no SNCC (Student Nonviolent Coordinating Committee) em Alabama, Estados Unidos da América, do qual fazia parte a organização Lowndes County Freedom Organization (LCFO), formava-se o projecto de criar um partido político independente com o objectivo de aumentar a representação dos afrodescendentes. Esta era uma resposta a um partido Democrata totalmente branco. Como a maioria do público alvo era analfabeto, ambos criaram uma “mascote” para os seus partidos.

Segundo o representante do LCFO John Hullett, a mascote escolhida, foi a pantera negra: “an animal that when pressured, moves back

until it is cornered, then it comes out fighting for life and death. We felt we had been pushed back long enough and that it was time for Negroes to come out and take over” (Reddit, 2015). Ou seja, os esforços do movimento Black Panther, após a época da lei Jim Crow³, de fortalecimento político, levaram a que este símbolo fosse divulgado como um logo revolucionário que posteriormente representou o movimento Black Power.

Stokely Carmichael foi o responsável pela propagação do logo como um símbolo para o Black Panther Party e o movimento Black Power. O símbolo foi então redesenhado pela designer Dorothy Zellner, que fez o grafismo (redesign)

3 “Jim Crow” foi uma expressão inspirada numa canção acompanhada de uma dança intitulada “Jump Jim Crow”, realizada por uma personagem que caricaturava pejorativamente um negro e utilizava a técnica do blackface, interpretada pelo ator americano Thomas D. Rice. As leis do Jim Crow terminaram no ano de 1965 com o “Voting Rights Act of 1965”, um tratado assinado pelo então presidente dos Estados Unidos da América Lyndon B. Johnson. “The roots of Jim Crow laws began as early as 1865, immediately following the ratification of the 13th Amendment freeing four million slaves.” (History.com Staff (2018) “Jim Crow Laws”). “separate ... but equal”, este foi o slogan propagado pelos Estados Unidos da América, durante a vigência da lei do Jim Crow, uma lei que consagrava a segregação entre “raças”, mais especificamente entre os brancos e afro-americanos: “The codes appeared throughout the South as a legal way to put black citizens into indentured servitude, to take voting rights away, to control where they lived and how they traveled and to seize children for labor purposes.” History.com Staff (2018) “Jim Crow Laws”.



Fig. 96 | Logo feito por Dorothy Zellner, 1966

do logo, como a mesma nos explica numa entrevista a Lincoln Cushing, num artigo do *Design Observer*:

I was working in the Atlanta office of Student Nonviolent Coordinating Committee [SNCC] when I was approached by [SNCC field organizer] Stokely Carmichael because he knew I'd gone to the High School of Music and Art. He'd gone to a sister school, Bronx High School of Science. He asked me to draw a panther for the Lowndes County Freedom Organization campaign. I said no, I wasn't that capable an artist. (Cushing, 2018)

A mesma explica que Carmichael pediu ao seu marido na altura para ir a um zoo e fotografar uma pantera para que a designer pudesse ter a fotografia como ajuda para fazer o grafismo da pantera, então Zellner:

(...) drew it so it would reproduce well in black and white—a panther with curled tail, bared teeth, and pronounced whiskers, ears perked up. (Cushing, 2018).

Após algumas alterações feitas por uma par-

ceira na SNCC, Ruth Howard, Zellner informa que apenas “cleaned it up, added better whiskers, and made it black, at his request,” e quando viu o logo na televisão “(...)I was shocked!” (Cushing, 2018)

Segundo Dorothy Zellner, o símbolo, ao longo dos anos, amadureceu e tornou-se “(...) smoother and more stylized with age” (Cushing, 2018)

Outra mulher por detrás deste poderoso símbolo de resistência foi Lisa Lyons, que adaptou o símbolo de várias formas em publicações para o Independent Socialist Club (ISC) e Black Panther Party durante 1966 e 1967 alterando a forma da pantera dependendo do layout do poster.

Não só este logo foi, e é, importante para a comunidade negra, como também conta com o poder de criação destas fantásticas mulheres que contribuíram para elaboração de um símbolo tão poderoso. Mulheres talentosas como Dorothy Zellner, Ruth Howard, e Lisa Lyons.

Um símbolo que emana e contagia coragem, determinação e liberdade, não só física como



Fig. 97 | Poster para o filme Black Panther, 2018
Filme: Black Panther, 2018;
Realização: Ryan Coogler;
Principais Actores: Chadwick Boseman, Michael B. Jordan, Lupita Nyong'o e Danai Gurira.



Fig. 98 | Foto de propaganda para o filme Black Panther, 2018



Fig. 99 | Ororo Munroe (Storm) Marvel. Criada pelos escritores norte-americanos Len Wein e Dave Cockrum em 1975, Ororo Munroe foi a primeira mulher heroína afro-americana.: "Storm is the descendant of an ancient line of African priestesses all of whom have white hair, blue eyes, and the potential to wield magic. Her mother, N'Dare, was the princess of a tribe in Kenya. She married the American photo-journalist David Munroe and moved with him to Manhattan, where Ororo was born." Fandom (2018)

de expressão gráfica, para a comunidade negra. A (SNCC) Student Nonviolent Coordinating Committee, como diz o nome, foi criado e organizado por estudantes que ultrapassaram barreiras que deram acesso a uma transformação significativa e respeitável da história e mudança do percurso dos Estados Unidos da América e, por consequência, de outras comunidades negras espalhadas pelo mundo.

Nos dias de hoje podemos ver essa transmissão de coragem e determinação, também de representação positiva do negro, mais conhecido com Afrofuturismo, em filmes como *Black Panther* realizado pelo diretor de cinema Ryan Coogler (1986):

Coogler is from the Bay Area, where the Black Panther party was created, and he imprints some of the party ideologies into the film in subtle ways. For instance, the nature of how Wakanda fights is about defense. And the party was originally the "Black Panther Party for Self-Defense." (Reese, 2018)

Black Panther é um filme da Marvel, mainstream, mas com um conteúdo consistente de

layers, cultura e representação do negro. Esta representação é importante para as crianças negras e a comunidade afrodescendente em geral, pois ao visualizar um filme como este, poderão ver pessoas que se parecem com elas numa perspectiva positiva e esperançosa, pensarão que no futuro as suas narrativas, as suas histórias podem ser celebradas em grande escala, que elas próprias podem controlar as suas vidas, e que o destino depende delas mesmas.

É um consumo importante nesta fase das suas vidas porque vão ter esta representação antes que o mundo lhes diga quem elas são, antes das políticas e estereótipos da sua cor de pele se afirmarem, antes que lhes digam quem eles podem ou não ser:

The construction of a space of agency, joy, and true freedom has always been the central focus of black speculative culture. As exciting as Black Panther himself is, his light can never be brighter of the idea of Wakanda. (Reese, 2018)

Sempre tivemos como referências de super-heróis o Super-Homem, o Homem-Aranha, o Batman, mas nenhum deles era negro, com

excepção de Storm, a primeira heroína negra e mulher da Marvel (Figura 99). Neste sentido, *Black Panther* é, antes de mais uma referência para as crianças afrodescendentes. Mas é também importante para as crianças brancas testemunharem o mesmo cenário, da mesma maneira como foi importante para as mesmas acordarem e dizerem no caso dos Estados Unidos da América): "o meu presidente é negro". Trata-se de um importante contra-discurso face à persistência de representações discriminatórias presentes nos meios de comunicação e na cultura visual e discutidas no capítulo anterior:

Tem-se a restituição de um panorama espetacular e de dimensão planetária que tem sido sonhado desde o começo da era moderna (pois éramos representados como escravos, assujeitados e dispersos); o surgimento de uma "nação negra", pulsante e singular, ao seio da humanidade. (...)O filme capta a faceta dramática dessa aspiração. (Yonekura, 2018)

É um filme onde a narrativa não é direcionada pela dor do africano e do afrodescendente, não se baseia na escravatura, mas antes num mundo

onde o negro é um criador, um inventor, uma perspectiva que surge do Afrofuturismo:

(...) afrofuturismo. É isto que faz esse filme que, na verdade, é uma extraordinária síntese de todas as idéias e conceitos que, desde mais ou menos o final do século XIX, tem acompanhado as lutas negras na evolução da humanidade. (...) os fios estão lá plenamente manifestos. (Yonekura, 2018)

Black Panther também não é sobre a negritude, não depende da "raça". Toda a comunidade negra esteve à espera deste momento que vinha sendo construída pela cultura do Afrofuturismo. Uma visão de um mundo cheio de alegria, tecnologia e sem questões raciais. Um mundo imaginado, onde tudo pode existir, ou seja, onde o negro pode apenas existir, sem questionar se este espaço é seguro para ele, para a sua negritude, para os seus ideais. Um mundo onde se pode prosperar como nos explica John Jennings, professor de estudos dos meios de comunicação e cultura:

Black Panther also brings into the spotlight Afrofuturism, which draws on fantas-

BLACK LIVES MATTER

Fig. 100 | Logo oficial do movimento 'Black Lives Matter', 2015



Fig. 101 | Protesto após a morte do ativista Muhiyidin d'Baha, do movimento 'Black Lives Matter' em Nova Orleães

tical elements to explore both the history of the African diaspora and imagines a technologically advanced, alternative universe. (Reese, 2018)

Black Panther 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:

A África terá que olhar para o que é novo. Ela terá que se encontrar e realizar, pela primeira vez, o que nunca antes foi possível. Ela terá que adquirir a consciência para abrir novos tempos para si e para a humanidade (Yonekura, 2018)

Uma das importantes referências de protestos urbanos é o movimento Black Lives Matter, que teve como objetivo alertar para os abusos de poder e assassinatos cometidos por agentes da polícia americana, principalmente aqueles que têm a cor que se caracteriza como superior, brancos, e onde a supremacia racial na hierarquia se mantém de uma certa forma em primeiro lugar como comenta Nicholas Mirzoeff em *The Appearance of Black Lives Matter*:

Black Lives Matter, as a theoretical proposition, entails the abolition of the police because the police regulate racial hierarchy. (Mirzoeff, 2017: 26)

Este movimento começou com o hashtag #BlackLivesMatter divulgado em vários meios de comunicação, tornando-se num dos mais proeminentes movimentos ativistas da internet. Desde este 'lançamento' mais de 1500 expressões e manifestações do Black Lives Matter foram realizados em todo o mundo.

O surgimento deste movimento foi causado pelo assassinato de um negro adolescente Trayvon Martin, que não estava armado, em Florida em 2013 por um agente de polícia americano George Zimmerman. (Mirzoeff, 2017: 29)

O reconhecimento no mundo inteiro do Black Lives Matter aconteceu quando ocorreram mais mortes de afrodescendentes desarmados, como foi o caso de Michael Brown, em Ferguson, e Eric Gardner, em Staten Island, por agentes da polícia que nunca foram acusados de homicídio. (Mirzoeff, 2017: 27)

Assim protestos urbanos e outras formas de

protestos trouxeram conhecimento destas questões sociais tanto para o público americano como para o resto do mundo. (Mirzoeff, 2017: 26).

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, como nos descreve Grada Kilomba:

The idea of decolonization can be easily applied in the context of racism (...) one is looked at...and imprisoned in white fantasies of what one should be like.”(Ki-

lomba, 2008: 138)

Um sociólogo e cientista brasileiro, Emir Sader afirma que o contemporâneo movimento negro é um espaço onde se constroem identidades “...onde se expressam vontades, se constituem e reconstituem identidades...” (Gomes, 2010: 135).

Através deste ponto de vista, podemos dizer que mesmo com um discurso político, o movimento negro tem um discurso eficiente de fazer com que se sintam capazes de alterar a sua posição e dar novos significados à sua vida, tornando-se criadores das suas próprias narrativas e histórias.

Achille Mbembe diz-nos que os negros são um resultado de caracterizações pejorativas na história dos colonizadores europeus sendo representados como inferiores, monstros, animais selvagens e primitivos (Mbembe, 2014: 19-22)

Tendo este contexto como história, os meios de comunicação tendem a validar esta concepção, fomentando um racismo codificado, através dos seus discursos. Este aspecto é importante na medida em que influencia a forma como



Fig. 102 | VIDAS NEGRAS IMPORTAM! Rossio, 2018

“Várias dezenas de pessoas manifestaram-se este sábado em Lisboa contra atitudes racistas e discriminatórias e xenófobas, lembrando vários casos de agressões por parte das forças de segurança.” (Branco e Lusa, 2018)

os afrodescendentes, entre outros grupos ditos minoritários, pensam de de si próprio e qual o seu lugar no mundo social, interferindo na construção da sua identidade. (Kilomba, 2008: 19)

Também Fanon, como vimos anteriormente, afirmou que este contexto se prende com o facto de, na colonização de África, os europeus terem desenvolvido um processo em que as suas culturas eram vistas como superiores, impondo as mesmas aos escravos que, como consequência, construíram uma ideia de si mesmos também como inferiores. (Fanon, [1952] 1967: 29). Esta ideia foi retrabalhada por Mbembe na sua *Crítica da Razão Negra* (2014: 84), discutida no capítulo 2.

Apesar da luta do movimento negro para aumentar a representação do mesmo nos meios de comunicação de uma forma justa, não estereotipada e não racista, conseguimos perceber que ainda há um longo caminho a percorrer, mas que não podemos já voltar atrás. Esta dissertação e o seu projecto prático pretendem ser uma forma de afirmação dessa necessidade de descolonizar o pensamento, numa luta de er-

radicação do preconceito racial tão enraizado. Juntando-e assim a outros discursos e protagonistas que, em Portugal procuram trazer esta discussão para o espaço público.



Fig. 103 | Monica Benicio, viúva de Marielle Franco, no desfile da Mangueira, 2019

“A segunda noite de desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro foi marcada pela emoção e pela crítica social. As duas escolas de samba da maior torcida, Mangueira e Portela, arrebatarem o público - a Verde e Rosa com uma homenagem à vereadora Marielle Franco, assassinada em março de 2018” (Estação Conteúdo, 2019). O desfile da escola de samba Mangueira, além de homenagear Marielle Franco, também lembrou “os heróis da resistência, negros e índios, foi com uma epopeia cantada e dançada sobre a história do Brasil”, contando uma nova história do povo brasileiro, tendo como estratégia incluir o pensamento decolonial.” (Mendes, 2019)

03.2.3 NOT TURNING BACK

Not turning back significa que não podemos para voltar atrás mas, devemos observar o passado para que possamos melhorar o nosso presente e mover para frente. Uma forma de o fazer é através de cultura visual, do design gráfico.

Este tipo de manifestações nas artes, principalmente no design gráfico, carregam mensagens e fornecem uma oportunidade para a imaginação e emoções dos observadores florescerem.

Essa transmissão é muitas vezes feita através do sarcasmo, como é o caso dos cartazes de Klaus Staeck ou das edições da revista AdBusters, vistos como subversivos e arriscando mesmo serem catalogados de “grosseiros” (Mohr, 2017).

Fig. 104 / Klaus Staeck, 'Appearing again: The liar baron', 2017



Fig. 105 / Klaus Staeck, 'I have nothing against foreigners, but...', 1994

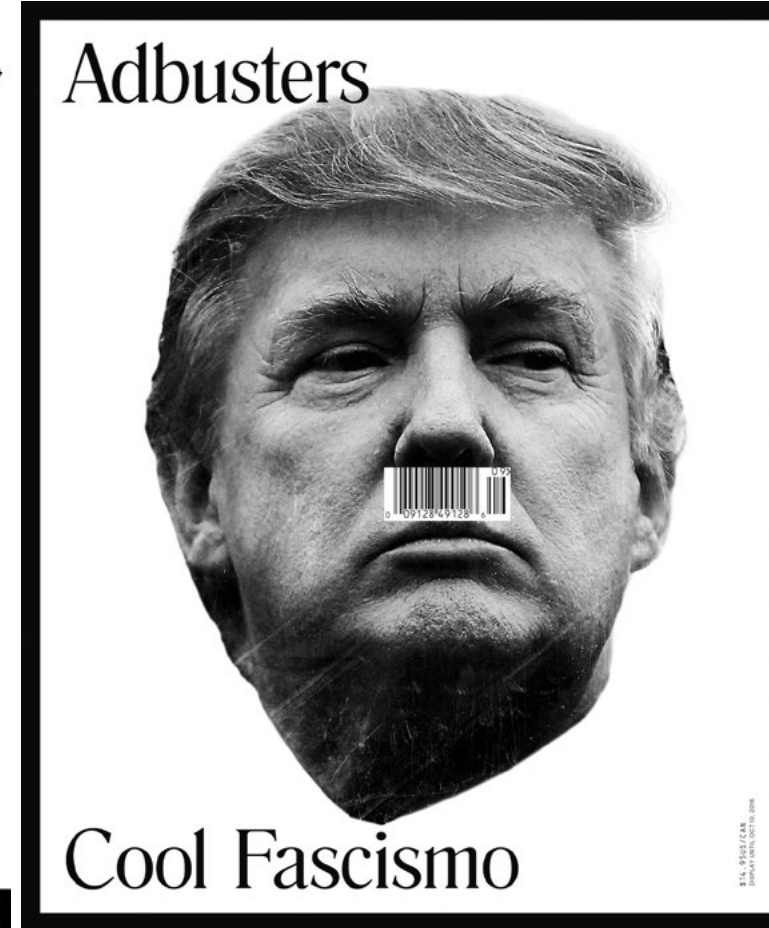
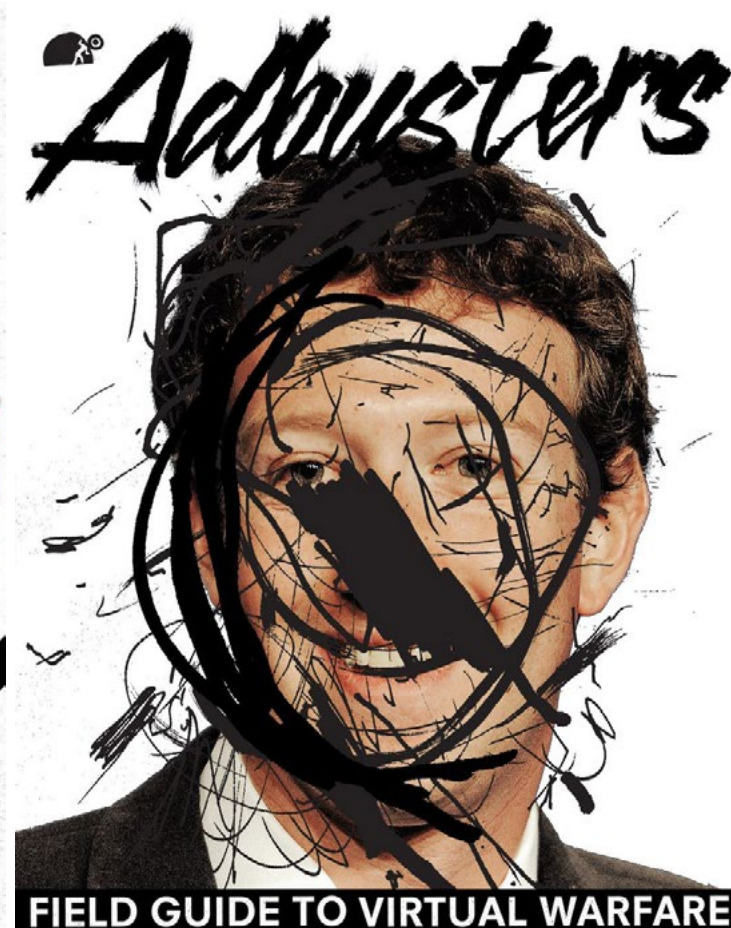
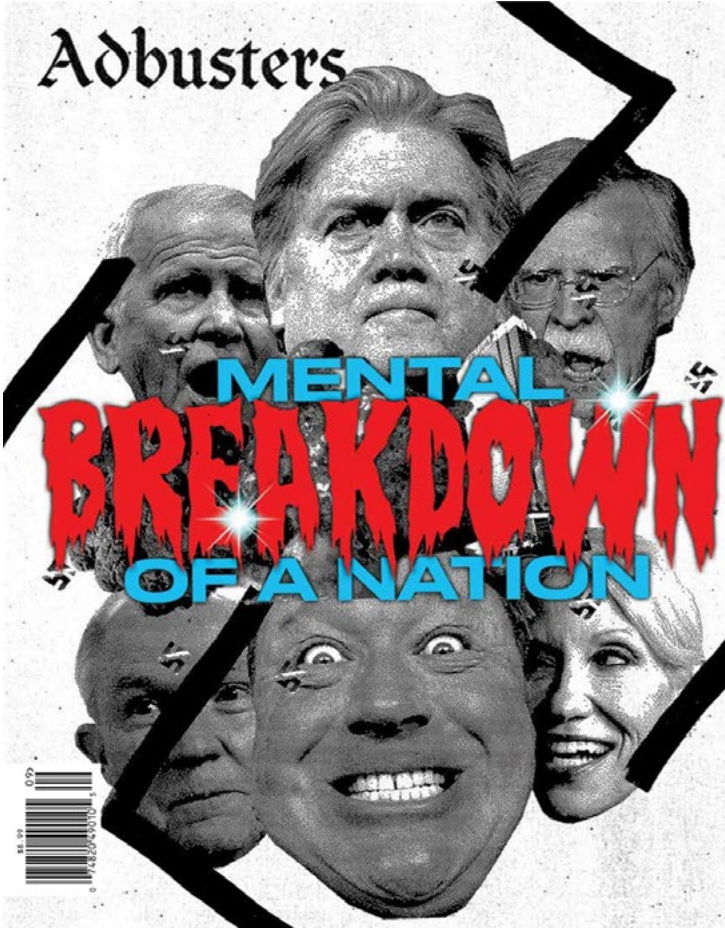


Fig. 106 | Adbusters | AB #139
Mental breakdown of a nation!

A Adbusters Media Foundation é uma organização sem fins lucrativos, criada por Kalle Lasn e Bill Schmalz no Canadá (Vancouver) em 1989. A fundação descreve-se como sendo uma rede global de artistas, activistas, escritores, estudantes e empreendedores que querem avançar um novo movimento ativista social da era da informação: “We’re an international collective of artists, designers, poets, punks, writers, directors, musicians, philosophers, drop outs, and wild hearts. (...) Join us to take down broken banks and break the backs of big business. To hold corrupt politicians accountable and wake up a thoughtless, complacent culture; quit following and retweeting, start thinking and talking for ourselves again. To fight the mental takeover of an ever-present ad industry; dream up a self of your own, live it but never buy or Sell it” (Adbusters, 2019)

Fig. 107 | Adbusters | AB #118
Manifesto for World Revolution.

Fig. 108 | Adbusters | AB #127
Cool Fascismo.



Fig. 109 | “Agradece a uma feminista.” 2019

Esta série de cartazes realizados por School of Feminism, uma plataforma criada por Patricia Luján, directora criativa de campanhas e “aprendiz de feminista”, que quer “aproximar o feminismo da sociedade, a partir da educação e comunicação.” (P3, 2019), serviram como inspiração para a realização do projecto prático, mais precisamente no campo das frases icónicas que me influenciaram no desenvolvimento desta dissertação.

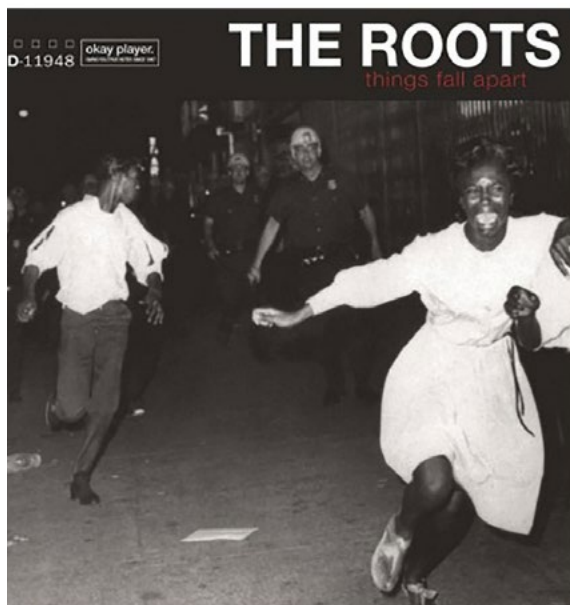


Fig. 110 | The Roots Things Fall Apart, 1999



Fig. 111 | 'HIP HOP CONNECTION 022 - Public Enemy - Fight The Power (1989)'

Neste momento de *Not turning back* a música também teve (e tem) um papel muito importante para a transmissão de uma mensagem, seja de amor, ódio ou mesmo protesto. Para falarmos de ativismo na música, temos de falar de uma das vozes mais reconhecidas no que diz respeito à música Jazz e à luta pelos direitos civis de afrodescendentes, Nina Simone.

Após uma bomba atingir Sixteenth Street Baptist Church em Birmingham, Alabama, Nina Simone escreveu umas das suas músicas mais conhecidas e considerada como a primeira com um carácter ativista, “Mississippi Goddam” (Feldstein, 2015) uma real resposta contra, na época, crimes de ódio em direção mais especificamente a negros.

A cantora, não só falou diretamente a verdade para o governo e toda a gente que quisesse ouvir como também tornou essa mesma verdade relevante, poderosa, intensa e sólida.

Muitas das músicas de Nina Simone tinham como característica um tom de protesto, muitas delas mantendo actualidade:

Nina is a Negro and proud of it: she is out

there to share with audience what Soul Singer Ray Charles calls her ‘message things.’ (Feldstein, 2015)

Mais tarde, o HipHop, surgido nas grandes cidades dos Estados Unidos da América, veio inaugurar um novo momento no activismo musical, com uma componente visual muito forte. Desde os seus primórdios que o movimento tinha como objetivo entreter a comunidade e criar espaços onde as pessoas dançavam e se divertiam, mas adicionou a forma de compreender e mesmo agir contra a opressão. Grande parte da discussão centrava-se no abuso de poder de agentes da polícia que os assediavam por, no seu entender, perturbarem a ordem pública e, por consequência, os obrigou a praticar as suas formas de expressão em locais mais fechados e ficar mais próximos das suas comunidades. Isso levou a que o próprio movimento musical e cultural do hip hop se aproximasse e ficasse mais atento aos problemas sociais das comunidades. Temas como como o desemprego, as injustiças causadas pela discriminação, entre muitas outras causas começaram a ser incluídas nas suas músicas e letras.

Disto são exemplo grupos como: The Roots

e NWA (Niggaz Wit Attitudes), com rappers como Ice Cube, Dr.Dre, Easy E, Dj Yella, MC Ren e Arabian Prince. O segundo grupo, N.W.A., foi uma das vozes mais poderosas a representar nos anos 80 a denúncia aos abusos policiais, tendo ficado mundialmente famosa a sua música “Fuck the Police” de 1988. (Binfield, 2009: 73).

Este sentimento era partilhado por outros grupos de rap como os Public Enemy’s e o seu tema “Fight the Power” (1990), um grupo criado pelo estudante de design gráfico Chuck D. Os seus temas expressavam as condições de luta e de violência vivida nos bairros:

*Participar na cultura HipHop passa sobretudo por afirmar, marcar uma posição, transmitir e trocar mensagens, ou seja, por **representar** algo. (Fradique, 2003)*

No caso de Portugal, o ativismo e cultura negra, manifesta-se principalmente no Rap e HipHop, onde umas das maiores figuras é o artista Valete (14 de Novembro, 1981, Damaia, Portugal) Keidje Torres Lima, mais conhecido como Valete, filho de Santomenses, entrou no

Hip Hop em 1997 tendo na sua carreira apenas dois álbuns, mas várias participações em projetos de outros artistas, e com currículo repleto de mixtapes e singles.

O propósito do rapper em geral é fazer a comunidade negra em geral, perceber a urgência de mudanças drásticas na sociedade. Elabora um discurso com grande emoção sobre a violência e abuso de poder por agentes da polícia. Motiva e divulga através de rimas a igualdade de afrodescendentes nos bairros sociais:

(...) tudo o que digo tem de ter impacto, eficácia. Tento transmitir algo que as pessoas sintam. As pessoas têm de estar atentas ao que estão a ouvir. Preocupo-me em rimar coisas explosivas. Em chocar para captar a atenção (Rodrigues, 2009)

Valete é a voz que fala diretamente à comunidade e aos que sofrem de discriminação social pois as suas letras estão repletas de questões políticas e sociais portuguesas ao fazer uma acusação à violência policial e injustiças sociais:

Acabei por descobrir que, ao fazer música, podia passar a minha mensagem para muito mais gente. Através do rap consegui representar a minha comunidade e fazê-la chegar às classes médias. É um estilo de música que ajuda as pessoas a compreender melhor os problemas. Permite levar a verdade às pessoas (...) O rap e o hip hop fazem o contrário. Mostam o sentimento dessas pessoas, o seu estilo de vida, pensamento e sonhos. (Rodrigues, 2009)

Assim, as letras e versos motivam as pessoas a decodificar as situações políticas e a própria forma de escrita adotada pelos artistas de HipHop. Sendo a mesma uma ferramenta de crítica social, permite uma existência de um poder emancipatório após decifrá-la.

Desta forma o Hip-Hop torna-se um veículo onde a voz dos que não a têm é ouvida como forma de protesto, uma ferramenta de crítica social que apresenta uma existência de um poder emancipatório (Binfield, 2009: 77, *Fradique, 2003*)

03.3 **Descolonização Visual | Visual Decolonization**

Para entendermos o que significa o decolonial design, primeiro temos de focar-nos na palavra decolonial (descolonizar / decolonialidade), uma expressão que pretende agir sobre o pensamento e atitudes ao problematizar e questionar histórias de poder europeu da era colonial e as suas consequências nos dias de hoje. Ou seja, descolonizar refere-se a uma abordagem analítica e a práticas socioeconómicas e políticas que questionam a hegemonia dos pilares da civilização europeia, neste caso concreto a colonização e a modernidade.

É esta abordagem que está na origem do *decolonial thinking* (pensamento decolonial) que, segundo a plataforma Decolonising Design (DD), um colectivo de investigação formado por um conjunto internacional de designers - Tristan Schultz, Danah Abdulla, Ahmed Ansari, Ece Canli, Mahmoud Keshavarz, Matthew Kiem, Luiza Prado de O. Martins e Pedro J.S. Vieira de Oliveira – pode ser definido da seguinte forma: “By decolonial thinking – or decoloniality – we refer to epistemic and ontic detachment from Western modernity and, by extension, from Anglo-Eurocentrism, imperialism, and global capitalism. A particular source of insight has been Frantz Fanon.” (Tristan

Schultz et al. 2018: 5).

Assim, o design pode ser visto como uma ferramenta, entre outras, para agir e fomentar o pensamento e a acção decoloniais, tal como é defendido no editorial da edição de 2018 da revista *Design and Culture* (Vol. 10, nº1):

“Design and Culture is intended as an experiment to gain a sense of the diverse and complex forms of thinking that connect with the concept of “decolonizing design.” Our objective is (...) to approach decolonization in a manner that is adequate to both the complexity of the concept and the stakes of its imperatives. One of the main imperatives of decolonial practice is to acknowledge and pay respect to paths by which ideas, projects, and designs arrive within and relate to particular contexts.” Editors’ Introduction, Design and Culture (2018)

A história da globalização e imperialismo europeu carregam e perpetuam um discurso e atitudes que promovem desigualdades, pois a base de poder do colonialismo produziu discriminações sociais, mais tarde codificadas



de acordo com os diferentes contextos sociais, culturais, geográficos e históricos específicos.

Assim a descolonização, mais precisamente o decolonial design, foca em compreender o modernismo no contexto de uma teoria crítica aplicada a casos concretos, criando uma oportunidade de confrontar e pensar opções que confrontem e se desassocie da base de poder colonial. Trata-se ainda de um meio para eliminar a tendência em acreditar que os modos de pensar europeus ocidentais são, de facto, universais. Portanto a criação de movimentos sociais, através do design, tem como objetivo procurar uma nova ‘humanidade’, isto é, procurar uma libertação social de poderes mascarados de desigualdade, discriminação e dominação. Não se trata tanto de encontrar uma nova definição para o design, mas antes de perceber como os seus mecanismos são colocados ao serviço de uma matriz herdeira de um pensamento colonial:

“Thus, these [decolonial] interventions do not aim to give a novel definition of design, nor to expand the field as such. Instead they show how different designs exist, perform, persuade, extend, or re-

main within the colonial matrix of power due to specific historical, social, political, and economic reasons and rationalizations.” (Schultz, Abdulla, Ansari, Canli, Keshavarz, Kiem, Martins & Oliveira, 2018)

Assim, podemos afirmar que se o design gráfico é por vezes colocado ao serviço de um pensamento herdeiro da história europeia e dos seus compromissos coloniais, ele também pode ser colocado ao serviço da descolonização.

No que diz respeito à descolonização visual, Nicholas Mirzoeff é um dos grandes influenciadores e ativistas visuais do século XXI ao trabalhar num cruzamento entre a cultura visual e política.

Um dos mais recentes trabalhos de Nicholas Mirzoeff consiste em debater e encontrar soluções para um polémico tema, a descolonização dos museus. Numa recente aula aberta em Portugal “Descolonizar o Museu: Ativismo Visual em Nova Iorque”, Mirzoeff debateu sobre o problema dos museus e instituições que contêm obras e objectos referentes ao colonialismo e sobretudo da omissão das histórias transmi-

tidas nestes espaços, histórias que não incluem as comunidades colonizadas, e de como foram obtidos os artefactos que ali expõem:

“Os museus são empresas coloniais. (...) o Louvre, em Paris. É grande porque Napoleão andou pela Europa e por África a tirar coisas de que gostava e a levar para lá. Por isso é que o Louvre tem uma coleção de arte egípcia, por exemplo. Napoleão foi ao Egito e roubou-a. (Mirzoeff em Entrevistas Visão, 2018)

Tal como referido na introdução sobre o contexto da presente investigação, a discussão sobre a possibilidade de abertura de um “Museu das Descobertas” na cidade de Lisboa é uma das plataformas mais importantes em que a discussão sobre o pensamento decolonial tem surgido na sociedade portuguesa. Veja-se o quadro apresentado em anexo para se ter uma noção da quantidade de artigos que saíram na imprensa sobre o tema, desde que o Presidente da Câmara de Lisboa Fernando Medina anunciou a intenção da autarquia. Mirzoeff, juntou-se às vozes críticas:

“Uma palavra como “descobertas” pa-

rece mais inocente, mas não o é para os africanos, e é preciso dizer que seis milhões de africanos foram levados para as Américas no tempo das Descobertas.” (...) Não podemos afirmar que os europeus descobriram o resto do mundo. Dizê-lo significa aceitar que aqueles povos não são nossos iguais” (Entrevistas Visão, 2018)

Para Mirzoeff, para além dos museus, é também importante importante descolonizar cidades onde a presença de monumentos (edifícios, esculturas, memoriais, etc) de comemoração de períodos e personagens históricas acabam or transmitir um sentido de violência, desconforto e invisibilidade para as comunidades que são herdeiras da experiência dos povos colonizados. É neste contexto que o ensaísta de cultura visual dá o exemplo da cidade de Lisboa, uma cidade historicamente multicultural e que, por isso, tem várias camadas de narrativas históricas sobrepostas. Para Mirzoeff a cidade terá de encontrar soluções para que esses monumentos possam contar uma história mais plural:

“Ora, em zonas onde a população é multicultural e vem de vários locais do

mundo, encontramos pessoas oriundas de países onde esses militares atuaram. O que significa para elas ver esses monumentos? Portanto, ao reconstruir a cidade, temos de pensar em todas as pessoas que lá vivem e não apenas num ponto de vista.” (Entrevistas Visão, 2018)

Quanto a soluções relacionadas com as instituições e museus que contêm obras, artefactos e objetos que nos levam à era do colonialismo, Mirzoeff explica que:

“(…) não a escondemos, mas também não a celebramos. O que precisamos é de museus sobre a História do Colonialismo. E temos de ter cuidado com os objetos, pois eles são poderosos e perigosos. Podem transmitir mensagens de violência.” (Entrevistas Visão, 2018)



Fig. 113 | Ibo Omari, #PAINTBACK, 2016

Além da descolonização, a palavra “desconstrução” também tem um papel bastante importante para a inspiração e criação do projecto prático nesta dissertação, como explico mais à frente. Neste âmbito são relevantes referências como Ibo Omari, um artista alemão de origem turca e libanesa que desconstrói o símbolo nazista ‘swastika’ grafitado pelas ruas da Alemanha e as transforma em imagens coloridas, divertidas e positivas. O projecto é identificado com o hashtag #PAINTBACK, que corresponde a uma ideia de inversão e anulação do poder que aquele símbolo gráfico tem de causar sofrimento a várias comunidades:

“An artistic symbol obviously looks much nicer than an ugly message and then people walk through the city with a smile on their faces” (Martin, 2017)

Já a artista contemporânea americana Kara Walker é uma artista conhecida pelo cruzamento de questões raciais e de género utilizando silhuetas a preto e branco que não só transmitem sarcasmo, como também a violência dos tempos da escravidão do Sul dos Estados Unidos da América através de imagens angustiantes e severas:

“Walker’s violence and scatology are tempered by a sense of humor” (Szabo,

1997)

A artista revela-nos que a arte é um meio onde ela melhor expressa as suas ideias e inquietações, obras que despertassem sentimentos aos espectadores, sentimentos esses quer desconfortáveis quer sentimentos “possivelmente muito bonitos”:

“I didn’t want a completely passive viewer. Art means too much to me. To be able to articulate something visually is really an important thing,” the artist explained. “I wanted to make work where the viewer wouldn’t walk away; he would giggle nervously, get pulled into history, into fiction, into something totally demeaning and possibly very beautiful.” (Artnet 2018)

A prática de Walker confronta temas sociais e políticos através da pintura, ilustração, filme e texto. Influenciada pela artista e fotógrafa Lorna Simpson e pela artista conceptual e filósofa Adrian Piper, Walker apresenta uma visão feminista reflectindo sobre os ideais de beleza. Uma das suas obras mais impactantes é a sua monumental instalação de escultura de açúcar *Subtlety, or the Marvelous Sugar Baby* (2014) que representa ma mulher com feições africanas na forma de uma esfinge.



Fig. 114 | Kara Walker, ‘The Emancipation Approximation (Scene #18)’, 1999 - 2000

“This is what Malcom X once called the ‘decolonization of our minds and imaginations:’ learning to think and see everything with ‘new eyes,’ in order to enter the struggle as subjects and not as objects (quoted in hooks 1994: 7)”

_Kilomba, 2008: 37)

“(…) the simultaneous impact of ‘race’ and gender oppression leads to forms of racism that are unique to the experiences of Black women and women of color. Their manifestations, explains Philomena Essed, overlap some forms of sexism against white women and racism against Black men. Is this therefore useful to speak of gendered racism (Essed 1991: 30) to refer to the racial oppression of Black women as structured by racist perceptions of gender roles.(…)Black women are also female and therefore also experience sexism. Is an ironic, but tragic, failure that has made Black women invisible voices within the global feminist projeto.”

_Kilomba, 2008: 57-58

04 | **Projecto Prático**

04.1 **UMA PROPOSTA DE DECOLONIAL DESIGN**

Perceber e articular é uma forma de desafiar as normas e resistir é uma forma de criar e emancipar discursos e estereótipos nas representações dos negros e de certa forma dar ênfase às pessoas e causas que há algum tempo têm sido ignoradas, subestimadas, inferiorizadas e objectificadas.

Em Portugal podemos observar vários registos da época colonial e sinais de celebração do império nas ruas, nos monumentos e estátuas que objectificam um discurso de comemorações sobre as conquistas e batalhas ganhas e perdidas. Igrejas repletas de relíquias de mártires de fé e restos de exibições coloniais. Nos museus somos por vezes confrontados com peças e obras de arte que perpetuam o ideal imperial colonialista, directamente ligado a uma narrativa da história portuguesa. Trata-se de um assunto que não pode ser evitado:

“Ora, sanar e elevar a “auto-estima” nacional quer através da veiculação de uma história facciosa e que omite parte relevante da verdade histórica, quer pela edificação comemorativa de estátuas, monumentos e museus celebradores do colonialismo e da ideologia colonial

(…)”. (Artigo Público, 2018)

Claro que algumas dessas exposições possuem objectos coloniais que podemos dizer terem sido adquiridos de forma justa, outros de forma não muito correta e outros de forma violenta, do ponto de vista das culturas de origem. Esta discussão tem-se desenvolvido cada vez mais nos últimos anos, tendo adquirido uma visibilidade inquestionável com a publicação do relatório “The Restitution of African Cultural Heritage. Toward a New Relational Ethics” (2018) encomendado pelo presidente francês Emmanuel Macron a Felwine Sarr e Bénédicte Savoy. Neste sentido muitos museus têm demonstrado uma certa preocupação em explorar as várias facetas da história colonialista e a forma como os objectos das suas colecções são expostos ou foram adquiridos, demonstrando uma atitude de reparação e colaboração com vista a revelar a real história por detrás dos objetos:

“come away understanding that these (arte, objectos, artefactos) are largely the spoils of war.” (Procter, 2018)

Mas as complexidades do colonialismo e, neste caso, da história portuguesa e da sua repre-

sentação em museus e monumentos históricos, são vistas como difíceis de serem debatidas. O caso não é tanto de ocultar a verdadeira história, mas sim de uma recusa por parte de certos sectores em abordar o assunto e em encontrar as palavras para descrever a dura verdade das conquistas portuguesas:

“Museums are institutions of memory – they must stop pretending there’s only one version of events, and be willing to own up to their role in shaping the way we see the past.” (Procter. 2018)

Ou seja, as instituições, mais especificamente os museus, não mostram apenas o passado, mas também o pensamento colonial que serviu de contexto a certas obras e que influencia a forma como as pessoas nos dias de hoje encaram fenómenos como a globalização e a migração:

“(…) um dos efeitos imediatos do cultivar da magia da época colonial é exatamente o alimentar do racismo histórico e estrutural e o prolongar das hierarquias de controlo e repressão para com as comunidades negras no país, como o testemunham as violências policiais sis-

temáticas e a segregação de que somos vítimas.” (Artigo Público, 2018)

“minha experiência – entrar nos museus em Portugal e Inglaterra e estar consciente do passado dos meus ancestrais, as suas histórias, objectos preciosos, entre outros, “arrancados” dos seus países expostos nestes museus, um local que demonstra um “genocídio” culturalmente colonial” (Borges, 2018)

Um dos grandes influenciadores e ativistas visuais, como referi anteriormente, Nicholas Mirzoeff, num dos seus últimos debates em Lisboa, fala sobre o seu trabalho ativista no projecto “Descolonizar o museu – Ativismo Visual em Nova York” onde discute as diferentes facetas de várias organizações/empresas que precisam ser descolonizadas incluindo os discursos que omitem o outro lado dos “descobrimientos” e as narrativas de quem esteve do “lao” do colonizado.

Reagindo a este debate e trabalho, este projeto prático vai desafiar e criticar o antigo e atual discurso, neste caso nos museus, e trazer uma maior profundidade para as discussões que estão a acontecer á volta de questões sociais,

especialmente racial e cultural.

Ao fazer isso, revelamos as formas de como o poder colonial se manifesta no mundo/sistema moderno. Também definimos e desenvolvemos alternativas para o mundo em que vivemos principalmente no que diz respeito á natureza do sintoma e consequência, e autor do mesmo.

O projecto prático tem como um propósito criar alternativas para este mundo/sistema neocolonial e cultivar várias e diferentes maneiras de pensar, ser e fazer o design com origem de diferentes técnicas e visões do mundo com o objetivo de servir diferentes necessidades e desejos. (afrofuturismo, nova representação do negro)

Tal como referido anteriormente, a ausência de negros, principalmente mulheres negras, em altos cargos, nos meios de comunicação, na publicidade e no espaço público em geral é bastante visível. A mulher negra e a falta (ou a recusa) de reconhecimento da mesma como uma pessoa bem-sucedida e a sua substituição

por estereótipos são uma realidade que teima em persistir.

Esta implica problemas muito delicados, pois a mulher negra ainda é retratada nos meios de comunicação como, por exemplo, uma mulher agressiva ou passiva, sem direito a fala ou intervenção no espaço público. São ideias preconcebidas que a prejudicam no seu futuro, na sua autonomia e na sua possibilidade de escolha, quer a nível pessoal quer a nível profissional. Ou seja, parece inquestionável que a mulher negra nem sempre é tratada com o respeito que merece.

A prática projectual para esta dissertação tem como objetivo contribuir para desconstruir discursos e descolonizar instituições. A ausência generalizada de representação negra⁴ contribui para a difusão de ideias e construção de estereótipos sobre os afrodescendentes que se pretende aqui contrariar, encorajando a criação de novas ideias da e para a negritude através de fotografias reencenadas e de grafismos recriados em peças de merchandising normalmente

4 “... há uma desvantagem para os negros num país onde existe uma óbvia ausência de representatividade de afrodescendentes em posições de destaque. Henriques, J.G. (2017) Racismo à portuguesa”

vendidas em museus.

Pretende-se com o material gráfico apresentado ilustrar uma visão alternativa ao oferecer um contraste com diferentes documentos que representam imagens que normalmente são paradigmas das sociedades privilegiadas e colonizadoras.

Este trabalho terá como base numa atitude de sarcasmo e crítica, - uma linguagem que não é de todo alheia ao design gráfico, - face ao que são as estruturas de poder de hegemonia branca e colonizadora:

“É urgente a descolonização da linguagem que leve à descolonização do pensamento, que leve à descolonização do ensino da História e que leve à descolonização do imaginário, e que isso tenha consequências nas ações do presente.”
(Artigo Público, 2018)

04.2 O SÍMBOLO NEG'US'

Tal como referido anteriormente, e como vimos com o caso do movimento Black Panther, a existência de um símbolo que identifique um movimento social e que permita comunicar de forma simples e acessível a sua mensagem é um instrumento activista muito importante. É por essa razão que começo por apresentar a primeira proposta do projecto prático: o logo Neg'us', inspirado num tema do rapper Kendrick Lamar. Este elemento gráfico surgiu numa fase inicial da investigação sendo que, como veremos, o projecto prático ganhou novas dimensões. Nesse sentido esta proposta passou a ser utilizada como identidade visual de todo o projecto, criando coerência entre todos os objectos criados.

Em 2015, o rapper Kendrick Lamar⁵ no seu álbum aclamado mundialmente To Pimp a But-

terfly, inclui um tema com o título “i”. A letra assume uma perspectiva pessoal sobre o estado do mundo. Segundo o relato pelo próprio numa entrevista dada à rádio americana Hot 97 em 2014, esta foi a melhor música que o rapper alguma vez escreveu porque nunca pensou possível criar um tema tão positivo tendo em conta a sua experiência de ter crescido rodeado de tanta negatividade em Compton. Foi justamente ao ouvir os versos assinalados, em que o rapper nos fala da origem da palavra ‘NEGUS’, que se encontra a fonte de inspiração para o presente projeto gráfico.

A música “i” é suposta representar a personalidade de Kendrick Lamar e tem como objectivo dar uma mensagem positiva e aconselhar-nos a ter amor-próprio e não nos preocuparmos em demasia com o que os outros pensam de nós:

5 Kendrick Lamar Duckworth nascido em 17 de Junho de 1987, é um rapper e compositor americano mais precisamente de Compton. Em 2015 foi aclamado mundialmente ao lançar o seu terceiro álbum To Pimp a Butterfly.

Lamar traz para os seus temas narrativas que representam o duro lirismo da Costa Oeste, como nos diz o ator Don Cheadle ao apresentar Kendrick Lamar nos Grammys de 2016: “Sometimes you have to play a long time to play like yourself, but this next artist seem to come straight out of Compton making music like nobody else... with To Pimp a Butterfly, an album that daring incorporates jazz, funk, soul and pure poetry into an Hip Hop ...” (RND, 2016)



Fig. 115 | Kendrick Lamar, capa da música "i", 2015



Fig. 116 | Kendrick Lamar, capa do álbum "To Pimp a Butterfly", 2015

*Introdução Original*⁶

Is this mic on? (Hey, move this way, this way)
 Hey, Hey! Hey! Turn the mic up, c'mon, c'mon
 Is the mic on or not? I want the mic
 We're bringing up nobody, nobody...
 Nobody but the number one rapper in the world
 He done traveled all over the world
 He came back just to give you some game
 All of the little boys and girls, come up here
 (One two, one two, what's happening, fool?)
 Come right here, this is for you, come on up
 Kendrick Lamar, make some noise, brother

Introdução

I done been through a whole lot
 Trial, tribulation, but I know God
 The Devil wanna put me in a bow tie
 Pray that the holy water don't go dry
 As I look around me
 So many motherfuckers wanna down me
 But an enemigo never drown me
 In front of a dirty double-mirror they found me

Refrão

And (I love myself)

When you lookin' at me, tell me what do you see?

(I love myself)

Ahh, I put a bullet in the back of the back of the head of the police

(I love myself)

Illuminated by the hand of God, boy don't seem shy

(I love myself)

One day at a time, tryna go shine

Verso 1

They wanna say it's a war outside, bomb in the street

Gun in the hood, mob of police

Rock on the corner with a line for the fiend

And a bottle full of lean and a model on the scheme uh

These days of frustration keep y'all on tuck and rotation (Come to the front)

I duck these cold faces, post up fi-fie-fo-fum basis

Dreams of reality's peace

Blow steam in the face of the beast

Sky could fall down, wind could cry now

Look at me motherfucker I smile

Refrão

And (I love myself)

When you lookin' at me, tell me what do you see?

(I love myself)

Ahh, I put a bullet in the back of the back of the head of the police

(I love myself)

Illuminated by the hand of God, boy don't seem shy

(I love myself)

One day at a time, uhh

Verso 2

(Crazy)

(What you gon' do?)

Lift up your head and keep moving, (Keep moving) turn the mic up

(Haunt you)

Peace to fashion police, I wear my heart

On my sleeve, let the runway start

You know the miserable do love company

What do you want from me and my scars?

Everybody lack confidence, everybody lack confidence

How many times my potential was anonymous?

How many times the city making me promises?
 So I promise this, nigga

Refrão

And (I love myself)

When you lookin' at me, tell me what do you see?

(I love myself)

Ahh, I put a bullet in the back of the back of the head of the police

(I love myself)

Illuminated by the hand of God, boy don't seem shy

(I love myself)

Huh (Walk my bare feet) huh (Walk my bare feet)

Huh (Down, down valley deep) huh (Down, down valley deep)

(I love myself) huh (Fi-fie-fo-fum) huh (fi-fie-fo-fum)

(I love myself) huh (My heart undone) one, two, three

Refrão

And (I love myself)

When you lookin' at me, tell me what do you see?

(I love myself)

Fig. 117 | Kendrick Lamar, frame do videoclip 'i', 2015



*Ahh, I put a bullet in the back of the back of the head of the police
(I love myself)
Illuminated by the hand of God, boy don't seem shy
(I love myself)
One day at a time, uhh*

*Verso 3
I went to war last night
With an automatic weapon, don't nobody call a medic
I'mma do it till I get it right
I went to war last night (Night, night, night, night, night)
I've been dealing with depression ever since an adolescent
Duckin' every other blessin', I can never see the message
I could never take the lead, I could never bob and weave
From a negative and letting them annihilate me
And it's evident I'm moving at a meteor speed
Finna run into a building, lay my body...*

*Intervalo Falado
(Offstage Argument)
Not on my time, Not while I'm up here*

*Not on my time, kill the music
Not on my time
We could save that shit for the streets
We could save that shit, this for the kids bro
2015, niggas tired of playin' victim dog
Niggas ain't trying to play vic— TuTu, how many niggas we done lost?
Yan-Yan, how many we done lost?
No for real, answer the question, how many niggas we done lost bro?
This, this year alone
Exactly. So we ain't got time to waste time my nigga
Niggas gotta make time bro
The judge make time, you know that, the judge make time right?
The judge make time so it ain't shit
It shouldn't be shit for us to come out here and appreciate the little bit of life we got left, dawg
On the dead homies. Charlie P, you know that bro
You know that
It's mando. Right, it's mando
And I say this because I love you niggas man
I love all my niggas bro
Exac- enough said, enough said
We gon' get back to the show and move on, because that shit petty my nigga*

*Mic check, mic check, mic check, mic check, mic check
We gon' do some acapella shit before we get back to-
All my niggas listen
Listen to this:*

*Verso Acapella
I promised Dave I'd never use the phrase "fuck nigga"
He said, "Think about what you saying: 'Fuck niggas'
No better than Samuel on Django
No better than a white man with slave boats"
Sound like I needed some soul searching
My Pops gave me some game in real person
Retraced my steps on what they never taught me
Did my homework fast before government caught me
So I'ma dedicate this one verse to Oprah
On how the infamous, sensitive N-word control us
So many artists gave her an explanation to hold us
Well, this is my explanation straight from Ethiopia
N-E-G-U-S definition: royalty; King royalty -*

*wait listen
N-E-G-U-S description: Black emperor, King, ruler, now let me finish
The history books overlook the word and hide it
America tried to make it to a house divided
The homies don't recognize we been using it wrong
So I'ma break it down and put my game in a song
N-E-G-U-S, say it with me
Or say no more. Black stars can come and get me
Take it from Oprah Winfrey, tell her she right on time
Kendrick Lamar, by far, realest Negus alive*

*Produzido por Rahki
Direção de Alexandre Moors e the Little Homies (Lamar, 2015)*

No final da música, na versão do álbum em que simula um concerto, Kendrick faz um discurso em forma de rap acapella para uma multidão de pessoas agitadas, tentando acalmá-las e questionando o uso da frase ‘fuck niggas’ como nos diz Ryan Bassil num artigo sobre “The Narrative Guide to Kendrick Lamar’s ‘To Pimp a Butterfly’”:

*“The song ends with Kendrick reclaiming the use of the word n****r. He doesn’t want the books of racial history in America to keep making “a house divided”, because using that word is to make yourself “no better than Samuel in Django [Unchained]” or “a white man with slave boats”. (Bassil, 2015)*

Neste momento esclarecedor e profundamente pensativo, Kendrick continua ao propor uma alternativa cativante para a palavra ‘niggas’ - direto da Etiópia! A principal ideia do álbum To Pimp a Butterfly realmente começou quando Kendrick Lamar fez uma viagem a África do Sul como nos afirma um dos co-produtores do álbum Sounwave:

“I remember he took a trip to Africa and something in his mind just clicked...For me, that’s when this album really star-

ted.” Sounwave, co-produtores de To Pimp a butterfly”

Esta viagem a África mudou-lhe toda a perspetiva de como transmitir a sua arte:

“I felt like I belonged in Africa,” the “King Kunta” rapper says. “I saw all the things that I wasn’t taught. Probably one of the hardest things to do is put a concept on how beautiful a place can be and tell a person this while they’re still in the ghettos of Compton. I wanted to put that experience in the music.” (Kendrick Lamar)

Este tema de Kendrick Lamar afectou-me profundamente enquanto pessoa. Em particular a interpretação e reflexão sobre a palavra Negus permitiu-me desenvolver as primeiras ideias para um projecto gráfico.

Segundo Lamar, esta expressão vem da Etiópia e seria utilizada para caracterizar um rei ou um governador, considerando que a transformação de ‘nigger’ para ‘Negus’ de uma certa forma suaviza a conotação negativa e racista da primeira, trazendo para primeiro plano a genealogia nobre da segunda palavra.

São várias as interpretações sobre a origem da palavra ‘nigger’. Segundo um artigo publicado

na Ferris State University em 2001 intitulado NIGGER (the word) A Brief history entre as várias origens da palavra estaria a que vem do tempo do colonialismo e “comércio” de escravos pelos espanhóis e portugueses que utilizavam a palavra ‘negro(a)’, referindo-se também aos Nigorianos:

“The history of the word nigger is often traced to the Latin word niger, meaning Black. This word became the noun, Negro (Black person) in English, and simply the color Black in Spanish and Portuguese. (...) It is probable that nigger is a phonetic spelling of the White Southern mispronunciation of Negro.” (Middleton, e Pilgrim, 2001)

Assim a genealogia da palavra está associada aos processos de des-humanificação dos escravos que não eram chamados pelo seu nome, mas apenas por expressões como ‘nigger boy’ ou mesmo só ‘boy’, a palavra negro foi desaparecendo, passando a niger ou nigre e mais tarde ‘nigger’.

Tal como Lamar defende no seu tema, esta palavra tem uma conotação historicamente definida como negativa que servia não apenas para identificar uma pessoa de origem africana, ou negra, mas também para a enquadrar numa ca-

talogação mais vasta de adjectivos pejorativos:

“Historically, nigger defined, limited, made fun of, and ridiculed all Blacks. It was a term of exclusion, a verbal reason for discrimination. Whether used as a noun, verb, or adjective, it strengthened the stereotype of the stupid, dirty, worthless nobody.” (Middleton e Pilgrim, 2001)

O que Lamar procura fazer na sua letra e que é fonte de inspiração para o meu projecto gráfico, é resgatar esta expressão ‘negus’ (Negus (Ethiopia; ne-goos) = Emperor (Nubiyang, 2002), assumindo a sua genealogia directa com a Etiópia, enquanto título usado pelo rei, desconstruindo a expressão ‘nigger’, retirando-lhe a força negativa imposta pelos colonizadores, para declarar-se “... **realest Negus alive**”.

Assim, Negus, terá como objetivo ser um símbolo para o projecto prático, um símbolo simples, no que diz respeito a iconografia, pois o seu significado, explicado anteriormente, já é bastante complexo. Um dos fortes elementos com um forte carácter que representará a des-colonização que esta dissertação discute.

SÍMBOLO

↑
neg[“]US[”],

“US” representa a cultura africana / afrodescendente

VERSÕES DO SÍMBOLO

versão 1

neg[“]US[”],

O vermelho na bandeira Cabo Verdiana significa o esforço e a luta que o país passou para a sua independência:

“Quando falamos, procuramos um consenso, para o conseguir temos de nos esforçar, mas ao mesmo tempo esse esforço tem de ser contido porque se for demasiado gera o caos.

Daí que a faixa vermelha esteja ladeada por duas faixas brancas, porque psicologicamente e historicamente consideramos a cor branca como a cor da paz. Ou seja, é necessário fazer um esforço para o desenvolvimento de Cabo Verde, mas é necessário que esse esforço seja controlado dentro da paz.” (Belo, 2012)

versão 2



R 250
G 0
B 0

ÁREA DE PROTEÇÃO

De acordo com manuais de normas pesquisados, os logótipos, neste caso o símbolo, necessitam de espaço à sua volta para poder aumentar a sua visibilidade. A caixa define um espaço mínimo à volta do logótipo de forma a preservar a legibilidade do mesmo. De forma a manter a sua integridade, nenhum outro elemento deverá ultrapassar este limite de espaço à exceção de imagens ou fundos como demonstrado mais à frente.



GRELHA



04.3 MUSEU DAS HALF TRUTHS: UMA PROPOSTA DE MERCHANDISING

Como tínhamos referido anteriormente, este trabalho terá como base uma atitude de sarcasmo e crítica, - uma linguagem que não é de todo alheia ao design gráfico, - face ao que são as estruturas de poder de hegemonia branca e colonizadora.

Num primeiro momento serão feitas intervenções, através da colagem, em obras de arte que são ícones da história colonial, como retratos de navegadores e exploradores portugueses, de pequenas partes de vestuário ou rostos, por elementos quer fotográficos quer tipográficos, retirados de imagens de personalidades que lutaram pela igualdade e independência dos seus países; ou por pensadores que, através dos seus escritos e discursos com conteúdos sobre temas de descolonização, influenciaram vários outros pensadores e ativistas. Isto com o fim de criar um contraste entre os dois mundos: um que se refere ao tempo do colonialismo e outro que lutou contra as consequências do mesmo.

A seguir, aplicamos estas imagens, a peças de merchandising habitualmente vendidas nas lojas de brinde em museus, peças essas que simbolizam um processo de descolonização já que, como tínhamos referido anteriormente, o museu é muitas vezes veículo de um pensa-

mento e objectificação colonial.

Em conjunto com o símbolo neg'us' - um detalhe nas peças de merchandising - servirão para as minorias discriminadas utilizarem como resistência e melhorar a sua representação com o fim de sentir orgulho da sua cultura e das figuras que influenciaram a liberdade de expressão e da cor de pele do seu povo.

A concepção deste projecto baseia-se no objetivo em dar luz e compreensão sobre a urgência e a importância em criar, preservar e dedicar novas histórias e narrativas diversificadas da negritude e resistência servindo como protesto a representações estereotipadas que continuam a surgir nas publicidades e nos meios de comunicação em geral:

“Pelo contrário, a recusa do projeto apenas servirá para manter viva a narrativa clássica impregnada com visões chauvinistas e coloniais que promovem o preconceito e naturalizam a discriminação.” (Rodrigues, 2018)

Como tínhamos referido anteriormente, os meios de comunicação influenciam as ideias dos jovens, quer afrodescendentes quer outros

grupos culturais. Contrariar o constante ciclo de notícias que mantêm a possibilidade de dar visibilidade de mensagens e práticas de ódio ou discriminatórias está na origem desta proposta.

Este projeto prático tem um fator ativista ao procurar compreender várias realidades através dos “reanactements” e fazer pensar a ‘cultura negra’ como contemporânea e não como a ideia do outro e de certa forma encorajar um museu mais inclusivo do ponto de vista das diferentes perspectivas sobre a história:

“The idea of decolonization can be easily applied in the context of racism because everyday racism establishes a dynamic similar to colonialism itself: one is looked at...and imprisoned in white fantasies of what one should be like” (Kilomba, 2008: 138)

Como o movimento Claridade em Cabo Verde, este projeto tem como objetivo dar uma luz, uma compreensão sobre a urgência e a importância em criar, preservar novas histórias e narrativas diversificadas da negritude e resistência:

“The whole process achieves a state of decolonization; that is, internally one exists no longer as the ‘Other’ but as the self. One is the self, one is the subject, one is the describer, the author of and the authority on one’s own reality. As I started this book: one becomes the subject.” (Kilomba, 2008: 145)

As composições dos objectos gráficos de merchandising dão-se pela integração das imagens criadas e textos selecionados, criando assim uma garantia de linearidade e coerência entre os objectos, utilizando determinados aspectos nomeadamente na escolha tipográfica, forma de colagem e uso da cor.

Nas duas páginas seguintes apresentam-se as imagens selecionadas para o desenvolvimento das colagens.



Fig. 118 | *Portrait d'une négresse*, 1800
Localizado no museu do Louvre, este retrato foi feito pela pintora neoclássica francesa Marie-Guillemine Benoist (1768-1826)

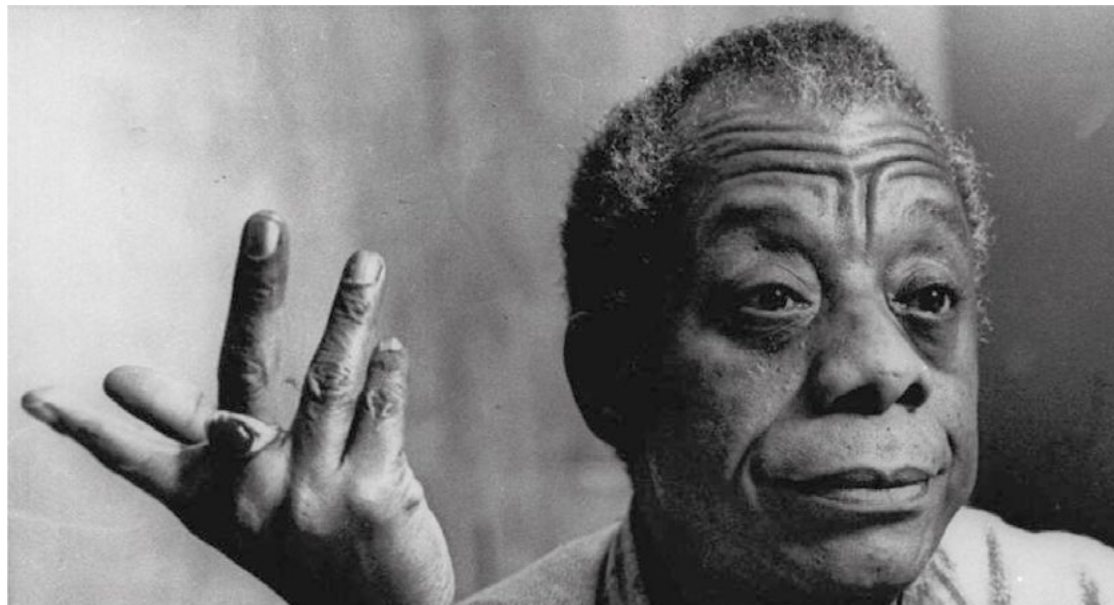


Fig. 119 | James Baldwin, 2 de agosto de 1924 a 1 de dezembro de 1987
Ativista, dramaturgo e poeta.
Fonte: LA Times

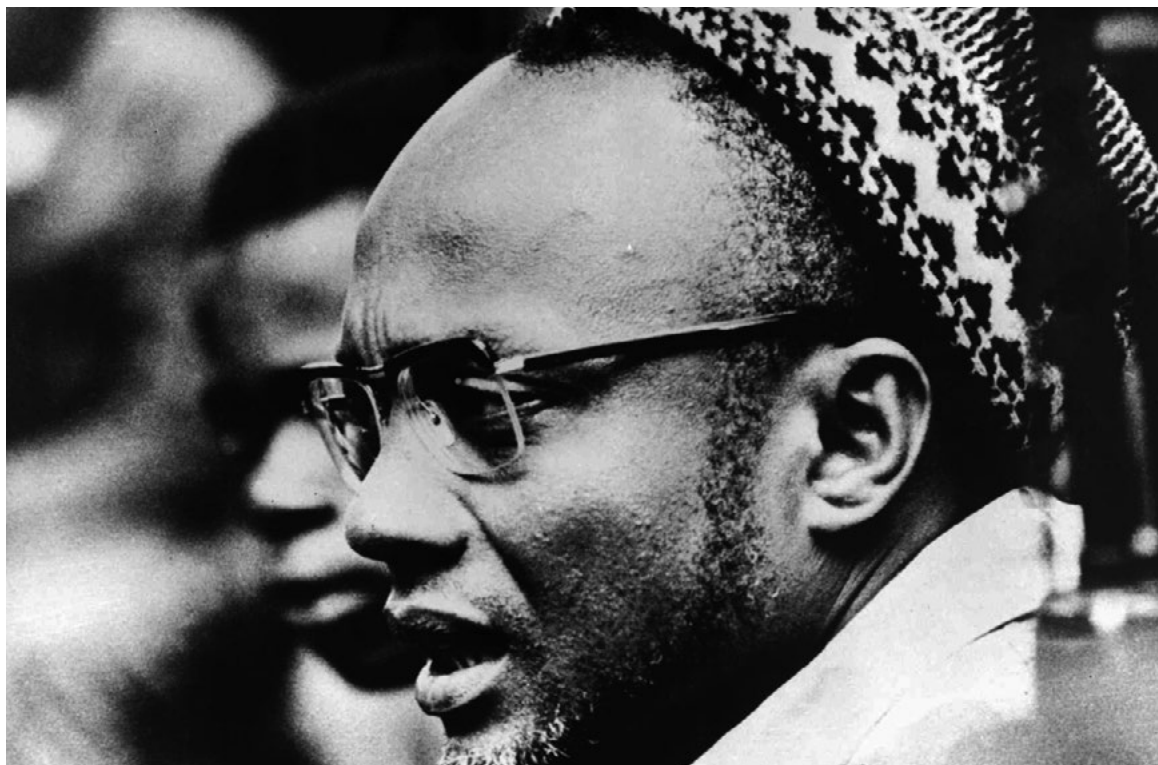


Fig. 120 | Amílcar Cabral
12 de setembro de 1924 a 20 de janeiro de 1973
Político, ativista e teórico marxista.
Fonte: Domínio Público;
Cabral num encontro com o combatentes do PAIGC (Partido Africano para a Independência da Guiné e Cabo Verde) em 1964.



Fig. 121 | Frantz Fanon
20 de julho de 1925 a 6 de dezembro de 1961
Ensaísta marxista, filósofo e psiquiatra.
Fonte: Domínio Público;

Fig. 122 | Vasco da Gama, 1469 a 24 de dezembro de 1524
Navegador e explorador português
Imagem em domínio público



Fig. 123 | Queen Elizabeth I, 7 Setembro de 1533 a 24 Março 1603
Rainha de Inglaterra de 17 Novembro de 1558 a 24 Março de 1603
Autor: Artista desconhecido, 1559



Fig. 124 | Cristóvão Colombo, 22 de agosto de 1451 a 20 de maio de 1506
Explorador e navegador;
Autor: Sebastiano del Piombo, 1519.

Fig. 125 | Fernão de Magalhães, 1480 a 27 de abril de 1521
Explorador e navegador;
Autor: artista desconhecido





Colagens

O processo da colagem surge com o intuito, como dito anteriormente, de criar um contraste e, de certa forma, unir dois 'mundos', o mundo colonial e o mundo onde pensadores e ativistas lutaram contra as consequências do mesmo. No campo do colonialismo temos personalidades como Vasco da Gama, Cristóvão Colombo, Fernão de Magalhães. Pretende-se ainda selecionar a imagem de uma monarca feminina, tendo recaído a escolha numa pintura de Elizabeth I data do século XVI. Já no campo dos pensadores e ativistas escolheu-se uma fotografia de Frantz Fanon, de James Baldwin e Amílcar Cabral. No caso da pintura *Portrait d'une négresse*, 1800, foi escolhida por ser uma imagem forte de uma mulher negra, pintada seis anos após a abolição da escravatura em França pela a artista neoclássica francesa Marie-Guillemine Benoist que por sua vez tornou-se, através desta pintura, um manifesto a favor da emancipação da mulher, mais especificamente, da mulher negra: "Benoist's depiction of the black woman in the painting as an allegory, perhaps representing the abolishment

of slavery in France just six years prior."(Byrd, 2018). Benoist produziu esta pintura numa fase em que se discutia em 1800 a retomada da escravidão na França. Este retrato é o único no museu do Louvre, onde a mulher negra não é representada como servente da mulher branca, ou com um papel secundário/terciário.



Neste caso, foi escolhido o uso da tipografia sobre fotografia de Frantz Fanon, com a adaptação da sua famosa citação. “Negritude não é um facto” representa uma reflexão sobre a necessidade de desobjectificar a negritude, uma reflexão que foi um importante elemento para o processo desta dissertação. Trata-se também de homenagear um autor que é um dos grandes influenciadores deste projecto, que tem como base a descolonização do pensamento e das narrativas.



ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
1234567890
| \ ! " # \$ % & / () = ? « » * + ` ´ ¨ ^ ~ ; : ; _ - > <

ultra

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
1234567890
| \ ! " # \$ % & / () = ? « » * + ` ´ ¨ ^ ~ ; : ; _ - > <

bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
1234567890
| \ ! " # \$ % & / () = ? « » * + ` ´ ¨ ^ ~ ; : ; _ - > <

regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno**pqr**stuvwxyz
1234567890
| \ ! " # \$ % & / () = ? « » * + ` ´ ¨ ^ ~ ; : ; _ - > <

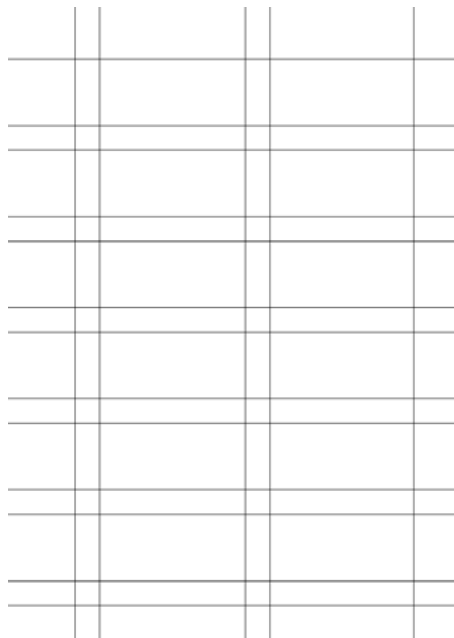
light

R 250
G 0
B 0

Tipografia

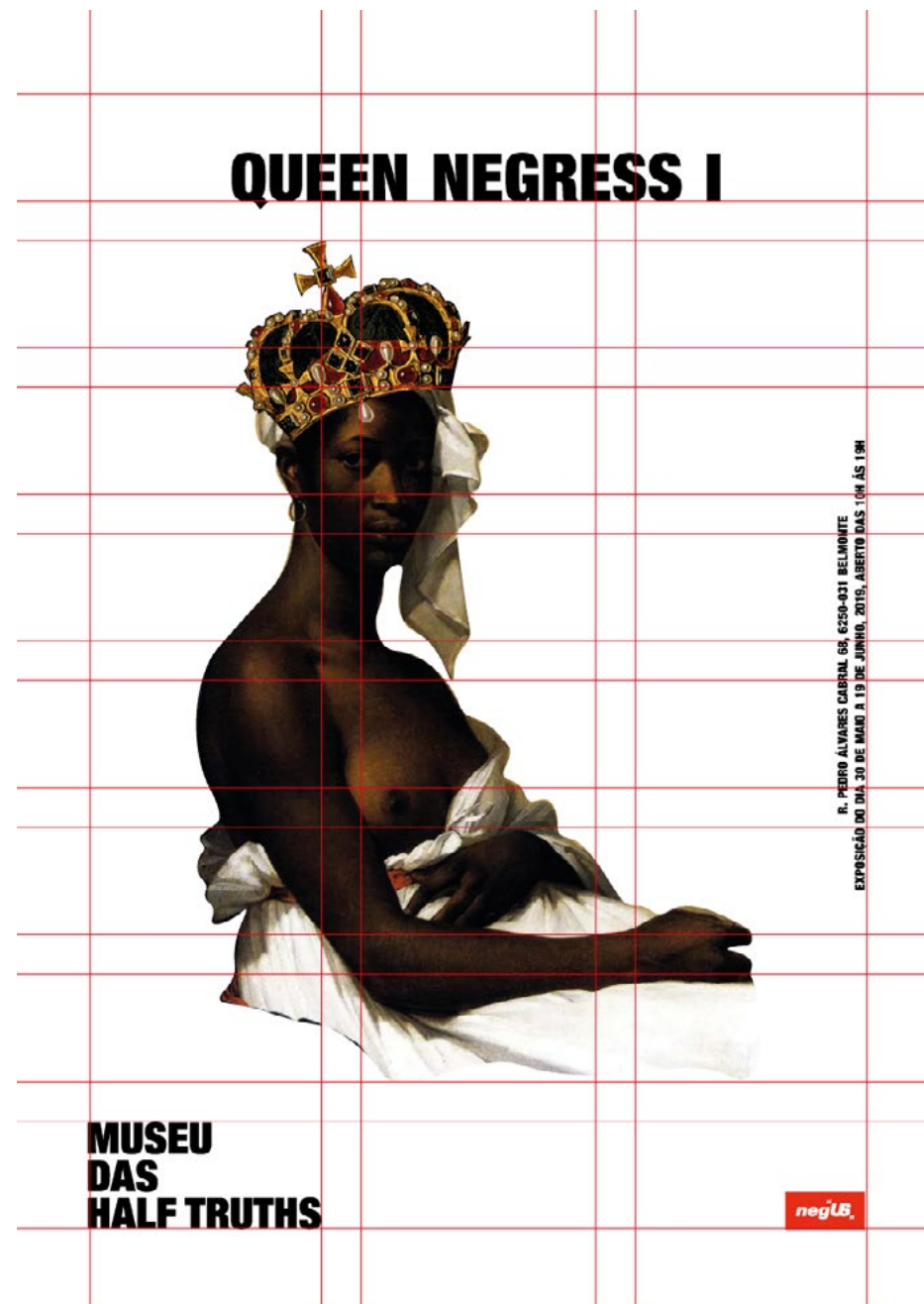
No projecto prático é utilizado Nimbus, uma família tipográfica bastante versátil, predominantemente a Nimbus Sans Novus Cond (Ultra). A mesma família tipográfica é utilizada para títulos e texto ao longo da dissertação. As cores predominantes são o vermelho e o preto, sendo que a primeira, como explicado anteriormente, remete a uma das cores utilizadas na bandeira Cabo Verdiana, significando o esforço e a luta.

Grelha para cartazes



Títulos

A escolha dos títulos partilha o mesmo intuito que as colagens, ou seja, criar um contraste entre os dois campos, neste caso, os nomes. Como explicado anteriormente, o problema de alguns museus, monumentos e obras, é que muitas vezes representam um lado da história omitindo vários acontecimentos da era do colonial. Assim, esta escolha de entitular o projecto de Museu das Half Truths (Museu das Meias Verdades) e de combinar os nomes entre as várias personagens históricas, tenta solucionar esta adversidade, criar uma discussão sobre o problema de museus e a unir dois lados da história respectivamente.



AMÍLCAR DE MAGALHÃES



R. PEDRO ÁLVARES CABRAL 66, 6250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 30 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

**MUSEU
DAS
HALF TRUTHS**

negUS.

CRISTÓVÃO BALDWIN

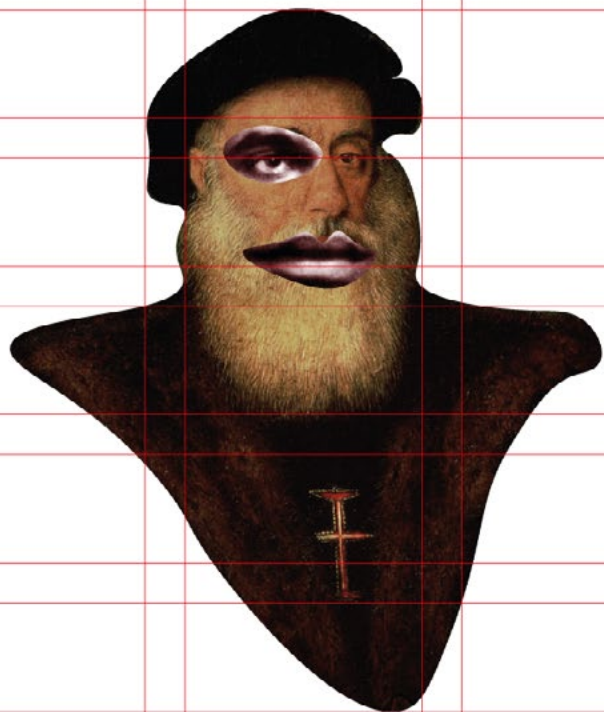


R. PEDRO ÁLVARES CABRAL 66, 6250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 30 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

**MUSEU
DAS
HALF TRUTHS**

negUS.

FANON DA GAMA



R. PEDRO ÁLVARES CABRAL 66, 0250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 30 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS

negUS

FRANTZ FANON



R. PEDRO ÁLVARES CABRAL 66, 0250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 30 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS

negUS

Frases para merchansing

As frases foram recolhidas ao longo da escrita da dissertação onde todas elas estão presentes em importantes momentos da mesma. *Negritude não é um facto* pertence, como referido anteriormente a Frantz Fanon. *Labanta Braço* (Levanta o braço), *Gritá, viva Cabral* (Gritem, Viva Cabral), *Comba, Combatente Di Nós Terra* (Comba, Combatente Da Nossa Terra), *Gritá bô liberdadi* (Gritem a vossa liberdade), *Gritá povo libertadu* (Gritem povo libertado), *Gritá povo independenti* (Gritem povo independente) *Cinco di julho, caminho aberta pa flicidadi* (Cinco de Julho, caminho aberto para a felicidade) pertencem à música “Labanta Braço” do grupo Os Tubarões, onde a letra segue com *Labanta braço se bô grita bô liberdade* (Levanta o braço se gritares a tua liberdade), uma música que celebra a data 5 de Julho de 1975, um tempo em que o povo cabo-verdiano celebrava a sua independência, e uma música em homenagem a Amílcar Cabral e a combatentes do PAIGC (Partido Africano para a Independência da Guiné e Cabo Verde). Já com o poema: *You always told me ‘it takes*

time’
it’s takes my father’s time,
my uncle’s time,
my brothers and my sisters’ time.
How much time do you want for your progress?
de James Baldwin, foi uma escolha que representa a base da dissertação que tenta criar uma forma que nos permita contribuir para o combate aos discursos de discriminação e apresentar intervenções de natureza ativista.

Uma das referências visuais e gráficas para a concretização deste campo, como referido anteriormente, são os cartazes realizados por *School of Feminism* onde procuram uma “combinação da divulgação das conquistas de feministas com uma ferramenta de comunicação, para celebrar e partilhar mensagens que recordam o muito que já foi conseguido e o muito que ainda falta alcançar” com uma série de cartazes com mensagens “simples, claras e directas” mas com um tom graficamente muito forte e com uma mensagem igualmente forte. (P3, 2019)

**“You always told me
‘it takes time.’
It’s taken my father’s time,
my uncle’s time,
my brothers
and my sisters’ time.
How much time
do you want for your
progress?,”**

- James Baldwin, 1963

**# NEGRITUDE
NÃO É UM
FACTO**

**# LABANTA
BRAÇO**

**# GRITÁ
VIVA CABRAL**

**# GRITÁ POVO
INDEPENDENTI**

**# COMBA
COMBATENTE
DI NÓS TERRA**

**CINCO DI JULHO
CAMINHO ABERTA
PA FLICIDADI**

**# GRITÁ BÔ
LIBERDADI**

**# GRITÁ POVO
LIBERTADU**

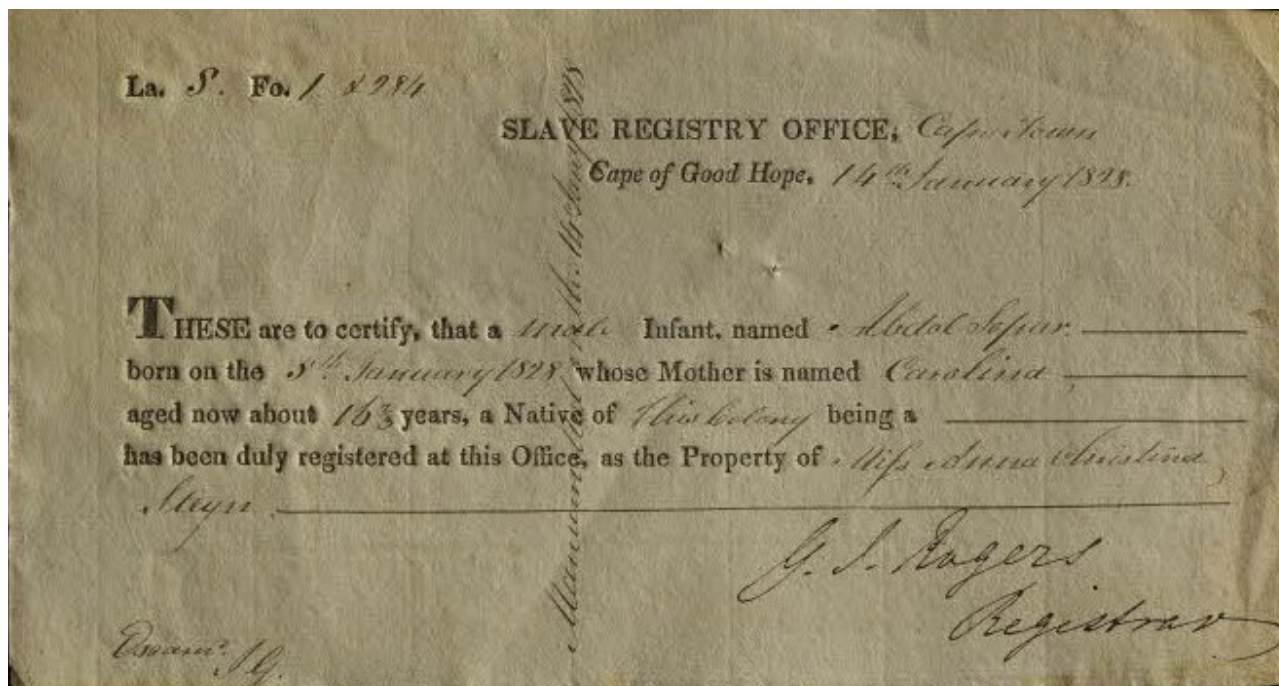


Fig. 126 | Imagem de *The British Museum*
 “Certificate from the Slave Registry office, certifying the birth of a boy, Abdel Sopar. Cape Town. 14th January 1828. Ephemera”

Objecto original - ta pertencê a mi mesma (pertenço a mim mesma)

Como peça visual final desta coleção de merchandising considerou-se que seria importante trazer uma nova categoria de objectos cuja origem se encontrasse no lado da história e das narrativas tornadas invisíveis. Assim foi escolhido como inspiração o documento de registo de escravos emitido oficialmente pelos estados escravocratas e do qual se seleccionou um espécime real (figura 126). Este foi transformado num cartão de visita por ser o objecto convencionalmente desenhado pelos designers gráficos que mais se aproximava formalmente do documento original.

Nesta peça pretendo combinar o passado com o presente, onde um documento que comprovava que um negro era propriedade de alguém, passaria hoje a comprovar que um negro pertenceria a Neg’us’, isto é, a ele próprio. É desta afirmação que surge o título “ta pertence a mi

mesma” (pertenço a mim mesma). A utilização do crioulo originário de Cabo Verde pretende representar os processos de colonização e aculturação discutidos nesta dissertação.

Para desenvolver esta peça, foram traduzidas e adaptadas as frases do documento original para o português. Foi alterado o local da “secretaria de registo de escravos” para Lisboa e os dados da pessoa em questão, sendo substituídos pelos meus. Algo que pode ser alterado por quiser obter um exemplar.



RESULTADOS - aplicações

CARTAZES

QUEEN NEGRESS I



R. PEDRO ALVARES CARDINAL SA. 6200-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2016, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



QUEEN NEGRESS I



R. PEDRO ALVARES CARDINAL SA. 6200-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2016, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



MOONDAY THE WEEKEND MOVES ON...

EVERY MONDAY DEEP-TECH-HOUSE

04-05-15 SUN JAMO | YOSH HOUZER

11-05-15 TORUS PROJECT | N.O.B.

18-05-15 EDUARDO DE LA TORRE | TORUS PROJECT

25-05-15 MARINGO | N.O.B. | YOSH HOUZER

M-BIA CLUB | DIRCKSE 4STR. 123 | 10178 BERLIN | START 22:00

CRISTÓVÃO BALDWIN



R. PEDRO ALVARÉS CABRAL 66, 6320-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2015, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



AMÍLCAR DE MAGALHÃES



R. PEDRO ALVARES CABRAL 6A, 4250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2016, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



AMÍLCAR DE MAGALHÃES



R. PEDRO ALVARES CABRAL 6A, 4250-031 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2016, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



MOONDAY THE WEEKEND MOVES ON...

EVERY MONDAY DEEP-TECH-HOUSE
04-05-15 SUN JAMO | YOSH HOUZER
11-05-15 TORUS PROJECT | N.O.B.
18-05-15 EDUARDO DE LA TORRE | TORUS PROJECT
25-05-15 MARINGO | N.O.B. | YOSH HOUZER

1.11.2015

malive.de



M-BIA CLUB | DIRCKSESTR. 123 | 10178 BERLIN | START 22:00

FANON DA GAMA



R. PEDRO ALVARES CABRAL 66, 4120-021 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019. ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



FANON DA GAMA



R. PEDRO ALVARES CABRAL 66, 4120-021 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019. ABERTO DAS 10H ÀS 19H

MUSEU
DAS
HALF TRUTHS



MOONDAY THE WEEKEND MOVES ON...

EVERY MONDAY DEEP-TECH-HOUSE
04-05-15 SUN JAMO | YOSH HOUZER
11-05-15 TORUS PROJECT | N.O.B.
18-05-15 EDUARDO DE LA TORRE | TORUS PROJECT
25-05-15 MARINGO | N.O.B. | YOSH HOUZER

M-BIA CLUB | DIRCKSESTR. 123 | 10178 BERLIN | START 22:00

FRANTZ FANON



**NEGRITUDE
NÃO É UM
FACTO**

R. PEDRO ALVARES CABRAL 66, 4120-021 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

**MUSEU
DAS
HALF TRUTHS**

negUS.

FRANTZ FANON



**NEGRITUDE
NÃO É UM
FACTO**

R. PEDRO ALVARES CABRAL 66, 4120-021 BELMONTE
EXPOSIÇÃO DO DIA 20 DE MAIO A 19 DE JUNHO, 2019, ABERTO DAS 10H ÀS 19H

**MUSEU
DAS
HALF TRUTHS**

negUS.

**MOONDAY
THE WEEKEND
MOVES ON...**

EVERY MONDAY DEEP-TECH-HOUSE

04-05-15 SUN JAMO | YOSH HOUZER

11-05-15 TORUS PROJECT | N.O.B.

18-05-15 EDUARDO DE LA TORRE | TORUS PROJECT

25-05-15 MARINGO | N.O.B. | YOSH HOUZER

M-BIA CLUB | DIRCKSESTR. 123 | 10178 BERLIN | START 22:00

POSTAIS

CRISTÓVÃO BALDWIN



negL5.



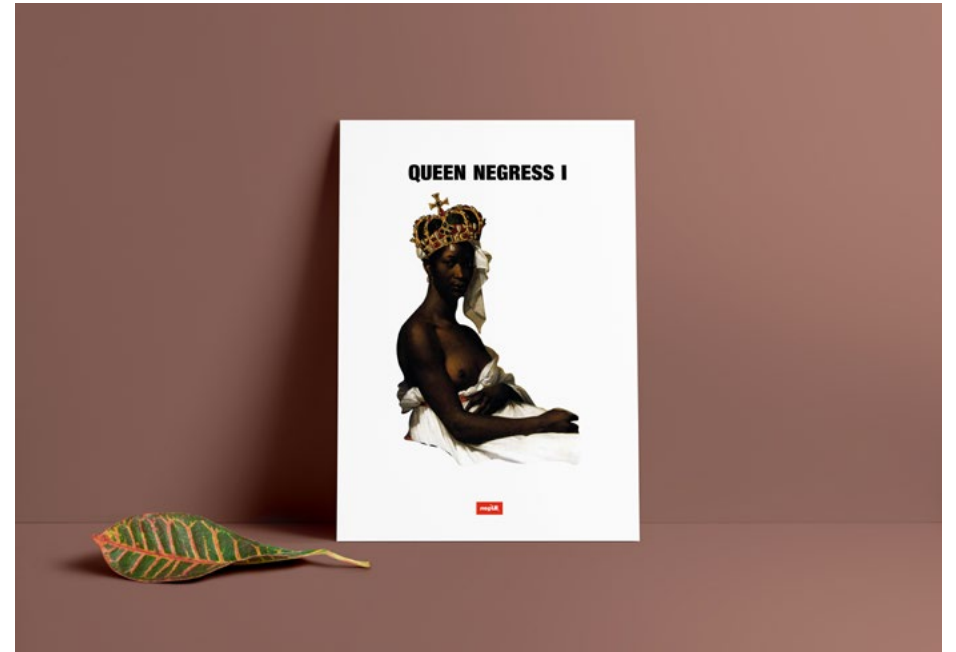
P O S T A L

**SE
LO**

LOCAL PARA MENSAGEM

LOCAL PARA MORADA

















PIN's



**QUEEN
NEGRESS I**



**AMÍLCAR
DE MAGALHÃES**

**CRISTÓVÃO
BALDWIN**

**FANON
DA GAMA**

**#TA PERTENCÊ
A MI MESMA**







T - SHIRT's











Objecto original - TA PERTENCÊ A MI MESMA (pertenço a mim mesma)



SECRETARIA DE REGISTRO DE ESCRAVOS
Lisboa, 25 de Março de 2019

ESTES são para certificar, que uma Mulher escrava, nomeada *Inês Silva Borges*
nascida em *22 de Junho de 1993*, cuja Mãe é nomeada *Arminda Isabel Silva*
envelhecida agora aproximadamente *25 anos*, uma Nativa de Lisboa
foi devidamente registrada neste Escritório como a Propriedade de *NEG'US*



SECRETARIA DE REGISTRO DE ESCRAVOS
Lisboa, 25 de Março de 2019

ESTES são para certificar, que uma Mulher escrava, nomeada *Inês Silva Borges*
nascida em *22 de Junho de 1993*, cuja Mãe é nomeada *Arminda Isabel Silva*
envelhecida agora aproximadamente *25 anos*, uma Nativa de Lisboa
foi devidamente registrada neste Escritório como a Propriedade de *NEG'US*



05 | **CONCLUSÃO - um manifesto**

Como expliquei na introdução, esta dissertação é uma pesquisa crítica e biograficamente importante para o meu desenvolvimento como mulher, negra e designer gráfica, visto que tenho a obrigação de abordar estes problemas urgentes na nossa sociedade, quer portuguesa quer mundial.

Problemas esses que deram origem a uma vontade em aprofundar o papel de uma designer gráfica afrodescendente que quer combater o racismo institucional e a representação estereotipada da negritude nos meios de comunicação. Ao abordarmos estes problemas sociais ou exibimos qualidades sinónimas de força, somos caracterizadas como “Strong Black Woman”. Trata-se de um combate para sermos respeitadas e vistas como iguais, enquanto lidamos com imagens depreciativas e estereótipos que, por sua vez, determinam a nossa existência e tornam o combate a este tipo de discurso mais difícil.

A nossa capacidade para ultrapassar dificuldades, oposições, desigualdades e injustiças pode-nos caracterizar como fortes, uma característica que estimamos. Mas mulheres negras são constantemente alvo de discriminação por-

que normalmente não se encontram nas ideias pré-concebidas do que significa ser mulher, que frequentemente é formado a partir de uma ideia de feminidade branca.

Importou-me também discutir a representação da negritude de um ponto de vista mais geral, tal como surge nos meios de comunicação e discursos publicitários que foram, ao longo dos anos, veiculando mensagens depreciativas, o que nos faz questionar e encontrar respostas no que diz respeito a inverter a sua influência no que toca à opressão e autoestima.

Logo, esta dissertação, por conter assuntos complexos, foi alvo de várias alterações e desenvolvimentos nos últimos dois anos, pois dentro de cada capítulo, existiam temas que podiam incluir maior número de subtemas, que acrescentariam, mas não completariam o objectivo de encontrar uma formulação do texto que fizesse sentido no âmbito do design gráfico. Por outro lado o desenvolvimento acelerado destas discussões no seio da sociedade portuguesa e internacional desde o último ano e meio levou a que tivessem de ser permanentemente acrescentadas referências novas e estimulantes.

A investigação começou por procurar respostas a problemas que me atormentavam desde o segundo ano de Licenciatura em Design de Comunicação, ao ver a falta de representação do negro, não só nas matérias do curso, como nas influências e história do design, e ainda presencialmente, no ambiente em sala de aula, sendo eu a única estudante negra. A repetição do mesmo contexto no mestrado, criou a vontade de responder a questões como a objetificação do negro nos discursos publicitários e a processos discriminatórios no âmbito da cultura visual da modernidade.

Ao longo do desenvolvimento desta dissertação, pareceu-me importante procurar o papel da minha experiência biográfica como mulher, negra e designer gráfica de forma a determinar a minha identidade como tal e, de certo modo, como isso podia contribuir para um processo de emancipação através do design gráfico utilizando o ativismo como veículo para o mesmo. Do ponto de vista teórico foi fundamental o contacto com o pensamento de intelectuais como Achille Mbembe, Frantz Fanon, bell hooks, Grada Kilomba ou Petrine Archer Straw.

Também o artigo “É preciso descolonizar Portugal”, foi muito importante no despontar da versão final desta investigação já que partilho o sentimento de muitos comentários feitos no que diz respeito a alguns discursos discriminatórios dirigidos a mim, o que me fez questionar a minha nacionalidade e se realmente pertenceo a esta sociedade, tal como Sofia Iala Rodrigues estudante de mestrado de Antropologia e Culturas Visuais que afirma: “Foi crescendo em mim a noção de que nasci cá e me considero portuguesa mas as outras pessoas - as pessoas brancas - não me vêem como fazendo parte do país.” (Câncio, 2017)

Tendo portuguesa como minha nacionalidade, e crescendo numa comunidade majoritariamente africana, estive exposta a uma forte propagação de culturas, mais especificamente a Cabo Verdiana, o que teve como resultado um sentimento de dupla identidade, visto que, desde criança experiencio na pele o peso que as diferenças culturais repercutiram na minha vida e no relacionamento entre as pessoas.

Ser negra em Portugal, mais especificamente em Lisboa é ser invisível, ou seja, não sermos consideradas quando se fazem as escolhas dos

protagonistas das campanhas de publicidade, na literatura, nos espetáculos ou mesmo nos programas de televisão.

A dupla identidade é principalmente presenciada quando, ocasionalmente, os negros, tendo em conta o contexto, escolhem o pronome “eles (os portugueses)” e “nós (os portugueses)” como se tratasse de uma decisão estratégica, ou seja, não existe um momento em que os afrodescendentes se sintam integrados na sociedade onde nasceram. É fácil de perceber o porquê; porque para atingir um certo grau de aceitabilidade em Portugal, temos por vezes de abandonar as crenças e costumes que nos foram ensinados, no meu caso, pelos meus pais, como falar o português sem sotaque, ou seja, não falar o crioulo em casa, não usar o cabelo natural, ou não utilizar lenços que representam a cultura Cabo Verdiana.

Podemos dizer que cada vez mais vemos portugueses a exibirem e apreciarem abertamente a cultura africana, como a música e a dança, e mesmo a aprender o crioulo. Isto faz-nos pensar que é irónico que os afrodescendentes têm de negar as suas culturas para serem aceites na sociedade portuguesa e os portugueses estejam

cada vez mais interessados nas culturas africanas, exibindo o que sabem com orgulho. Nós gostaríamos de podermos fazer o mesmo.

Mas acreditamos que, com o crescimento de movimentos antirracistas em Portugal, as próximas gerações de afrodescendentes nascidos em Portugal cada vez mais sentir-se-ão portugueses, sem questionarem se pertencem a esta sociedade ou não, visto que o objetivo é combater discursos racistas e um racismo institucional que causa este tipo de questões de identidade como afirma Beatriz, professora negra de Biologia: “Já a minha geração sente-se identitariamente portuguesa, e a seguinte ainda mais. Daí que ocuparem o seu ‘lugar de fala’ seja cada vez mais natural, que surja uma série de associações e de reivindicações. Porque mesmo os negros da minha idade, que como eu, acreditaram numa sociedade pós-racial, percebem que continuamos a ser alvo das mesmas observações que ouvíamos em crianças.” (Câncio, 2017)

Foi a partir destas reflexões que procurei um enquadramento teórico e prático de teor ativista, recorrendo a obras como *Black Skin, White masks* de Frantz Fanon, *A crítica da razão*

negra de Achille Mbembe, *Black Looks: race and representation* e *Ain't I a woman* de Bell Hooks, *Negrophilia: Avant-Garde Paris and Black Culture in the 1920s* de Petrine Archer-Straw ou *Advertising and Societies: Global Issues* de Katherine Toland Frith e Barbara Mueller. Foram acompanhadas duas conferências fundamentais realizadas durante o ano de 2018: Nick Mirzoeff ‘Decolonizing the Museum’ e Mbembe na Culturgest ‘Para um mundo sem fronteiras’. Com estes e outros elementos, pretendi construir uma visão coerente e consistente dos temas propostos e questões que influenciaram o desenvolvimento desta dissertação e do seu projecto prático final.

O método usado para o enquadramento teórico foi construído ao longo da escrita. Partindo de uma iniciativa social e política, o tema foi alvo de várias descobertas da própria história da cultura negra/africana no âmbito do design, como também um crescimento pessoal como pessoa, mulher e negra.

A trajetória de desenvolvimento do projeto prático foi resultado do exercício de leitura e compreensão da urgência em criar um projecto que de certa forma mudasse o discurso pejorativo

e o modo de pensar a representação do negro no âmbito do design, tendo como objetivo problematizar, debater e encontrar soluções, com suporte na cultura visual, neste caso do design gráfico, para comportamentos de discriminação e opressão que acompanham processos de objetificação da negritude na sociedade, principalmente portuguesa, onde os mesmos são omitidos ou mascarados, com a finalidade criar novas narrativas e histórias diversificadas da negritude.

O merchandising e as imagens criadas para o projeto prático tornaram-se em algo não convencional, dentro de um âmbito institucional, distorcido, ou seja, as propostas gráficas têm um comportamento crítico e reflexivo de forma a questionar as questões sociais abordadas nesta dissertação.

O enquadramento teórico e prático complementam-se, pois o projecto prático serve como tradução e materialização das questões e análises feitas na dimensão teórica. Trata-se de um projecto com intenção de criar uma visão generalizada e crítica numa só composição reflexiva e relevante que, por sua vez, pode ter um contexto internacional, mas aplicado à nossa

sociedade portuguesa, pois remete-nos para os dias de hoje, para a nossa realidade.

Ficaram várias ideias, temas e imagens por realizar e por explorar, e por essa razão espero que no futuro alguém, no âmbito académico, tome conhecimento desta dissertação e dê continuidade a este projeto. É importante que o significado desta investigação se revele tão interessante, influente e transformador pessoalmente para o leitor como se revelou para mim.

06 | BIBLIOGRAFIA

Referências Bibliográficas

- Anderson, M. (2017) *Why Can't the U.S. Decolonize Its Design Education?*. Acesso a 19 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://eyeondesign.aiga.org/why-cant-the-u-s-decolonize-its-design-education/>
- Binfield, M. (2009) *Bigger than Hip-Hop: Music and Politics in the Hip-Hop Generation* The University of Texas at Austin, Dezembro 2009: 234
- Carmichael, S. (1966). *Black Power*. Berkeley, California. Acesso a 21 de Dezembro de 2018. Disponível em <https://www.americanrhetoric.com/speeches/stokelycarmichaelblackpower.html>
- Coombs, N. (1972) *THE BLACK EXPERIENCE IN AMERICA: The immigrant Heritage of America*. Twayne. Acesso a 21 de Dezembro de 2018. Disponível em <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/2152/PDF/1/play/>
- Coelho, N. (2017) *Uma História de Confiança – A indústria da saboaria e perfumaria no século XX português*. Lisboa: Tinta da China
- Eskilson, S. ([1964] 2017) *Graphic Design: A new History*. Yale University Press; Edição: First Edition (25 de outubro de 2007)
- Fanon, F. ([1952] 2008). *Black Skin, White Masks*. London: Pluto Press.
- Fanon, F. ([1961] 1963) *The Wretched of the Earth*. França: Grove Press
- Fradique, T. (2002) *Fixar o movimento: Representações da música RAP em Portugal*. Lisboa: D. Quixote
- Feldstein, R. (2015) 'I Don't Trust You Anymore': Nina Simone, Culture, and Black Activism in the 1960s. *The Journal of American History* Journal of American History. 91. 1349. 10.2307/3660176.
- Frith, K. e Mueller, B. (2003) *Advertising and Societies: Global Issues*. New York: Peter Lang Publishing, Inc
- Fuad-Luke, A. (2009) *Design Activism, beautiful strangeness for a sustainable world*. Routledge; Edição: 1
- Huddy, L. (1998) *Old-Fashioned Racism and New Forms of Racial Prejudice*. University of Texas Press: The Journal of politics, Vol.60, No.2.
- hooks, B. (1992) *Black Looks: race and representation*. South End Press; Edição: 1st
- Jesus, J., Carvalho, P., Diogo, R., Granjo, P. (2014) *O que é Racismo*. Lisboa: Escolar Editora
- Miller, C. (1987) *Black Designers: Missing in action*. *Printmag*. Acesso a 25 de Março 2018. Disponível em <https://www.printmag.com/design-culture-2/history-2/blacks-in-design-1987/>
- Moura, M. (2018). *O design que o design não vê: raça, gênero, classe, O design que o design não vê*. Lisboa: Orfeu Negro, pp.17-54.
- Munanga, K. (1988) *Negritude. Usos e sentidos*. 2ª Edição São Paulo: Ática: 32-51
- Mbembe, A. (2014) *Crítica da razão negra*. Antígona
- Pike, J. (1984) *The Prostrate State: South Carolina Under Negro Government*. Forgotten Books
- Philips, J. (2008). *AgitPop: Activist graphics, Images and Pop-Culture 1968-2008*. Londonprintstudio. Acesso a 15 de Novembro 2018. Disponível em <http://johnphillips.media/wp-content/uploads/2013/01/AgitPopCatWeb2.pdf>
- Salla, T. (2014) *A revista Claridade e o discurso freyreano: regionalismo e aproximação entre a elite letrada cabo-verdiana e a metrópole portuguesa nos anos 1930*. Via Atlântica.
- Silva, J., Cotrim, J.P. (2018) *O Sono Desliza Perfumado*. Lisboa: Abysmo
- Tavares, E. (2014) *Botânica*. Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado
- Ture, K. & Hamilton, C.V. (1967) *Black Power: The politics of Liberation in America 1992* – Cap. II pág. 39. New York : Random House
- Schultz, T., Abdulla, D., Ansari, A., Canli, E., Mahmoud, Keshavarz, Kiem, M., Prado, L., Oliveira, P. (2018) *Editors' Introduction, Design and Culture*, 10:1, 1-6, DOI: 10.1080/17547075.2018.1434367
- Vala, J. (1997) *Representações sociais e percepções intergrupais*. Instituto Ciências Sociais da Universidade de Lisboa
- Les Back, Vibeke Quaade “*Dream Utopias, nightmare realities: Imaging race and culture within the world of Benetton advertising*”, *Journal Third Text* Volume 7, 1993 - Issue 22
- LUPTON, E., MILLER, A. ([1999] 2011). *Design, Escrita, Pesquisa*. São Paulo: bookman.
- Kilomba, G. (2008) *Plantation Memories*. UNRAST.

Dissertações

Brás, A. (2013) *Design Gráfico e Produção Independente: A Influência das Convicções Sociais e Políticas*. Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha

Rose, Joseph P. (2014), *The New Racism in the Media: a Discourse Analysis of Newspaper Commentary on Race, Presidential Politics, and Welfare Reform*. Tese, Georgia State University, 2014.

Fradique, T. (2016) *Novas e Velhas Epifanias, A atração dramaturga pelo real: etnografias do actor-não actor*. Lisboa, FCSH, Tese de Doutoramento em Antropologia, pp. 150 - 214

Sarr, F., Savoy, B. (2018) *Rapportsur la restitution du patrimoine culturel africain. Vers une nouvelle éthique relationnelle*. UMR 7220 (CNRS - ENS Paris Saclay - Université Paris Nanterre)

Publicações On - line

Adbusters (2019) *Manifesto*. Consultado em 21 de Março 2019. Disponível em <https://www.adbusters.org/manifesto>

A Vida Portuguesa (2018) *Caixa Sabonetes Fotos Antigas | Exposição Colonial Portuguesa, 1934*. Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em https://www.avidaportuguesa.com/loja/catalogo/perfumaria/caixa-sabonetes-fotos-antigas-exposicao-colonial-portuguesa-1934_4084

Armstrong, S. (2002) *Altered images*. Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <https://www.theguardian.com/media/2002/may/27/mondaymediasection4>

Arts&Culture (2016) *How Basquiat challenged police brutality through his art*, Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/33756/1/how-basquiat-challenged-police-brutality-through-his-art>

Art History Archive (2018) *Barbara Kruger. The Art History Archive – Feminist Art*. Consultado em 23 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/feminist/Barbara-Kruger.html>

Artigo Público (2018) *Não a um museu contra nós*. Consultado em 11 de Junho 2018. Disponível em <https://www.publico.pt/2018/06/22/culturaipilon/opiniao/nao-a-um-museu-contra-nos-1835227>

Boatman, A. (2017) *'4 Reasons why visual communication has a big impact'* Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <https://blogs.techsmith.com/tips-how-tos/why-visual-communication-matters/>

Bassil, R. (2015) *'The Narrative Guide to Kendrick Lamar's 'To Pimp a Butterfly'*. Consultado em 24 de Outubro 2017. Disponível em https://noisy.vice.com/en_uk/article/rzvbwe/the-narrative-guide-to-kendrick-lamars-to-pimp-a-butterfly-2015

Byrd, R. (2018) *Beyoncé and Jay-Z's "Apeshit" Video Shows Black Bodies in Art — and in Control*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.racked.com/2018/6/18/17476770/beyonce-jay-z-apeshit-everything-is-love-art-meaning-louvre>

Branco, M. e Lusa (2018) *"Portugal é um país racista": A manifestação em Lisboa contra o racismo*. Consultado em 22 de Março 2019. Disponível em <https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/portugal-e-um-pais-racista-a-manifestacao-em-lisboa-contrao-racismo>

Black, W. (2014) *How Watermelons Became a Racist Trope*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <https://www.theatlantic.com/national/archive/2014/12/how-watermelons-became-a-racist-trope/383529/>

Baker, L., Adler, S. (2013) *'Nationalism and xenophobia' on rise ahead of European elections*. Consultado em 16 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.reuters.com/article/us-eu-parliament-elections/nationalism-and-xenophobia-on-rise-ahead-of-european-elections-idUSBRE99T0YZ20131030>

Boden, P. (2011) *Art and Activism: 1930s and Today*. 2017. Consultado em 28 de Fevereiro 2018. Disponível em https://www.huffingtonpost.com/paul-boden/art-activism-1930s-today_b_1098260.html

Bulman, M. (2017) *Brexit Vote sees highest spike in religious and racial hate crimes ever recorded, The Independent 2017*. Consultado em 12 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/racist-hate-crimes-surge-to-record-high-after-brexit-vote-new-figures-revealed-a7829551.html>

- Belo, I. (2018) *Os 'Cartazes de Sonho' de Raul de Caldevilla contam a história da publicidade no século XX*. Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em <http://visao.sapo.pt/actualidade/visaose7e/ver/2018-01-24-Os-Cartazes-de-Sonho-de-Raul-de-Caldevilla-contam-a-historia-da-publicidade-no-seculo-XX>
- Considine, L. (2015) 'Screen Politics: Pop Art and the Atelier Populaire' *Tate Papers*, no.24. Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/24/screen-politics-pop-art-and-the-atelier-populaire>
- Chachage, C. (2011) *Fanon and "The fact of Blackness"*. Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <https://www.pambazuka.org/governance/fanon-and-%E2%80%98fact-blackness%E2%80%99>
- Cordelia Tai, (2016). *Here's a good thing about 2016: Magazine Covers were more diverse than ever*. Consultado em 8 de Agosto. 2017. Disponível em <http://www.thefashionspot.com/runway-news/726447-diversity-report-magazine-covers-2016/>
- Câncio, F. (2017) *É preciso descolonizar Portugal*. Buala 2017. Consultado em 16 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.buala.org/pt/a-ler/e-preciso-descolonizar-portugal>
- Cushing, L. (2018) *The Women Behind the Black Panther Party Logo*. Consultado em 23 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://designobserver.com/feature/the-women-behind-the-black-panther-party-logo/39755>
- Caldwell, E.C. (2016) *The History of "Your Body Is A Battleground"*. Consultado em 23 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://daily.jstor.org/the-history-your-body-is-a-battleground/>
- Design Indaba (2018) *Edel Rodriguez, Visual Artist* Consultado em 29 de Agosto. 2017. Disponível em <https://www.designindaba.com/profiles/edel-rodiguez>
- Denton, N. (2008) *Time for Leibovitz to Confess*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <https://gawker.com/5004715/time-for-leibovitz-to-confess>
- Estadão Conteúdo (2019) *Marielle Franco é homenageada em segunda noite de desfiles no Rio*. Consultado em 22 de Março 2019. Disponível em <https://noticias.band.uol.com.br/noticias/100000951112/mariellefrancoehomenageadaemsegundanoitededesfilesnorio.html>
- Fast Company (2018) *Meet the preeminent Illustrator of the Trump Era*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <https://www.fastcompany.com/90157026/meet-the-preeminent-illustrator-of-the-trump-era>
- Fahs, A. (2016) *'O Movimento Negro'*. Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.politize.com.br/movimento-negro/>
- Fandom (2018) *Storm*. Consultado em 18 de Março 2019. Disponível em <https://x-men.fandom.com/wiki/Storm>
- GW Libraries (2018) *Frantz Fanon (1925 - 1961): His Life and Legacy: Impact on Black Consciousness Movements*. Consultado em 18 de Outubro 2017. Disponível em <https://libguides.gwu.edu/c.php?g=258982&p=1728991>
- Genevieve Buck, (1993). *Leave it to Benetton to question a Black-and-white Issue*. Consultado em 29 de Agosto. 2017. Disponível em http://articles.chicagotribune.com/1993-04-14/entertainment/9304140361_1_benetton-peter-fressola-control-versial-advertising
- Gomes, N. (2010) *'O movimento negro no Brasil: ausências, emergências e a produção do saber'* 2010: 135. Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/19037/17537>
- Gouveia, H. (2013) *Quarenta anos após a morte de Amílcar Cabral o que resta do seu sonho africano* Consultado em 19 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://p.dw.com/p/18VKW>
- Gompertz, W. (2018) *Review: Beyonce and Jay-Z's video at the Louvre*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-44576480>
- Gonçalves, M. (2018) *100 anos de sabonetes e ralis. Quem foram os Achilles de Brito?* Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em <https://observador.pt/especiais/100-anos-de-sabonetes-e-ralis-quem-foram-os-achilles-de-brito/>

History.com Staff (2009) *Slavery in America*. Consultado em 27 de Setembro 2017. Disponível em <http://www.history.com/topics/black-history/slavery>

History.com Staff (2009) *Stokely Carmichael*. Consultado em 27 de Setembro 2017. Disponível em <https://www.history.com/topics/black-history/stokely-carmichael>

History.com Staff (2018) *Jim Crow Laws*. Consultado em 29 de Setembro 2017. Disponível em <https://www.history.com/topics/early-20th-century-us/jim-crow-laws>

History.com Staff (2017) *Black Panthers*. Consultado em 12 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.history.com/topics/black-panthers>

Harris, C. (2015) *'Kendrick Lamar Explains "Negus" Freestyle On "To Pimp A Butterfly"'* Consultado em 20 de Outubro 2017. Disponível em <https://hiphopdx.com/news/id.33224/title.kendrick-lamar-explains-negus-freestyle-on-to-pimp-a-butterfly#>

Henriques, J.G. (2017) *RACISMO À PORTUGUESA: As várias faces do ativismo negro*. Consultado em 16 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.publico.pt/2017/09/16/sociedade/noticia/as-varias-faces-do-ativismo-negro-1785487>

Hassan, H. (2017) *A Brief History of Racist Commercials and Ad Campaigns*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.cosmopolitan.com/lifestyle/a9276775/pepsi-campaign-racist-ad-commercials-media/>

Interview (2018) *ANDY WARHOL'S CONTEMPT FOR, AND ADORATION OF, THE AMERICAN PERFORMANCE – Artwork by Barbara Kruger*. Consultado em 23 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.interviewmagazine.com/art/andy-warhols-contempt-and-adoration-of-the-american-performance-barbara-kruger>

Jordan, J. (2016) *Artivism*. Consultado em 28 de Fevereiro 2018. Disponível em https://www.degrowth.info/wp-content/uploads/2016/07/DIM_Artivism.pdf

Johnson, C. (2016) *Kendrick Lamar Explains How South Africa Inspired 'To Pimp A Butterfly'* Consultado em 24 de Outubro 2017. Disponível em <https://hiphopdx.com/news/id.37404/title.kendrick-lamar-explains-how-south-africa-inspired-to-pimp-a-butterfly#>

Khadan, I. (2009). *Slavery Plays Jump-Rope with Racism: Examining the Poetry of Phillis Wheatley*. *Inquiries Journal/Student Pulse*, 1(12). Consultado em 11 de Junho 2018. Disponível em <http://www.inquiriesjournal.com/articles/84/slavery-plays-jump-rope-with-racism-examining-the-poetry-of-phillis-wheatley>

Lopes, M. (2017) *Acusada (de novo) de racismo, Dove retira publicidade a gel de banho*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.publico.pt/2017/10/09/culto/noticia/acusada-de-novo-de-racismo-dove-retira-publicidade-a-gel-de-banho-1788145>

Lopez, G. (2017) *The past year of research has made it very clear: logo won because of racial resentment*, *Vox* 2017. Consultado em 12 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.vox.com/identities/2017/12/15/16781222/trump-racism-economic-anxiety-study>

LØken, K. D. (2013) *USA – Civil Rights and Black Power 2017*. Consultado em 12 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://ndla.no/en/node/109405?-fag=71082>

Lança, M. Buala, (2018) *Demythologize That History and Put it to Rest*. Consultado em 17 de Novembro 2018. Disponível em <http://www.buala.org/pt/da-fala/demythologize-that-history-and-put-it-to-rest>

Lança, M. (2008) *A lusofonia é uma bolha*. Consultado em 17 de Novembro 2018. Disponível em <http://www.buala.org/pt/jogos-sem-fronteiras/a-lusofonia-e-uma-bolha>

Lang, C. (2018) *Art History Experts Explain the Meaning of the Art in Beyoncé and Jay Z's 'Apathetic' Video*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <http://time.com/5315275/art-references-meaning-beyonce-jay-z-apesht-louvre-music-video/>

Lagartinho, R. (2017) *Cafés Negrita: uma das últimas torrefacções de Lisboa funciona nos Anjos*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://ocorvo.pt/cafes-negrita-uma-das-ultimas-torrefacoes-de-lisboa-funciona-nos-anjos/>

Mendes, F. (2019) *O samba da Mangueira fez ouvir Marielle e venceu o Carnaval do Rio*. Consultado em 22 de Março 2019. Disponível em <https://www.publico.pt/2019/03/07/mundo/noticia/samba-mangueira-fez-ouvir-marielle-venceu-carnaval-rio-1864490>

maat, (2018) *ANASTÁCIA: A MEMÓRIA DA ESCRAVA AMORÇADA*. Consultado em 17 de Novembro 2018. Disponível em <https://www.maat.pt/pt/noticia/anastacia-memoria-da-escrava-amordacada>

McGuirk, J. (2011) *Beauty is in the Street: The Power of protest posters*. Consultado em 29 de Agosto. 2017. Disponível em <https://www.theguardian.com/artanddesign/2011/may/23/beauty-in-street-posters-protest>

Middleton, P. e Pilgrim, D. (2001) '*NIGGER (the word) A Brief history*', Ferris State University. Consultado em 24 de Outubro 2017. Disponível em http://www.aaregistry.org/historic_events/view/nigger-word-brief-history

Mohr, M. (2017) *Ich musste mich früh für eine Haltung entscheiden (Eu tive que decidir sobre uma atitude no início)* Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em https://www.uni-heidelberg.de/universitaet/heidelberger_profile/interview/staeck.html

Mead, R. (2017) *Gerhard Steidl Is Making Books an Art Form*. Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.newyorker.com/magazine/2017/05/22/gerhard-steidl-is-making-books-art-form>

Nubiyang, P. (2002) '*The original meaning of the "N" word*'. Consultado em 24 de Outubro 2017. Disponível em <https://www.africaresource.com/rasta/sesostri-the-great-the-egyptian-hercules/the-original-meaning-of-the-n-word-by-pianke-nubiyang/>

Novin, G. (2012) *Black Power & Black Tigers*. Consultado em 27 de Agosto. 2017. Disponível em <http://artreact.blogspot.pt/2012/08/black-power-black-tigers.html>

Ogunyemi, L. (2017) *I am the woman in the 'racist Dove ad'. I am not a victim*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/10/i-am-woman-racist-dove-ad-not-a-victim>

Procter, A. (2018) *Museums are hiding their imperial pasts – which is why my tours are needed*. Consultado em 11 de Junho 2018. Disponível em <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/apr/23/museums-imperialist-pasts-uncomfortable-art-tours-slavery-colonialism>

P3 (2019) *És mulher e estás a ler isto? "Agradece a uma feminista"*. Consultado em 7 de Março 2019. Disponível em <https://www.publico.pt/2019/03/07/p3/fotogaleria/es-mulher-e-estas-a-ler-isto-agradece-a-uma-feminista-393468>

Rose, C. (1998) *Tibor kalman*. Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <https://charlirose.com/videos/17661>

Roldão, C. (2019) *Feminismo negro em Portugal: falta contar-nos*. Consultado em 16 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.publico.pt/2019/01/18/culturaipsilon/noticia/feminismo-negro-portugal-falta-contarnos-1857501>

Rodrigues, V. (2009) *Entrevista ao rapper Vaete*. Consultado em 28 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://janeladopensamento.blogs.sapo.pt/1169.html>

Reese, H. (2018) *How the Afrofuturist behind Black Panther and Get Out combines social justice and sci-fi*. Consultado em 13 de Março. Disponível em <https://www.vox.com/conversations/2018/2/26/17040674/black-panther-afrofuturism-get-out>

Rodrigues, M. (2018) *Descobertas ou Colonialismo?* Consultado em 6 de Junho 2018. Disponível em <https://www.dn.pt/opinio/opinio-dn/maria-de-lurdes-rodriques/interior/descobertas-ou-colonialismo-9391798.html>

Reddit, (2015) *Name origin of The Black Panthers Party?* Consultado em 29 de Setembro 2017. Disponível em https://www.reddit.com/r/history/comments/395gs4/name_origin_of_the_black_panthers_party/

Restos de Coleção (2019) *Folheto "RTP" em 1956*. Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em <http://restosdecoleccion.blogspot.com/>

Schwab, K. (2018) *Meet The Preeminent Illustrator Of The Trump Era*. Consultado em 30 de Agosto. 2017. Disponível em <https://www.fastcompany.com/90157026/meet-the-preeminent-illustrator-of-the-trump-era>

RND (2016) *Apresentação de Kendrick Lamar no Grammy 2016*. Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em <https://www.facebook.com/RapNacionalDownload/videos/942723432476515/?v=942723432476515>

Sinclair, M. (2008) *May 1968: A Graphic Uprising*. Consultado em 30 de Agosto. 2017. Disponível em <https://www.creativereview.co.uk/may-1968-a-graphic-uprising/>

Significado (2016) *Significado de Etnocentrismo*. Consultado em 20 de Outubro 2017. Disponível em <https://www.significados.com.br/etnocentrismo/>

Smedley, A. (2017) *Racism*. Consultado em 20 de Outubro 2017. Disponível em <https://www.britannica.com/topic/racism>

Slawson, N. (2017) *Dove apologises for ad showing black woman turning into white one*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/08/dove-apologises-for-ad-showing-black-woman-turning-into-white-one>

Santos, C. (2018) *Como Raul de Caldevilla nos ensinou “o que mais convém ao corpo e ao espírito”*. Consultado em 10 de Março 2019. Disponível em <https://rr.sapo.pt/especial/103654/como-raul-de-caldevilla-nos-ensinou-o-que-mais-convem-ao-corpo-e-ao-espirito>

Tam, K. (2008) *‘How does visual communication work?’*. Consultado em 06 de Setembro 2017. Disponível em <http://www.edb.gov.hk/attachment/tc/curriculum-development/kla/arts-edu/pd/visual%20communication.pdf>

The Conversation (2016) *Comparing black people to monkeys has a long, dark simian history*. Consultado em 24 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://theconversation.com/comparing-black-people-to-monkeys-has-a-long-dark-simian-history-55102>

The Guardian, (2017) *Dove’s ‘tone deaf’ advert turns black woman white*. Consultado em 20 de Dezembro 2018. Disponível em <https://www.facebook.com/theguardian/videos/10156039951371323/>

Taahirah (2018) *This photo series examines the ways in which black women are forced to comply in society*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em [http://www.designindaba.com/articles/creative-work/photo-series-examines-ways-which-black-women-are-forced-comply-society?utm_source=Design+Indaba+mailing+list&utm_campaign=b457d71670-\(\)EMAIL_CAMPAIGN_2018_06_20_12_21&utm_medium=email&utm_term=0_eb8e2b1d-91-b457d71670-429656665](http://www.designindaba.com/articles/creative-work/photo-series-examines-ways-which-black-women-are-forced-comply-society?utm_source=Design+Indaba+mailing+list&utm_campaign=b457d71670-()EMAIL_CAMPAIGN_2018_06_20_12_21&utm_medium=email&utm_term=0_eb8e2b1d-91-b457d71670-429656665)

Townsley, J. (2015) *Social Movement Tactics--Integrating Symbols for Mutual Benefit*. Consultado em 20 de Fevereiro de 2019. Disponível em <http://fall-creekrenovation.blogspot.com/2015/04/social-movement-tactics-integrating.html>

Valete (2002) *Nossos Tempos, Educação Visual. Produzido por Kilu*. Consultado em 28 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://genius.com/Valete-nossos-tempos-lyrics>

Vieira, N. (2015) *O perigo da ignorância racista*. Consultado em 12 de Julho 2018. Disponível em <http://blogueirasnegras.org/2015/01/30/o-perigo-da-ignorancia-racista/>

Wilson, J. (2017) *Charlottesville: far right crowd with torches encircles counter-protest group, The Guardian 2017*. Consultado em 12 de Fevereiro 2018. Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/12/charlottesville-far-right-crowd-with-torches-encircles-counter-protest-group>

Wolf, J. (2018) *Fauvism Movement Overview and Analysis*. Consultado em 19 de Fevereiro 2018. Disponível em <http://www.theartstory.org/movement-fauvism.htm>

Wikipedia (2018) *Design Indaba*. Consultado em 17 de Janeiro 2019. Disponível em https://en.wikipedia.org/wiki/Design_Indaba

Wikipedia (2019) *Adbusters*. Consultado em 21 de Fevereiro 2019. Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/Adbusters>

Yonekura, Y. (2018) *“Pantera Negra”: Uma “nação negra” emerge – Achille Mbembe*. Consultado em 13 de Março. Disponível em https://medium.com/@yasmimdeschain_4591/pantera-negra-uma-na%C3%A7%C3%A3o-negra-emerge-achille-mbemb%C3%A9-d3d8c3846ea1

07 | **ANEXOS**

DATA	TÍTULO DOCUMENTO	AUTOR	LOCAL DE PUBLICAÇÃO	PALAVRAS CHAVE	RESUMO DOS PRINCIPAIS ARGUMENTOS
24.05.2018	<i>Polémico Museu dos Descobrimentos" pode vir a chamar-se 'A Viagem'</i>	Rita Cipriano	Observador	- Colonialismo - Polémica - Título do museu	<i>o futuro espaço museológico de Lisboa vai ter um novo nome e uma nova localização após a polémica.</i>
12.04.2018	<i>A controvérsia sobre um Museu que ainda não existe. Descobertas ou Expansão?</i>	Cristina Marcato	Expresso	- Omissão - Colonialismo - Polémica - Título do museu - Representação	<i>Surgimento de debates sobre a história colonial portuguesa onde os afrodescendentes querem uma história plural</i>
05.05.2018	<i>O polémico Museu - Fantasma dos Descobrimentos</i>	José Cabrita Saraiva	Jornal i	- Colonialismo - Omissão - Título do museu	<i>A problemática dos 'descobrimentos' e uma palavra que é «uma expressão obsoleta, incorreta, e carregada de sentidos equívocos»</i>

DATA	TÍTULO DOCUMENTO	AUTOR	LOCAL DE PUBLICAÇÃO	PALAVRAS CHAVE	RESUMO DOS PRINCIPAIS ARGUMENTOS
30.05.2018	<i>Descobertas ou Colonialismo?</i>	Maria de Lurdes Rodrigues	Diário de Notícias	- Colonialismo - Omissão - Título do museu	<i>Precisamos de uma narrativa identitária mais inclusiva.</i>
22.06.2018	<i>Não a um museu contra nós</i>	Vários	Público	- Representação - Colonialismo - Omissão - Título do museu	<i>Surgimento de debates sobre a história colonial portuguesa onde os afrodescendentes querem uma história plural</i>
05.05.2018	<i>O polémico Museu - Fantasma dos Descobrimentos</i>	José Cabrita Saraiva	Jornal i	- Colonialismo - Omissão - Título do museu	<i>Não aceitamos um Museu construído sobre os ombros do silenciamento da nossa História, com o dinheiro dos impostos de negras e negros deste país.</i>

DATA	TÍTULO DOCUMENTO	AUTOR	LOCAL DE PUBLICAÇÃO	PALAVRAS CHAVE	RESUMO DOS PRINCIPAIS ARGUMENTOS
25.07.2018	<i>No museu das palmadinhas nas costas</i>	Rui Gomes Coelho	Público	<ul style="list-style-type: none"> - Colonialismo - Omissão - Título do museu 	<p><i>A diversidade não deve ser apenas um recurso retórico em que se impõem diferentes pontos de vista. Mais do que isso, deve ser uma prática que inclua pessoas que verdadeiramente representem várias comunidades e pontos de vista.</i></p>
13.07.2018	<i>No Museu do Anacronismo Narcisista Português</i>	Pedro Schacht Pereira	Público	<ul style="list-style-type: none"> - História - Descobrimientos - Portugal - Escravatura - Colonialismo - Museu - Câmara de Lisboa - Cultura 	<p><i>Sustentar em 2018 que a única forma de lidar com essa história é, ao mesmo tempo, esquecê-la e glorificá-la é um atalho para perpetuar o anacronismo como modo de vida, impor o relativismo ético como máscara narcísica e negar aos portugueses o direito à sua história.</i></p>

*“WHATEVER AFFECTS ONE
DIRECTLY, AFFECTS ALL INDIRECTLY”*

_Rev. Dr. Martin Luther King Jr.

