INVISIBILIDADE NEGRA AMAZÔNICA NA COMUNICAÇÃO VISUAL DA COP30 EM BELÉM

Black Amazonian invisibility in the visual communication of COP30 in Belém

Sheila Cristina Pinto da SILVA[1]

Silvania Alves NASCIMENTO[2]

Fabiana Oliveira GILLET[3]

[1] Graduanda em Design Gráfico pela faculdade Estácio-FAP. E-mail: sheilasilva@gmail.com.
[2] Graduada em licenciatura plena Letras/Inglês pela UNIP. Graduação Tecnóloga em Design Gráfico pela faculdade Estácio-FAP. Pós-graduanda Lato-Sensu em Design Digital pela Estácio-FAP. E-mail: silvanyaalves71@gmail.com.
[3] Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (PPGCOM/UFPA), Especialista em Design Gráfico, Computação e Multimídia (Estácio Pará). Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Identidade (Consia/UFPA). E-mail: fabiana.gillet@gmail.com.

RESUMO

Durante muito tempo, a pesquisa em design gráfico e comunicação visual concentrou-se em aspectos estéticos e funcionais, negligenciando a representação de identidades culturais diversas. Contudo, a persistência de paradigmas eurocêntricos perpetua a invisibilidade de grupos como a população negra amazônica. Para explorar tal lacuna, o presente artigo busca analisar criticamente a comunicação visual da COP30, propondo diretrizes decoloniais e antirracistas. Tomando como base a semiótica visual e perspectivas decoloniais, foi realizada uma pesquisa qualitativa exploratória, por meio de revisão bibliográfica e análise documental de perfis oficiais e independentes. Os resultados indicaram uma sistemática invisibilidade da identidade negra amazônica nos canais oficiais, operando como um silêncio semiótico. Como principal contribuição, este artigo apresenta à literatura a importância do design gráfico como ferramenta de transformação social, oferecendo diretrizes para uma comunicação visual mais justa e representativa, capaz de fortalecer a economia criativa local.

PALAVRAS-CHAVE: design gráfico; semiótica; identidade negra amazônica; design decolonial; design antirracista.

ABSTRACT

For a long time, research in graphic design and visual communication focused on aesthetic and functional aspects, neglecting the representation of diverse cultural identities. However, the persistence of Eurocentric paradigms perpetuates the invisibility of groups such as the black Amazonian population. To explore this gap, this article aims to critically analyze the visual communication of COP30, proposing decolonial and anti-racist guidelines. Based on visual semiotics and decolonial perspectives, an exploratory qualitative research was conducted through bibliographic review and documentary analysis of official and independent profiles. The results indicated a systematic invisibility of black Amazonian identity in official channels, operating as a semiotic silence. As the main contribution, this article presents to the literature the importance of graphic design as a tool for social transformation, offering guidelines for a fairer and more representative visual communication, capable of strengthening the local creative economy.

KEYWORDS: graphic design; semiotics; amazonian black identity; decolonial design; anti-racist design.

INTRODUÇÃO

A Conferência das Partes da Convenção das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, denominada COP, destaca-se como um evento de relevância mundial, congregando múltiplos segmentos sociais para o diálogo sobre estratégias climáticas. A realização da COP30 em Belém do Pará, Brasil, em novembro de 2025, confere-lhe uma dimensão adicional, ao colocar em evidência uma região de vasta biodiversidade e rica diversidade cultural.

Nesse cenário de visibilidade global, a comunicação visual e o design gráfico assumem um papel estratégico como ferramentas poderosas na formação de percepções públicas e na construção de narrativas que influenciam diretamente as políticas culturais e sociais, moldando a maneira como eventos, regiões e comunidades são compreendidos e representados.

Historicamente, o design gráfico tem sido reconhecido por sua capacidade de atuar como agente de transformação coletiva, propagando mensagens e influenciando opiniões e comportamentos. Contudo, essa disciplina, em muitas de suas aplicações, tem sido moldada por padrões eurocêntricos, o que, com frequência, resulta na marginalização de identidades culturais não-hegemônicas. Essa tendência se manifesta de forma acentuada na comunicação institucional, que tende a adotar narrativas uniformes, desconsiderando a diversidade cultural. Tal prática perpetua e reforça históricos processos de exclusão, especialmente no que tange à representação da população negra, seja por meio de sua omissão ou de representações estereotipadas.

Tais práticas de invisibilização e estereotipagem têm um impacto direto e profundo na formação da identidade, particularmente entre jovens negros. Ao não se verem representados ou ao serem representados de forma distorcida, sua autoestima e senso de pertencimento podem ser negativamente afetados, contribuindo para a naturalização de um cenário excludente.

A relevância deste estudo é ainda mais acentuada pela intrínseca relação entre linguagem visual e economia criativa. A sub-representação de identidades negras no contexto amazônico, por exemplo, limita o potencial de crescimento da economia criativa local, que depende da diversidade cultural como um de seus principais ativos para a inovação e o desenvolvimento sustentável.

Apesar da crescente discussão sobre diversidade e inclusão, ainda há uma lacuna significativa na pesquisa sobre como o design gráfico pode, de fato, perpetuar ou desafiar essas invisibilidades. Especialmente no contexto amazônico, onde a riqueza cultural é frequentemente ofuscada por paradigmas hegemônicos, a investigação aprofundada sobre as dinâmicas de identidade e poder no design é premente.

Diante desse contexto, emerge a questão central que guia esta pesquisa: Como a comunicação visual da COP30 pode promover a inclusão da identidade negra amazônica, influenciando a percepção pública e o potencial da economia criativa local, enquanto desafia padrões históricos de exclusão no design gráfico institucional brasileiro?

Este trabalho se justifica pela necessidade premente de reavaliar e transformar as práticas de design gráfico em eventos de grande repercussão como a COP30. O objetivo geral é realizar uma análise crítica da comunicação visual do evento, avaliando seus impactos na percepção pública e na economia criativa local, e formular diretrizes para uma abordagem visual decolonial e antirracista.

Para tanto, os objetivos específicos incluem: a) investigar os mecanismos que sustentam a hegemonia branca no design gráfico institucional brasileiro; b) identificar práticas de design decolonial que favoreçam a inclusão de narrativas negras no contexto amazônico; c) analisar a influência da linguagem visual da COP30 na percepção pública sobre a cultura negra amazônica e seus produtos criativos; d) elaborar recomendações para uma comunicação visual mais equitativa e diversa.

O lócus desta pesquisa é a comunicação visual da Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP30), com foco em sua realização na cidade de Belém do Pará, Brasil. A análise será conduzida sobre os materiais de comunicação oficial da COP30, bem como em perfis independentes que abordam a temática, permitindo uma análise do contraste entre as narrativas institucionais e as autônomas.

A abordagem metodológica adotada neste estudo é de natureza qualitativa e exploratória, fundamentada em uma revisão bibliográfica abrangente, uma análise documental e análise semiótica, tendo como objetivo investigar a representação da cultura negra amazônica na comunicação visual da COP30, assim como as nuances da decolonialidade, representatividade e do protagonismo negro. A análise empírica envolveu a coleta e interpretação de imagens e descrições da identidade visual da COP30, sob um olhar atento ao site do governo federal, nos perfis oficiais da COP30 na Amazônia, e no do Governo do Pará e num perfil independente (Projeto O Jeito Que É Nosso), aplicando princípios semióticos e, assim, identificar padrões que enriquecem a discussão sobre eurocentrismo e invisibilidade no design gráfico institucional.

Isto posto, o presente artigo está estruturado em seções que abordam a fundamentação teórica que alicerça a análise, os procedimentos metodológicos empregados na coleta e interpretação dos dados, a apresentação e discussão dos resultados obtidos, e, por fim, as considerações finais, que sintetizam as descobertas e apontam para futuras direções de pesquisa.

DESIGN GRÁFICO, COMUNICAÇÃO VISUAL E SEMIÓTICA

O estudo do design gráfico, que por muito tempo se viu confinado a uma análise primordialmente estética e funcional, tem experimentado uma notável expansão conceitual. Essa evolução resultou em uma compreensão mais abrangente de seu papel na sociedade contemporânea, marcando uma transição paradigmática fundamental. Tal mudança reflete o reconhecimento crescente do design como uma prática social e política, que transcende a mera finalidade mercadológica para se firmar como uma ferramenta estratégica de comunicação e intervenção social.

Ao transcender sua dimensão puramente estética, conforme apontam Souza e Fialho (2022) o design gráfico revela-se, de fato, como uma prática profundamente vinculada à formação de identidades e à construção de narrativas. Sob esse prisma, desafia-se a concepção reducionista de que o design se limita a propósitos comerciais, reconhecendo-o como um potente instrumento de transformação social. Essa perspectiva é solidamente reforçada por Braga (2019) em sua obra seminal sobre o papel social dessa profissão, no qual mapeia conceitos fundamentais, que delineia a evolução da disciplina para além de sua função comercial, enfatizando a articulação de discursos ativistas e na mediação entre mensagem e público.

Rocha (2020) corrobora essa visão ao destacar que, ao dialogar com demandas sociais prementes, o design potencializa a propagação de mensagens e a influência sobre opiniões e comportamentos, consolidando-se, assim, como um agente de transformação coletiva. Essa capacidade de mediação e de impacto na esfera pública confere ao design um papel central na construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Adicionalmente, observa-se que o design se insere no campo político de formas diversas, extrapolando as campanhas partidárias e consolidando-se como um instrumento fundamental para a prática política (Magro; Moura; Henriques, 2021). Nessa lógica, o designer não é apenas um executor técnico, mas um facilitador de debates e discussões, assumindo uma responsabilidade social, cultural e profissional pelo impacto de seu trabalho na cidadania e na esfera pública. Essa visão amplia significativamente o escopo de atuação desse profissional, conferindo-lhe um protagonismo na construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Em consonância com a compreensão do design como prática social e política, Pimenta (2020) relata que emerge o chamado "design ativista" como uma vertente que busca uma atuação politizada diante dos desafios contemporâneos. Essa linha de pesquisa e prática reconhece o potencial intrínseco do design em dar voz a grupos historicamente marginalizados

e em utilizar recursos semióticos para criar sentidos, representações e mobilização social.

O design ativista, ao encontrar nas redes sociais um espaço privilegiado para a disseminação de discursos, amplia exponencialmente sua capacidade de alcançar e engajar públicos. Essa atuação politizada, conforme discutido por autores como Pimenta (2020), Rocha (2020) e Acioli (2023) não se restringe à mera estética, mas se manifesta na criação de narrativas visuais que buscam a transformação social. Nesse contexto, o design socialmente engajado destaca-se por sua atuação em prol de causas sociais, fomentando discussões, promovendo reflexão crítica e estimulando mudanças de comportamento (Muniz, 2021).

Em diálogo com essa vertente, o "design social" propõe uma abordagem criativa aliada a um olhar sociológico, funcionando como um instrumento de esperança para a melhoria coletiva (Corat, 2017). Dessa maneira, o design se apresenta como uma alternativa poderosa para enfrentar problemas sociais complexos, como o preconceito e a invisibilidade, e para estimular a participação ativa em uma sociedade em constante transformação. Para Bonfim (2020) a capacidade do design de articular questões raciais, ambientais e de afirmação cultural na Amazônia e em outros contextos demonstra seu potencial em promover a consciência social e a afirmação de identidade, como evidenciado por diversas iniciativas.

No que tange à formação de identidades e narrativas, o design gráfico assume o papel de articulador semiótico, capaz de criar representações que influenciam o indivíduo e possibilitam a expressão de opiniões e posicionamentos políticos. A semiótica visual, enquanto campo de estudo, oferece um arcabouço teórico robusto para a análise de como esse profissional constrói significados e narrativas, permitindo decifrar como as imagens podem perpetuar ou desafiar estruturas de poder e exclusão.

Peirce (2005) inaugura essa discussão fundamental ao propor a teoria triádica do signo[4], distinguindo ícone, índice e símbolo. Essa classificação, que se tornou um marco teórico para a semiótica, permite analisar como diferentes elementos visuais comunicam sentidos de maneiras diversas, indo além da mera aparência. O ícone, baseado na semelhança (como um retrato), o índice, ancora-se em uma conexão física ou causal (como a fumaça que indica fogo), e o símbolo, alicerçado em convenção social (como as palavras de uma língua), ampliam a leitura dos processos de significação presentes nas imagens e grafismos. Ao tratar da relação

[4] A triadicidade do signo em Peirce assenta-se em suas categorias fenomenológicas universais: Primeiridade (qualidade pura, possibilidade, associada ao ícone), Secundidade (existência, reação, associada ao índice) e Terceiridade (lei, mediação, associada ao símbolo). Esse processo dinâmico de produção de sentido, que Peirce denominou semiose, enfatiza que o signo não é uma entidade estática, mas um processo contínuo que gera novos interpretantes, refletindo a natureza dinâmica da compreensão na comunicação visual. Essa perspectiva é crucial para entender como o design não apenas representa, mas ativa e transforma significados.

entre o objeto representado e o interpretante, Peirce antecipa a complexidade dos sentidos que podem ser acionados no campo do design.

Dialogando com essa perspectiva, Barthes (2009) aprofunda o debate ao distinguir entre denotação e conotação[5], ressaltando que as imagens não apenas transmitem significados literais (denotação), mas também carregam associações culturais, ideológicas e afetivas (conotação). O autor vai além ao introduzir a noção de mito, mostrando como valores e narrativas naturalizadas se ocultam sob a superfície dos signos visuais, adquirindo um significado naturalizado que esconde sua construção social e histórica. Enquanto Peirce enfatiza as relações formais e lógicas do signo, Barthes evidencia o potencial ideológico e social das imagens, ampliando o alcance da análise semiótica.

Greimas (1983), por sua vez, propõe o modelo actancial[6], uma ferramenta da semiótica estrutural que permite mapear as funções e relações entre os atores presentes nas narrativas visuais. Esse modelo dialoga tanto com Peirce, ao estruturar as relações entre elementos da narrativa, quanto com Barthes, ao considerar a construção de sentidos e papéis sociais. Dessa forma, Greimas oferece uma ferramenta para compreender como sujeitos, coletivos e símbolos são representados e como se distribui a agência nas composições gráficas, revelando dinâmicas de protagonismo, exclusão ou conflito. No design gráfico, o modelo permite mapear como diferentes atores sociais, símbolos ou elementos visuais ocupam papéis de protagonismo, apoio ou oposição nas narrativas construídas pelas imagens, facilitando a compreensão das dinâmicas de poder, exclusão ou valorização presentes nas mensagens visuais.

Na sequência desse debate, Hodge e Kress (1993) introduzem a perspectiva da semiótica social, que, embora se aproxime do modelo actancial de Greimas ao considerar as práticas sociais e os contextos de produção dos signos, enfatiza ainda mais as relações de poder, dominação e resistência presentes na comunicação visual. Para esses autores, os signos visuais não são neutros: eles são produzidos, interpretados e disputados em contextos sociais marcados por relações de poder. Isso significa que toda imagem carrega, além de seu significado aparente, valores, ideologias e intenções que refletem (ou desafiam) estruturas sociais, políticas e

[5] A semiologia de Barthes, fortemente influenciada pela linguística estrutural de Ferdinand de Saussure, expande a análise do signo para além de sua estrutura interna, focando em sua inserção social e ideológica. O conceito de mito, central em sua obra “Mitologias”, revela como a semiologia se torna uma ferramenta crítica para desvelar as construções ideológicas que se apresentam como "naturais" na cultura de massa, convidando o leitor a uma "desmistificação" dos discursos e das imagens.

[6] O modelo actancial de Greimas, inspirado na morfologia do conto de fadas de Vladimir Propp, é uma das ferramentas centrais de sua semiótica gerativa do sentido. Ele permite não apenas identificar os papéis desempenhados pelos elementos visuais em uma narrativa, mas, crucialmente, desvelar as estruturas profundas de sentido que atribuem ou negam agência a determinados sujeitos ou conceitos. No contexto do design, essa análise é fundamental para compreender como a representação visual constrói hierarquias, protagonismos e, notadamente, invisibilidades, ao definir quem são os 'atores' e 'não-atores' de um discurso.

culturais. Assim, analisar imagens é também analisar quem tem o poder de produzir sentidos e para quem esses sentidos são dirigidos. A semiótica social complementa e tensiona as abordagens anteriores, ao trazer para o centro da análise as questões de contexto, história e política.

Por fim, Lúcia Santaella (2002) é uma figura central na semiótica contemporânea, articulando os fundamentos clássicos de Peirce com abordagens atuais. Sua obra não apenas propõe uma visão dinâmica da semiose, no qual signos, intérpretes e contextos interagem, mas também oferece uma chave de leitura essencial para a compreensão e aplicação das complexas teorias de pensadores como Peirce, Barthes e Greimas. Essa capacidade de sistematização e elucidação permite que a análise semiótica do design gráfico vá além dos aspectos formais, integrando dimensões culturais e sociais, o que se mostra crucial em contextos de disputa simbólica e afirmação identitária.

Nesse sentido, a semiótica visual oferece instrumentos essenciais para examinar como imagens, grafismos, tipografias e cores atuam como signos, construindo sentidos e influenciando a interpretação do receptor (Peirce, 2005). Barthes (2009) complementa ao ressaltar que esses elementos, ao assumirem função de representação, podem adquirir conotação ideológica, introduzindo valores e razões na leitura da imagem. A teoria da cor se mostra fundamental, pois a cor, além de elemento composicional, afeta profundamente a percepção, as emoções e as reações do público (Prado, 2020). Linden (2011) acrescenta que o preto, por exemplo, pode estar ligado à identidade, ao orgulho racial e ao movimento antirracista, demonstrando o potencial simbólico das escolhas cromáticas.

DESIGN E DECOLONIALIDADE

A decolonialidade[7] em design surge como uma resposta crítica e transformadora, tensionando certezas e modos de atuação tradicionais do designer em processos de transformação das situações de exclusão (Quijano, 2005). Essa abordagem busca desmantelar as estruturas de poder, saber e ser impostas pela colonialidade, ou seja, pelas hierarquias e padrões de dominação estabelecidos desde a colonização das Américas, que persistem nas formas modernas de organização social, política, econômica e cultural, perpetuando

[7] A decolonialidade, enquanto campo de pensamento e ação, difere da descolonização por não se restringir à superação formal do colonialismo político. Ela propõe uma crítica radical às estruturas de poder, saber e ser que foram forjadas e perpetuadas pela colonialidade, buscando desativar as lógicas eurocêntricas e construir epistemologias e práticas a partir das margens, valorizando as cosmovisões e experiências subalternizadas.

desigualdades, exclusões e epistemologias eurocêntricas.

Nessa abordagem, busca-se desafiar e subverter normas, convenções e linguagens dominantes, lutando pela inclusão e pela representação da diferença e da marginalidade. Quijano (2005), com sua teoria da colonialidade do poder, expõe como as estruturas coloniais persistem nas relações sociais e de conhecimento. Maldonado-Torres (2007), ao abordar a colonialidade do ser, aprofunda a crítica às normas dominantes e à necessidade de inclusão e representação da diferença, reforçando que a decolonialidade desafia o universalismo abstrato e as generalizações ontológicas e epistemológicas, expondo a invisibilidade e o silenciamento de povos, saberes e histórias subjugados.

O pensamento decolonial aplicado ao design propõe uma revisão da história do campo, tradicionalmente centrada nas grandes metrópoles europeias e estadunidenses, o que resultou na inferiorização das tradições visuais de outros territórios, inclusive a Amazônia (Bernardino-Costa, 2013). Gondim (2007) acrescenta que práticas de design decoloniais e antirracistas buscam deslocar saberes subalternizados, especialmente das populações negras, do lugar de objeto para o de sujeito do conhecimento.

A luta antirracista no design, sob a ótica decolonial, exige o enfrentamento da hegemonia branca e do conhecimento excludente que prevalecem no ensino e na prática do design (Magro; Moura; Henriques, 2021). Freire (2005) destaca que isso implica não apenas reconhecer o racismo como estruturante do sistema colonial, mas também questionar a ausência de pessoas negras em posições de destaque, em bibliografias universitárias e em representações positivas na mídia e nos produtos culturais. O eurocentrismo, que é a crença de que tudo o que vem da Europa, por exemplo, ideias, estilos, modos de fazer é melhor ou mais importante do que o que vem de outros lugares do mundo, criou cânones e noções de “bom design” que relegam saberes indígenas e afro-amazônicos à categoria de “folclóricos” ou “artesanais” (Quijano, 2005), invisibilizando e desvalorizando formas legítimas e ricas de criatividade e cultura.

O design decolonial e antirracista na Amazônia não se limita a uma estética exótica ou folclórica, mas busca resgatar, valorizar e expressar a profundidade dos conhecimentos ancestrais e das lutas por reexistência das populações negras e afro-amazônidas (Muniz, 2021). Ao promover a autoria negra e criar narrativas que contestam discursos hegemônicos, o design se consolida como ferramenta crucial para a construção de um futuro mais justo e equitativo na região (Corat, 2017).

Desse modo, a realização da COP30 em Belém, em 2025, evidencia como o design gráfico, ao ser aplicado em materiais comunicacionais, pode assumir um papel crucial que vai

além da estética e funcionalidade. Gondim (2007) destaca que, ao projetar os holofotes globais sobre a Amazônia e sua diversidade étnico-racial, o design gráfico pode tanto perpetuar quanto contestar invisibilidades, afetando a percepção do público e a economia criativa local (Moscovici, 1961).

Diante desse cenário, torna-se fundamental analisar como a ausência ou a presença tímida de elementos visuais que representam a identidade negra se manifesta em imagens, grafismos, tipografias, ilustrações e paletas de cores, bem como o impacto dessa construção visual sobre o público consumidor (Haslam, 2010). A ausência de representação negra nos materiais gráficos, como Althusser (1970) e o *First Things First Manifesto 2000* (Garland, 1964; Ad Busters, 1999)[8] sugerem, perpetua a invisibilidade dessas populações. Assim, a mídia e o design têm historicamente disseminado imagens e discursos distorcidos, apresentando afrodescendentes de forma negativa ou simplesmente os omitindo, quando não estereotipados.

O design gráfico institucional brasileiro, como França e Carvalho (2022) analisam, frequentemente reflete uma hegemonia branca e eurocêntrica. A COP30 em Belém é um contexto em que o design pode influenciar significativamente a percepção pública e a economia criativa local. A invisibilidade da identidade negra na comunicação visual da COP30 impacta a construção de identidade, especialmente entre jovens negros, como discutido por Vieira e Oliveira (2024). A inclusão intencional de elementos culturais negros nos materiais de comunicação, como sugere Bonfim (2020), é crucial para uma representação justa e plural.

O impacto dessa construção visual é multifacetado: para o público externo, especialmente participantes da COP30 e audiência global, a invisibilidade reforça estereótipos e visões idealizadas da Amazônia (Homma, 2024). Para Neves (2021) as populações locais, sobretudo comunidades negras, indígenas e tradicionais, a ausência ou sub-representação nas imagens oficiais pode ser desumanizadora, acentuando a sensação de não pertencimento e exclusão em relação a um evento que ocorre em seu próprio território.

A identidade visual negra amazônica, nesse contexto, revela-se como um fenômeno multifacetado, construído a partir das ancestralidades africana e indígena e das experiências históricas e culturais vividas no território (Vieira; Oliveira, 2024). Damasceno (2018) ressalta

[8] Escrito em 1963 e publicado em 1964 por Ken Garland juntamente com outros 20 designers, fotógrafos e estudantes, o manifesto foi uma reação à sociedade firme da Grã-Bretanha dos anos 1960 e clamava por um retorno a um aspecto humanista do design. Ele atacou as produções rápidas e muitas vezes triviais da publicidade convencional, chamando-as de triviais e demoradas. Sua solução foi concentrar os esforços do design na educação e em tarefas de serviço público que promovessem a melhoria da sociedade. A influência do manifesto foi rápida para alcançar um amplo público e foi captada pelo The Guardian, o que levou a uma aparição na TV de Garland em um programa de notícias da BBC e sua subsequente publicação em uma variedade de jornais, revistas e jornais.

que tal identidade se manifesta em múltiplas expressões, desde práticas mágico-religiosas em terreiros e casas de santo, que funcionam como lócus de memória e resistência, até a produção artística tradicional, como a "afro-indígena-marajoara".

A comunicação visual tem desempenhado um papel primordial na reversão da invisibilidade histórica dessas comunidades (Neves, 2021). Um exemplo emblemático é o projeto "(RE)Conhecendo a Amazônia Negra", da fotógrafa Marcela Bonfim, que contribui para a criação de narrativas visuais afirmativas, destacando a presença negra na região e utilizando a fotografia como meio de valorização cultural (Bonfim, 2020). Elementos visuais específicos, como os símbolos Adinkra[9], originários dos povos Akan da África Ocidental, podem ser acionados na construção dessa identidade visual (Linden, 2011). Prado (2020) complementa ao afirmar que o uso contemporâneo desses símbolos reforça a conexão com a ancestralidade e a afirmação identitária, promovendo um design que dialoga com as raízes culturais.

CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN PARA A ECONOMIA CRIATIVA NA AMAZÔNIA

A economia criativa no Brasil foi concebida com fundamentos que incluem a inclusão social, a sustentabilidade, a inovação e a diversidade cultural, reconhecendo as culturas populares, indígenas e afro-brasileiras como campos produtivos deste setor (Magro; Moura; Henriques, 2021). Entretanto, conforme apontado por Althusser (1970) quando a identidade visual negra está ausente ou sub-representada no mercado criativo, os produtos e serviços que a incorporam tendem a ter menos visibilidade. Isso impacta diretamente a capacidade de artistas, designers e empreendedores negros acessarem oportunidades econômicas e serem reconhecidos por sua produção cultural.

Por outro lado, a promoção ativa da diversidade na Economia Criativa, incluindo a valorização da identidade visual negra, abre novas oportunidades de mercado (Bonfim, 2020). Projetos que criam marcas e identidades visuais para instituições e causas ativistas ligadas a populações vulnerabilizadas, ou que desenvolvem produtos ilustrados com temas relevantes, podem gerar renda adicional e aumentar a visibilidade e credibilidade dessas iniciativas (Neves,

[9] Os símbolos Adinkra são um conjunto de ideogramas visuais originários dos povos Akan de Gana e da Costa do Marfim, na África Ocidental. Cada símbolo possui um significado específico, representando conceitos, provérbios, aforismos, eventos históricos ou ideias filosóficas. Tradicionalmente utilizados em tecidos (especialmente para funerais), cerâmicas e arquitetura, esses símbolos são hoje amplamente empregados no design contemporâneo como forma de expressar sabedoria ancestral, identidade cultural e resistência, conectando o presente às ricas tradições africanas.

2021).

Assim, a geração de valor cultural e econômico dentro da Economia Criativa amazônica depende, em grande medida, da capacidade do mercado e das políticas públicas de reconhecer e promover ativamente a produção de design e as expressões visuais que representam a identidade negra em sua complexidade (Vieira; Oliveira, 2024). O design, ao incorporar e celebrar a identidade visual negra, torna-se um agente de promoção econômica, reconhecimento cultural e empoderamento para as populações afro-amazônidas (Prado, 2020).

A presente pesquisa se posiciona na intersecção de diferentes linhas de investigação que abordam o design e a representação. Nossa abordagem se distingue por não apenas identificar a ausência de representação, mas por analisá-la semioticamente como um "silêncio" que naturaliza a exclusão, e por propor diretrizes decoloniais e antirracistas para reverter esse quadro. Posicionamo-nos, portanto, em uma linha que busca não só descrever, mas também intervir e propor transformações nas práticas de comunicação visual.

Nos últimos anos, diversos trabalhos empíricos têm fortalecido o argumento central desta pesquisa, ao evidenciar a persistência da invisibilidade e a necessidade de abordagens mais inclusivas no design. A análise da hegemonia branca no design por França e Carvalho (2022), por exemplo, fornece evidências empíricas sobre a exclusão de referências não-brancas, o que diretamente sustenta a problemática da invisibilidade negra. Da mesma forma, estudos sobre o design ativista, como os de Rocha (2020) e Pimenta (2020), mostram como a prática visual pode ser mobilizada para dar voz a minorias, oferecendo direcionamentos práticos para a inclusão de narrativas negras.

Sendo assim, a comunicação visual institucional de eventos como a COP30 deve promover a diversidade e não reforçar exclusões. Por isso, Linden (2011) reforça como é fundamental que haja intencionalidade na inclusão da autoria negra e indígena, no uso de elementos visuais que reflitam a riqueza das culturas afro-amazônicas e na construção de narrativas que apresentem as populações locais como sujeitos de sua própria história.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo se define como uma pesquisa qualitativa e exploratória estruturada por meio de revisão bibliográfica e análise documental, com o objetivo de investigar a representação da cultura negra amazônica na comunicação visual da COP30. As fontes de pesquisa abrangeram Revisão de Literatura, onde foram consultados livros, artigos científicos, teses e produções digitais especializadas, decolonialidade, representatividade e protagonismo negro. A busca foi conduzida em bases de dados acadêmicas como Google Acadêmico, SciELO e Portal de Periódicos da CAPES, além de fontes independentes relevantes para o debate.

Foi realizada análise documental e análise semiótica, em que foi realizada coleta de imagens e descrições da identidade visual da COP30 nos perfis oficiais @cop30naamazonia[10] e @governopara[11], bem como no site GOV.br[12]. A análise semiótica aplicada a esses materiais permitiu avaliar criticamente como os elementos visuais reforçam ou subvertem a representação da identidade negra amazônica. Como contraponto à comunicação oficial, realizou-se uma análise comparativa circunscrita especificamente a postagens do perfil independente @ojeitoqueenossso[13], que abordavam diretamente a COP30, incluindo coberturas de eventos acadêmicos vinculados ao tema. Essa delimitação metodológica é crucial para evitar generalizações, uma vez que o perfil em sua totalidade contempla outras temáticas tais como, o empoderamento e empreendedorismo feminino, não relacionados ao objeto deste estudo. Do ponto de vista bibliográfico, priorizaram-se publicações entre 2019 e 2025, utilizando descritores alinhados aos eixos temáticos da pesquisa. A seleção dos perfis oficiais justifica-se pela necessidade de examinar a narrativa visual institucional hegemônica da COP30. Desse modo, optou-se por oferecer uma perspectiva alternativa, porém igualmente crítica sobre os limites e possibilidades da representação decolonial em espaços midiáticos.

Buscou-se adotar o método hipotético-dedutivo, confrontando suposições iniciais com as evidências coletadas. A análise interpretativa dos materiais visuais, especialmente a aplicação da semiótica, permitiu a identificação de padrões e argumentos para inclusão, enriquecendo a discussão sobre eurocentrismo e invisibilidade no design gráfico institucional.

Procedimentos Analíticos: (i) Revisão Bibliográfica no qual estabeleceu um embasamento teórico sólido; (ii) Análise Semiótica de Imagens que por sua vez buscou decifrar

[10] Disponível em: https://www.instagram.com/cop30naamazonia/
[11] Disponível em: https://www.instagram.com/governopara/
[12] Disponível em: https://www.gov.br/pt-br
[13] Disponível em: https://www.instagram.com/ojeitoqueenosso/

a comunicação visual da COP30 à luz da semiótica; (iii) Comparação Institucional vs. Independente, que buscou examinar e contrastar as narrativas visuais entre fontes oficiais e independentes.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

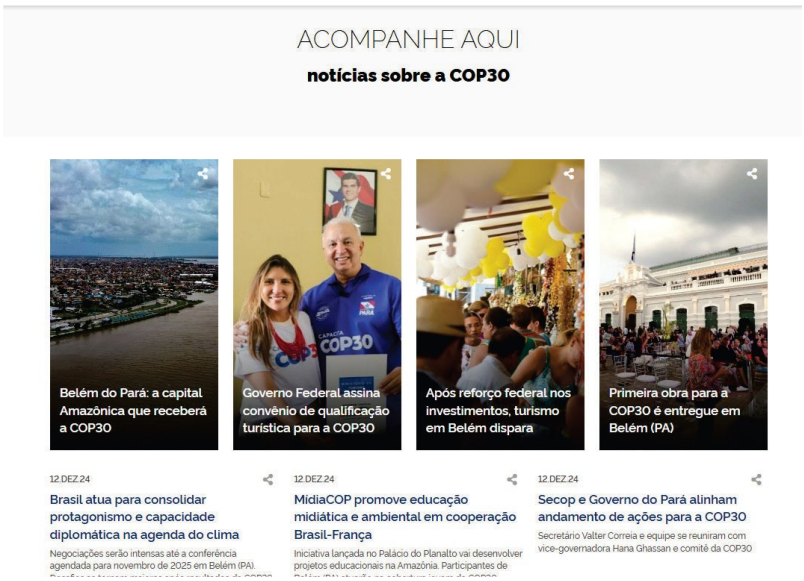
A presente seção dedica-se à apresentação e interpretação dos achados decorrentes da análise semiótica dos materiais de comunicação visual da COP30, abrangendo os perfis oficiais e a iniciativa independente selecionada. A investigação, pautada nos referenciais teóricos de Peirce, Barthes, Greimas, Hodge e Kress, e nas perspectivas decoloniais, revelou um padrão sistemático de invisibilidade da identidade negra amazônica, cujas implicações serão aqui detalhadas e discutidas.

A análise dos perfis oficiais da COP30, assim como o site GOV.br, o Instagram @cop30naamazonia e o @governopara evidenciou uma marcante e preocupante ausência de elementos visuais que remetam à identidade negra amazônica. Essa invisibilidade não se configura como um mero acaso, mas como um "silêncio semiótico" que permeia a narrativa institucional, operando em múltiplas camadas de significado.

No que tange ao site GOV.br, no período de janeiro a maio de 2024, revela um padrão consistente na representação visual que merece destaque crítico. Foram identificadas 18 publicações na seção dedicada ao evento, todas elas seguindo uma linha editorial que privilegia aspectos ambientais e institucionais em detrimento de representações culturais da população negra amazônica.

Como mostra a Figura 1 (captura da tela da página principal) a estética visual adotada pelo governo apresenta uma ausência total de elementos que remontam à presença e contribuição das comunidades negras da região. Todas as postagens analisadas se concentram exclusivamente em imagens de paisagens naturais como florestas e rios, ou mesmo, infraestrutura urbana relacionada ao evento, sem qualquer representação fotográfica de pessoas negras em contextos comunitários ou de participação ativa.

Figura 1 – Captura da tela da página principal do site oficial da COP30 do GOV.br



Fonte: Gov.br[14]

Do ponto de vista temático, os dados são reveladores, pois o conteúdo foca exclusivamente em questões como: (i) ambientais como sustentabilidade e tecnologias verdes, (ii) aspectos institucionais como agendas de autoridades e protocolos de cooperação. Nota-se a completa ausência de qualquer menção a patrimônios ou práticas culturais afro-amazônicas. Essa escolha editorial não é neutra.

À luz da semiótica de Barthes (2009), podemos identificar a construção de um "mito da neutralidade" no qual a universalização da paisagem como bem comum serve para apagar atores históricos específicos, transformando a exclusão em uma norma naturalizada. A aparente neutralidade do tom institucional, na verdade, revela-se carregada de conotações de poder e eurocentrismo, reforçando uma hegemonia branca estática.

Um exemplo emblemático dessa dinâmica pode ser visto na publicação de 15 de março de 2024, intitulada "COP30: Brasil sedia diálogo sobre desenvolvimento sustentável". Das 12 imagens que acompanham o texto, nove são de reunião, e nenhuma traz registros de comunidades quilombolas, ribeirinhos negros ou seus territórios. Essa opção reforça o que Hodge e Kress (1993) já identificavam como a capacidade dos arranjos visuais estáticos de reproduzir hierarquias de poder. Pois, o discurso apresentado, embora tecnicamente preciso em sua abordagem ambiental, opera uma exclusão epistêmica ao priorizar signos de "natureza intocada" e "gestão institucional", enquanto ignora completamente signos de "cultura viva" e

[14] Disponível em: https://www.gov.br/planalto/pt-br/agenda-internacional/missoes-internacionais/cop28/cop-30-no-brasil

"protagonismo negro" que podemos considerar como elementos essenciais para a construção de uma narrativa verdadeiramente decolonial sobre a Amazônia.

Sendo assim, a ausência de ícones (rostos), índices (práticas culturais) e símbolos (elementos identitários) relacionados à população negra amazônica, no âmbito Peirceano (Peirce, 2005), traduz-se em uma saturação de signos direcionados para a natureza e para o Estado, relegando o negro ao "não-ser" no imaginário oficial.

O perfil @cop30naamazonia, canal oficial de divulgação da COP30 no Instagram, apresenta uma linha editorial que, embora distinta em tom e propósito do portal GOV.br, mantém e até intensifica o apagamento visual das comunidades negras amazônicas. A análise das postagens entre janeiro 2023 e fevereiro de 2025 revela um padrão consistente onde a Amazônia é representada como espaço natural desprovido de agentes humanos, especialmente aqueles de identidade negra. A Figura 2, que mostra uma paisagem fluvial sem qualquer presença humana, sintetiza essa abordagem que privilegia elementos naturais e institucionais em detrimento da diversidade cultural da região.

Figura 2 - Capturas de tela de trechos de uma chamada para COP30

Fonte: Perfil @governopara no Instagram[15]

O perfil adota sistematicamente um tom promocional-institucional, com postagens que se dividem entre imagens de paisagens intocadas, infraestrutura do evento e raras aparições de autoridades majoritariamente brancas em contextos formais. Essa seleção visual não é neutra, como nos alerta Godim (2007), principalmente ao fetichizar a natureza e burocratizar a

[15] Disponível em: https://www.instagram.com/p/DIock5purlS/

representação humana, o perfil reforça uma narrativa que dissocia o ambiente biológico dos sujeitos históricos que o habitam e preservam. A composição horizontal e aberta das imagens de paisagem, como na Figura 2, cria uma sensação deliberada de vazio demográfico, como se a Amazônia fosse um território disponível para intervenções externas, em vez de um espaço vivido e construído por populações tradicionais.

A análise revela ainda como a paleta de cores oficiais (tons de verde e azul) e os elementos gráficos padronizados (logos, faixas institucionais) criam uma gramática visual que exclui a possibilidade de representações culturais plurais. Quando aparecem figuras humanas, são invariavelmente autoridades brancas em posições de poder, o que consolida o que a teoria de Quijano (2005) pois ecoa o decolonialismo, denominado por ele como "colonialidade do ver" ou seja, a naturalização de hierarquias raciais através do regime visual. A ausência total de rostos negros não é uma omissão casual, mas parte de uma estrutura discursiva que desconsidera a pluralidade étnica da Amazônia.

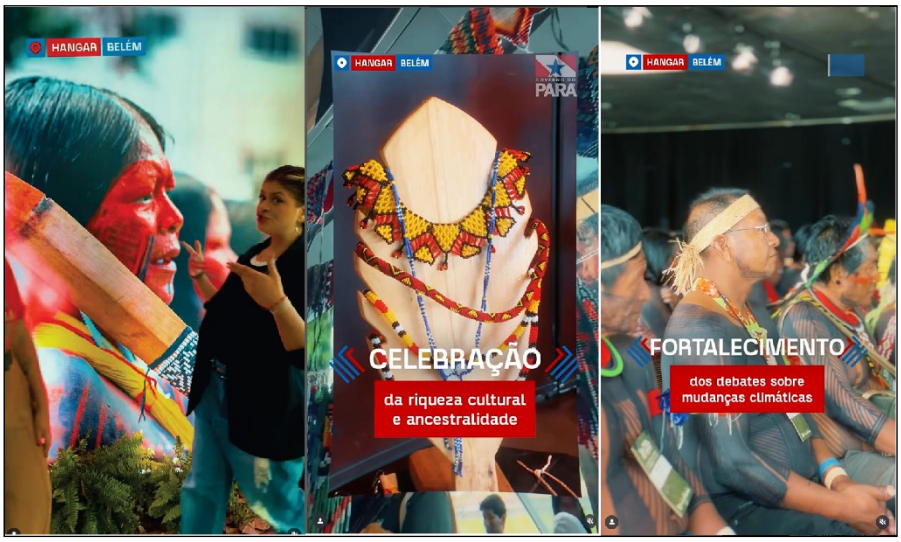
A comparação entre o perfil @cop30naamazonia e o site GOV.br revela um padrão comum de invisibilização das comunidades negras amazônicas, ainda que com estratégias distintas de representação. Enquanto o GOV.br opta por um apagamento explícito, ignorando completamente a presença negra em suas publicações oficiais, o @cop30naamazonia apresenta uma ausência mais estetizada, onde a paisagem natural e a infraestrutura do evento ocupam o lugar que deveria ser dedicado aos sujeitos históricos da região. Ambos os canais convergem na construção de uma narrativa que desassocia a Amazônia de seus habitantes tradicionais, tratando-a como um cenário a ser administrado, e não como um território vivo e culturalmente diverso.

O site GOV.br opera por meio de um discurso técnico e formal, com imagens que reforçam uma ideia de neutralidade – como se a ausência de corpos negros fosse natural, e não uma escolha editorial. Já o Instagram oficial da COP30, ainda que adote um tom mais moderno e visualmente atraente, reproduz a mesma lógica, mas com cores vibrantes e uma linguagem que mascara a exclusão sob a aparência de inovação. Um exemplo emblemático é o post de 22/05/2024, que menciona "comunidades ribeirinhas" no texto, mas as omite completamente na imagem, substituindo-as por uma paisagem fluvial ou por autoridades em trajes formais. Para Bernardino-Costa (2025) essa contradição entre o reconhecimento textual e a negação visual expõe a superficialidade do chamado "inclusivíssimo" institucional, onde a diversidade é citada, mas nunca de fato representada.

O perfil @governopara, também no Instagram, reitera o padrão de invisibilidade total da identidade negra amazônica. A representação fotográfica é ausente, e a mensagem

subliminar se concentra no enfoque em infraestrutura e paisagens, ou somente em imagem de indígenas, sem estabelecer interlocução com a comunidade negra amazônica. O tom de voz é institucional e promocional, destacando entregas de obras e eventos governamentais como por exemplo o evento que ocorreu no hangar. A Figura 3 extraída desse perfil, explica a ênfase em aspectos de mostrar o indígena e cenários, sem a presença de representações negras.

Figura 1 - Capturas de tela de trechos de uma divulgação de um evento COP30 no Hangar



Fonte: Perfil @governopara no Instagram[16]

A opção por narrativas visuais pautadas apenas em marcos arquitetônicos, indígenas e/ou cenários como visto na Figura 3, reforça uma lógica de poder hegemônico, na qual a população negra não assume sequer um papel actancial secundário, conforme o modelo de Greimas (1983). No arcabouço greimasiano, a ausência de sujeitos negros como "atores" (sejam eles sujeitos, objetos, destinadores, destinatários, ajudantes ou oponentes) na narrativa visual institucional significa que eles são completamente excluídos da estrutura de sentido e agência. Essa exclusão semiótica não apenas invisibiliza, mas também deslegitima a participação e a existência dessas comunidades no discurso oficial, contribuindo para a perpetuação de uma narrativa que prioriza o desenvolvimento material em detrimento da representação cultural e social.

Embora o perfil independente @ojeitoqueenossso se distancie do tom institucional e hegemônico observado nos canais oficiais, apresentando um discurso explícito de valorização local e empoderamento cultural, sua produção visual ainda reproduz um paradoxo significativo.

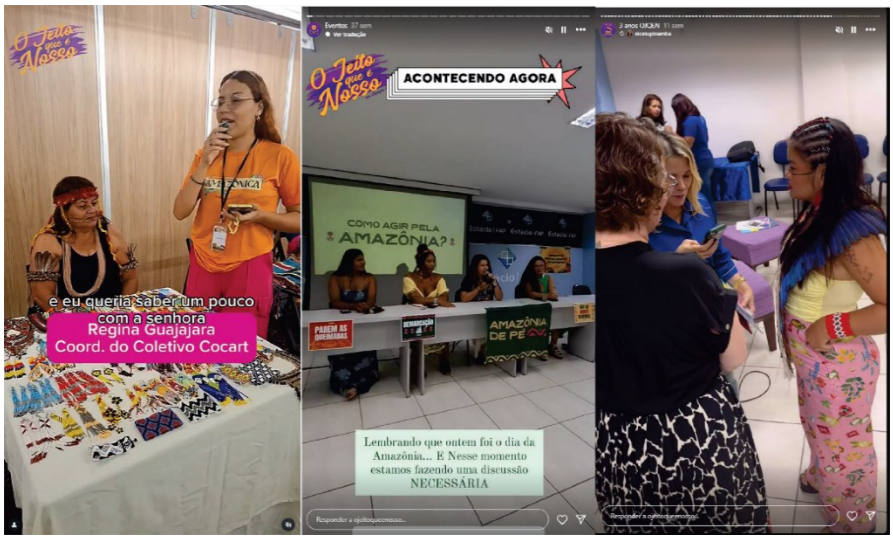
[16] Disponível em: https://www.instagram.com/p/DIjbIkzunyN/

Vale aqui conhecê-lo um pouco melhor.

Apresenta-se como uma iniciativa midiática independente que busca promover narrativas alternativas sobre a Amazônia, com ênfase no empoderamento comunitário e na valorização cultural. Com um tom de voz engajado e crítico, o perfil frequentemente aborda temas como economia criativa, lideranças femininas e direitos territoriais, posicionando-se como contraponto aos discursos hegemônicos sobre a região.

Ao analisar especificamente as 27 publicações relacionadas à COP30 no período de janeiro a maio de 2024, incluindo coberturas de eventos acadêmicos, observamos uma contradição significativa entre o discurso textual e a prática visual. A Figura 4 apresenta uma postagem em que apesar de seu discurso engajado e foco na valorização local, não exibe representações visuais de pessoas negras.

Figura 4 - Capturas de tela de trechos de um evento de cobertura pelo O Jeito Que É Nosso



Fonte: Perfil @ojeitoqueenosso no Instagram[17]

Enquanto a maioria das legendas fazem referência explícita a "comunidades tradicionais", "cultura afro-amazônica" ou "resistência negra", notamos a completa ausência de representações fotográficas de pessoas negras em situações de protagonismo como observado na figura 4. As imagens publicadas limitam-se a paisagens rurais, infraestrutura de eventos ou elementos gráficos genéricos, sem estabelecer conexões visuais claras com as populações negras da região. Esta contradição fica particularmente evidente na cobertura do debate "Economias Decoloniais na COP30" (12/03/2024), onde a postagem se restringe a mostrar o

[17] Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHoh70tuhFG/

letreiro do evento, sem incluir registros dos participantes negros que, conforme relatos, estiveram presentes. Essa opção editorial, mesmo não intencional, acaba por reproduzir o mesmo apagamento visual que o perfil busca combater em seu discurso.

Do ponto de vista semiótico apresentado por Santaella (2002), identificamos um claro descompasso entre os três níveis de significação: (i) no plano icônico, a ausência de representações fotográficas de corpos negros nega materialidade visual ao discurso de inclusão; (ii) no plano indicial, os elementos visuais utilizados não conseguem evocar de forma consistente as práticas culturais afro-amazônicas; (iii) no plano simbólico, a linguagem progressista empregada nas legendas não encontra correspondência na estética visual adotada.

Amparando-nos em Santaella (2002), este hiato representacional revela que mesmo iniciativas comprometidas com narrativas contra hegemônicas podem reproduzir, ainda que inconscientemente, padrões de invisibilidade racial. O caso do @ojeitoqueenossso demonstra como a superação do racismo estrutural na comunicação visual exige mais do que consciência discursiva, demanda também da adoção de protocolos editoriais intencionais que garantam a representação equitativa nos planos textual e imagético.

Essa observação é crucial, pois demonstra que a invisibilidade não é exclusiva de discursos hegemônicos ou institucionais. Ela pode se manifestar mesmo em espaços que se propõem a ser inclusivos, indicando a necessidade de um aprofundamento no "letramento racial" e na aplicação consciente de princípios de design decolonial e antirracista, conforme discutido por Corat (2017) e Freire (2005). A falta de rostos ou símbolos que representem a diversidade negra amazônica, mesmo em um contexto de valorização da cultura local, reforça a complexidade do desafio de construir narrativas visuais verdadeiramente plurais.

Dito isso, a análise conjunta dos canais oficiais e do perfil independente corrobora o achado principal da pesquisa: a não-representação da identidade visual negra amazônica não é um episódio pontual, mas um elemento constitutivo de uma narrativa institucional e comunicacional que se estende, em certa medida, até mesmo a iniciativas engajadas. A invisibilidade dos sujeitos negros amazônicos equivale a um silêncio semiótico que se manifesta pela ausência de ícones que ilustrem rostos, de índices que remetam a práticas culturais afro-amazônicas, e de símbolos que celebrem a pluralidade étnica da região.

No âmbito Peirceano, essa ausência se traduz em uma saturação de signos "direcionados para a natureza" e "para o Estado", relegando o negro ao "não-ser" no discurso visual. Barthes (2009) nos alerta que o mito, ao naturalizar o não-dito, faz com que a exclusão se apresente como norma, tornando a ausência da identidade negra amazônica uma "neutralidade branca" que universaliza a paisagem e os sujeitos. Greimas (1983) demonstra que,

em todas as narrativas, há papéis básicos – sujeito, objeto, auxílio, oponente – e, nestes perfis, o negro amazônico deixa de existir até mesmo como potencial perigo ou aliado, sendo completamente excluído da agência narrativa.

Hodge e Kress (1988) reforçam que o arranjo compositivo – enquadramentos, cores, tipografia – sustenta posições de poder. A hegemonia branca estática observada nos materiais oficiais do governo analisados é um reflexo visual de uma estrutura de poder que historicamente marginaliza e invisibiliza. O tom de voz institucional e aparentemente neutro, na verdade, revela-se carregado de conotações de poder e eurocentrismo, como discutido por Quijano (2005) e Maldonado-Torres (2007). As instituições se apresentam como mediadoras universais, sem interlocução real com grupos negros e indígenas, o que, em última instância, inviabiliza qualquer estratégia de comunicação que pretenda ser verdadeiramente plural.

A invisibilidade da identidade negra e indígena na comunicação visual da COP30 impacta diretamente a construção de identidade, especialmente entre jovens negros, como discute Moscovici (1961). A ausência de representação positiva e autêntica pode gerar um senso de não pertencimento e desvalorização cultural. Por outro lado, a inclusão intencional de elementos culturais negros nos materiais de comunicação, como sugere Bonfim (2020), é crucial para uma representação justa e plural, capaz de fortalecer a economia criativa local e promover o empoderamento das comunidades afro-amazônidas. A comunicação visual institucional de eventos como a COP30 deve, portanto, promover a diversidade e não reforçar exclusões, exigindo intencionalidade na inclusão da autoria negra e indígena e no uso de elementos visuais que reflitam a riqueza das culturas afro-amazônicas (Linden, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação, ao analisar a comunicação visual da COP30 sob a lente da invisibilidade da identidade negra amazônica, alcançou seu objetivo geral: analisar criticamente a comunicação visual do evento, investigando seus impactos na percepção pública e no desenvolvimento da economia criativa local, e, fundamentalmente, propor diretrizes para uma abordagem visual decolonial e antirracista no design de grandes eventos. Este objetivo foi atingido por meio de uma análise semiótica rigorosa dos materiais de comunicação, que permitiu desvelar as complexas dinâmicas de poder e representação que permeiam o campo do design gráfico.

Os principais resultados desta pesquisa revelam um padrão sistemático e preocupante de ausência da identidade visual negra amazônica nos canais oficiais da COP30, assim como o

site GOV.br, o Instagram @cop30naamazonia e o @governopara. Essa invisibilidade não se configura como um mero acaso, mas como um "silêncio semiótico" que permeia a narrativa institucional.

À luz da semiótica de Peirce (2005), essa ausência se traduz na carência de ícones, índices e símbolos que representem a população negra amazônica, relegando-a ao "não-ser" no discurso visual. Barthes (2009) nos auxilia a compreender que essa invisibilidade se naturaliza, transformando-se em um mito de "neutralidade branca" que universaliza a paisagem e os sujeitos, silenciando vozes e rostos que são intrínsecos à riqueza cultural da região. Adicionalmente, o modelo actancial de Greimas (1983) demonstrou que a população negra amazônica é completamente alijada da estrutura de sentido e agência nas narrativas visuais oficiais, não assumindo sequer um papel secundário.

Surpreendentemente, a análise de publicações relacionadas à COP30 do perfil independente @ojeitoqueenossso, embora se distancie do tom institucional e hegemônico observado nos canais oficiais, apresentando um discurso explícito de valorização local e empoderamento cultural, sua produção visual ainda reproduz um paradoxo significativo, com um tom de voz engajado e crítico, o perfil frequentemente aborda temas como economia criativa, lideranças femininas e direitos territoriais, posicionando-se como contraponto aos discursos hegemônicos sobre a região. Ao analisar especificamente as 27 publicações relacionadas à COP30 no período de janeiro a maio de 2024, observamos uma contradição significativa entre o discurso textual e a prática visual.

Assim esse perfil independente revelou um “hiato semiótico” similar, carecendo de representações visuais explícitas da identidade negra amazônica. Este achado é particularmente revelador, pois sugere que a invisibilidade não é um problema exclusivo de esferas institucionais ou hegemônicas, mas uma questão cultural e estrutural mais profunda, que demanda um letramento racial e uma aplicação consciente dos princípios de design decolonial e antirracista em todas as esferas da comunicação.

As contribuições deste estudo são multifacetadas e de grande relevância para o campo do design e dos estudos decoloniais. Primeiramente, a pesquisa oferece evidências empíricas concretas da invisibilidade visual da identidade negra amazônica em um evento de projeção global, preenchendo uma lacuna significativa na literatura. Em segundo lugar, ao aplicar um arcabouço teórico robusto, que integra a semiótica visual e as perspectivas decoloniais, o trabalho aprofunda a compreensão dos mecanismos pelos quais o design gráfico pode perpetuar ou desafiar estruturas de poder e exclusão. O estudo, assim, aponta para a necessidade preemente de uma abordagem visual decolonial e antirracista, e informa o desenvolvimento de

diretrizes para assim poder ser efetivado no dia a dia, oferecendo caminhos para a transformação e estimulando o debate sobre a representatividade negra e a estética na comunicação visual.

Contudo, é imperativo reconhecer as limitações inerentes a esta pesquisa. Por se tratar de um estudo de natureza qualitativa e exploratória, os resultados, embora aprofundados, não permitem generalizações quantitativas para outros contextos ou eventos. A análise se restringiu a um conjunto específico de materiais de comunicação visual (perfis de redes sociais e um website oficial) e a um período delimitado (janeiro de 2024 a maio de 2025). Essa delimitação temporal e de fontes pode não abranger a totalidade das estratégias comunicacionais da COP30.

Adicionalmente, o foco na análise semiótica dos materiais visuais, embora essencial, não incluiu estudos de recepção com o público-alvo, o que poderia oferecer uma compreensão mais completa sobre como as mensagens são percebidas e interpretadas pelas comunidades negras amazônicas. Por fim, como toda pesquisa que se posiciona criticamente, há um viés inerente à perspectiva decolonial e antirracista adotada, que busca desvelar e contestar as estruturas hegemônicas.

Em suma, este estudo não apenas confirmou a persistência da invisibilidade da identidade negra amazônica na comunicação visual de um evento de projeção global, mas também reforçou o papel crítico do design como um agente de transformação social. Que os achados e as reflexões aqui apresentadas sirvam como um catalisador para a adoção de práticas de design mais conscientes, éticas e inclusivas, contribuindo para a construção de um futuro em que a comunicação visual seja um espelho fiel da riqueza e da diversidade humana, reafirmando que Ser Negro é Ser Resistência.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, Thamyres Menezes. **Design gráfico e representatividade negra no livro ilustrado:** análise da obra Benedito. 2023. 103 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/12246 > Acesso em: 22 abril.. 2025.

AD BUSTERS. First Things First Manifesto 2000. 1999. Disponível em: <https://designmanifestos.org/first-things-first-2000-a-design-manifesto/> Acesso em: 08 maio 2025.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado:** nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1970.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso:** ensaios críticos. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BERNARDINO-COSTA, Joaze. Decolonialidade e pensamento social brasileiro: desafios e perspectivas. **Revista Sociedade e Estado,** v. 28, n. 1, p. 13-34, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69922016000100002 > Acesso em: 27 abril abr. 2025.

BONFIM, Marcela. **(RE)Conhecendo a Amazônia Negra:** fotografia, memória e identidade. Porto Velho: Edição da autora, 2020.

BRAGA, Marcos da Costa. **Papel social do design gráfico:** história, conceitos e atuação profissional. 1.ed. São Paulo: Senac, 2019.

CASTILHO, Juliana Abrão da Silva. Feira das Manas: economia criativa, empoderamento e sustentabilidade em Palmas/TO. 2024. 222f. Tese (Doutorado em Ciências do Ambiente) - Programa de Pós-Graduação em ciências do ambiente, Universidade Federal do Tocantins, Palmas,2024. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/handle/11612/6751> Acesso em: 15 set. 2024.

CORAT, Cristina de Souza. **Wawa aba:** o design gráfico inclusivo como ferramenta de empoderamento de jovens negras. 2017. 46 p. Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Design Gráfico) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/7b59fdb8-ed1a-4969-ace8-9d37ece1314f> Acesso em: 22 abril.. 2025.

DAMASCENO, Maria do Carmo. **O sagrado afro-amazônico:** terreiros, casas de santo e resistência cultural. Belém: Paka-Tatu, 2018.

EMMENDOERFER, M. L. et al. Empreendedorismo em políticas públicas no contexto da economia criativa brasileira. Revista Reuna, v. 26, n. 2, p. 91–110, 27 jun. 2021. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1271 >Acesso em: 7 jan. 2025.

FRANÇA, Daniela; CARVALHO, Ricardo Artur Pereira. A hegemonia branca e o conhecimento excludente no Design: uma análise sobre referências profissionais e bibliográficas. **Arcos Design,** Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 147–170, 2022. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/64266>Acesso em: 22 abr. 2025.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** 60. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

GARLAND, Ken. **First Things First Manifesto.** Londres, 1964. Disponível em: <https://eyeondesign.aiga.org/why-ken-garlands-first-things-first-manifesto-keeps-getting-updated/> Acesso em: 08 maio 2025.

GONDIM, Gisele Maria. Design gráfico e identidade amazônica: desafios e perspectivas. *In:* **Encontro Nacional de Design,** 7., 2007, Belém. Anais [...]. Belém: UFPA, 2007. p. 1-10. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/11ped-233/list/#articles> Acesso em: 18 abril abr. 2025.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica estrutural:** pesquisa de método. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1983.

HASLAM, Andrew. **O design gráfico no século XX.** São Paulo: Cosac Naify, 2010.

HODGE, Robert; KRESS, Gunther. **Semiótica social.** Tradução Trad. de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Contexto, 1993.

HOMMA, Alfredo. Amazônia pré-COP 30: quais os caminhos? **Revista de Política Agrícola,** v.33, n.0, p. e01988, 25 set. 2024. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.35977/2317-224X.rpa2024> Acesso em 19 dez. 2024.

LINDEN, Rafael. **Adinkra:** símbolos africanos e design gráfico. São Paulo: Annablume, 2011.

MAGRO, Mariana; MOURA, Larissa; HENRIQUES, Ana Paula. Design, identidade e economia criativa: desafios para a inclusão social. **Revista Brasileira de Design,** v. 14, n. 2, p. 45-62, 2021. Disponível em:< http://hdl.handle.net/10183/116252> Acesso em: 27 abril 2025.

MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre a colonialidade do ser: contribuições ao desenvolvimento de um conceito. *In:* CASTRO-GOMES, Santiago; GROSFOGUEL, Ramón (orgs.). **Descolonizar o saber, reinventar o poder.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2007. p. 127-148.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1961.

OUTROS: Blog Pretux. MUNIZ, Rodrigo. Raça e design: reflexões sobre impacto, equidade e inclusão. **Blog – Petrux. Medium.** 22 fev. 2021. Disponível em: <https://medium.com/pretux/ra%C3%A7a-e-design-reflex%C3%B5es-sobre-impacto-equidade-e-inclus%C3%A3o-c73b680ecc78>. Acesso em: 22 abril. 2025.

NEVES, Ana Carolina. **Comunicação visual e identidade negra na Amazônia:** desafios e possibilidades. Belém: UFPA, 2021.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 2005.

PIMENTA, Camila. Design ativista: práticas e discursos no Brasil contemporâneo. **Revista Estudos em Design,** v. 28, n. 1, p. 55-70, 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-de-protesto-o-design-como-ferramenta-semitica-da-atuao-ativista-contempornea-38166 >. Acesso em: 08 maio 2025.

PRADO, Luciana. **Psicologia das cores e identidade visual negra:** reflexões para o design contemporâneo. São Paulo: Blucher, 2020.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. *In:* LANDER, Edgardo (org.). **A colonialidade do saber:** eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005. p. 107-130. Disponível em: < https://ria.ufrn.br/123456789/1661 >. Acesso em: 02 maio 2025.

ALEIXO ROCHA, Cláudio Aleixo. Ilustração crítica e narrativas subversivas no design gráfico social. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design,** Florianópolis, v. 4, n. 3, p. 154–171, 2020. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/18150> Acesso em: 22 abr. 2025.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos:** semiose e pensamento. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

SOUZA, Felipe Machado de; FIALHO, Francisco A. P. Design gráfico e subjetividades: os significados intangíveis presentes na informação visual de anúncios publicitários de perfumes femininos. **História, Ciências, Saúde** – Manguinhos. v.29, n.3, p.705-725, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/ZTRy3hc7LkVMG69XvgfxnbR/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. il.2025.

VIEIRA, Manuela do Corral; OLIVEIRA, Amanda Santos de. Fórum das cidades amazônicas e as narrativas em torno das (i)materialidades sobre a Amazônia: (in)visibilidades em cenários de disputa. **Novos Cadernos NAEA**, [S.l.], v. 27, n. 2, ago. 2024. ISSN 2179-7536. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/15536/11238>. Acesso em: 8 maio. 2025.