

COMUNICAR PARA SUBVERTER: O DESIGN COMO DISPOSITIVO DE ENFRENTAMENTO POLÍTICO E DIÁLOGO POPULAR

MARIA EDUARDA DE SOUZA COSTA¹; DENISE MARCOS BUSSOLETTI²

¹*Universidade Federal de Pelotas 1 – dudac9361@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas 2 – denisebussolletti@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

A necessidade de compreender o design sob uma perspectiva decolonial, como propõe OKABAYASHI (2021), evidencia que essa prática não pode ser reduzida a um conjunto de soluções técnicas ou a um mero instrumento mercadológico, mas deve ser entendida a partir das condições históricas, culturais e políticas que a atravessam. Esse olhar descolonizado permite perceber que o design, ao longo da história brasileira, foi também um espaço de disputa simbólica, de resistência e de afirmação de identidades silenciadas. A comunicação visual, frequentemente subsumida à lógica da estética mercadológica, possui o potencial de se tornar um dispositivo político capaz de instaurar debates e tensionar narrativas hegemônicas, atuando como estratégia na construção de políticas sociais e na organização comunitária. O design, nesse contexto, atua como agente de mudança, apoiando e fomentando transformações culturais, contribuindo para a criação de novos valores e sentidos na sociedade, muitas vezes por meio de “conversas sociais” (MANZINI, 2015, p. 48), e fortalecendo vínculos coletivos.

Durante a ditadura civil-militar brasileira, a comunicação deixou de ser apenas informativa e passou a se configurar como campo estratégico de disputa simbólica. O Estado militar controlava rígida e sistematicamente veículos de comunicação, censurando conteúdos considerados subversivos e perseguindo jornalistas, artistas, educadores e estudantes. Nesse cenário, comunicar e criar artisticamente exigia coragem. Surgiram jornais alternativos, panfletos mimeografados, cartazes políticos, zines artesanais, murais e grafismos urbanos, formas gráficas clandestinas que carregavam denúncias, metáforas visuais e mensagens cifradas, operando em uma estética da urgência e da sobrevivência. Esse processo evidenciou que o trabalho do comunicador e do designer vai muito além da transmissão de informações, atuando como mediador entre discurso e desejo de transformação, construindo linguagens capazes de contornar a censura, despertar consciência coletiva e preservar memórias silenciadas.

Ainda que, no contexto contemporâneo, arte e design sejam áreas correlacionadas, mas com funções e métodos distintos, a arte voltada à expressão subjetiva e crítica e o design à mediação visual e funcional, naquele cenário de repressão, criar artisticamente e comunicar compartilhava a mesma dificuldade e coerção. Ambos eram pressionados pelo controle estatal, sujeitos à vigilância e à autocensura, enfrentando constantemente a ameaça de perseguição, prisão ou silenciamento, conferindo à produção visual e artística uma dimensão de risco, urgência e insurgência rara na história cultural brasileira.

Inspirados pelo papel histórico que o design e a comunicação visual desempenharam em contextos de repressão e censura, o Programa de Educação Tutorial PET Fronteiras: Saberes e Práticas Populares, reconhece o potencial dessas práticas como agentes de mudança social e cultural. O grupo se propõe a

desenvolver peças comunicacionais que vão além da função estética ou mercadológica, atuando como instrumentos de reflexão crítica, troca de saberes e valorização de memórias e experiências historicamente marginalizadas. Por meio de materiais gráficos, conteúdos digitais e produções audiovisuais, o grupo visa mediar processos educativos, estimular diálogos comunitários e ampliar o acesso a narrativas não hegemônicas, consolidando o design como gesto pedagógico, coletivo e estratégico, capaz de gerar impacto cultural e social significativo.

Pretende-se evidenciar como a linguagem visual do programa de educação, aplicada em redes sociais, materiais impressos e outros, promove reflexões sobre temas como racismo estrutural, pedagogias populares, ditadura civil-militar e cultura brasileira, em diálogo com saberes contra-coloniais. A relevância deste estudo reside na compreensão do design não apenas como linguagem estética, mas como prática política, socialmente situada e capaz de intervir em estruturas de poder simbólicas. Ao se distanciar de lógicas convencionais de comunicação que reduzem desejos a mercadoria e operam, segundo TOSCANI (1996), como um “cadáver que nos sorri”, o projeto do PET propõe modos alternativos de existência, escuta e engajamento comunitário. Nesse sentido, o design é abordado como instrumento de reorganização social, alinhando-se aos conceitos de MANZINI (2015), que concebe o design como ação coletiva voltada à inovação social, ao considerar o designer como agente de mudança. Além disso, o trabalho dialoga com as reflexões de MIANI (2024) sobre comunicação popular e comunitária como estratégia para políticas sociais e com CORDEIRO JÚNIOR ([s.d.]) sobre a estética decolonial em cartazes políticos, evidenciando como a produção visual pode intervir criticamente na organização simbólica e cultural da sociedade.

2. METODOLOGIA

As atividades comunicacionais do Programa de Educação Tutorial (PET) articulam-se através de um grupo multidisciplinar que reúne estudantes de diferentes cursos da Universidade Federal de Pelotas, atuando de forma coletiva e interdisciplinar na construção de ações que tensionam fronteiras sociais, culturais e epistêmicas, com ênfase na valorização dos saberes populares e das memórias de povos historicamente marginalizados. A estrutura de comunicação do grupo desempenha papel central na articulação dessas temáticas o grupo elabora conteúdos que problematizam o cotidiano e operam como dispositivos pedagógicos, alinhando-se com perspectivas que entendem o design como agente de transformação social e como prática que pode tensionar estruturas de poder simbólicas. As ações de comunicação foram concebidas com intencionalidade pedagógica e política, extrapolando o caráter meramente publicitário da divulgação institucional.

A proposta do grupo parte da premissa de que o design deve atuar como ferramenta crítica de mediação cultural, promovendo o engajamento da comunidade local em torno de práticas e reflexões sobre saberes populares, memória de povos marginalizados e múltiplas formas de resistência presentes na história brasileira TOSCANI (1996). Entre as atividades desenvolvidas, destacam-se a produção de cards informativos e educativos, elaborados com linguagem visual acessível e provocadora, abordando temas como educação popular, racismo estrutural, comunicação insurgente e ditadura civil-militar, articulados a partir de um olhar contra-hegemônico e decolonial. Esses materiais envolvem levantamento teórico, construção textual, diagramação e revisão, sendo posteriormente distribuídos em redes sociais, como Instagram (@petfronteiras) e

em espaços de circulação da universidade e urbanos quando possível a sua impressão e circulação.

O setor de comunicação também atua na produção de cartazes e materiais visuais que divulgam os projetos e ações coletivas do grupo, como rodas de conversa para debates sobre temas diversos e intervenções artísticas e culturais em ambientes urbanos de fácil acesso à comunidade. Todos os eventos promovidos pelo grupo são concebidos de forma livre e aberta, garantindo a participação tanto do público acadêmico quanto da população civil, fortalecendo o diálogo entre universidade e sociedade e ampliando o alcance das práticas de reflexão, aprendizagem e engajamento comunitário o público-alvo das ações inclui estudantes da UFPEL, moradores de Pelotas e região, coletivos culturais e educadores populares, com foco em pessoas negras, periféricas e envolvidas com práticas de educação não-formal, visando promover formação crítica e acesso a narrativas não hegemônicas. As atividades são pensadas para operar como mecanismos de formação crítica, provocando debates e ampliando o acesso a narrativas não hegemônicas.

Como afirma TOSCANI (2007, p. 30), “a publicidade deve repensar toda a sua comunicação, sua filosofia e sua moral, sob pena de afogar-se em seus babados. O capitalismo tem que se adaptar à nova situação: a sociedade de consumo não consome mais.” Essa crise da publicidade tradicional, apontada por Oliviero Toscani, revela a urgência de construir uma comunicação que reflita, que escute e que dialogue com os sujeitos historicamente excluídos do direito de produzir e circular seus próprios saberes. Nesse sentido, o trabalho do PET Fronteiras tensiona os limites da linguagem visual convencional ao colocar o design gráfico a serviço da crítica social, da formação política e da construção de outras narrativas possíveis.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A partir das atividades comunicacionais realizadas nas redes sociais do PET Fronteiras, foi possível promover visibilidade a produções, trajetórias e narrativas historicamente pouco reconhecidas, contribuindo para a ampliação do debate sobre diversidade cultural e memória social. A exibição de cinema no CineUFPEL, por exemplo, retratou a vivência indígena Tupinambá, possibilitando à comunidade acadêmica e ao público em geral um contato direto com experiências e saberes originários muitas vezes invisibilizados. Paralelamente, as publicações no Instagram fomentaram discussões sobre a memória da cultura preta pelotense, refletindo criticamente sobre quais aspectos dessa memória são preservados, como são transmitidos e de que forma se tornam reconhecidos ou marginalizados. A partir dessas ações, tornou-se evidente que o espaço digital pode funcionar como uma plataforma de circulação de narrativas alternativas, tensionando fronteiras epistemológicas e estéticas tradicionais, conforme sugerem CORDEIRO JÚNIOR ([s.d.]) e MANZINI (2015), ao apontarem o design como instrumento de intervenção social e de reorganização do imaginário coletivo.

O podcast *Fronteiras* desenvolvido pelo grupo expandiu ainda mais essa possibilidade de visibilidade, ao possibilitar a participação de pluralidades de vozes que comunicaram suas temáticas específicas, incluindo artistas, educadores populares, pesquisadoras acadêmicas e representantes de coletivos culturais. Essa diversidade de interlocutores permitiu que diferentes perspectivas, experiências e saberes fossem compartilhados, reforçando a comunicação como

ferramenta de resistência e de engajamento crítico. As estratégias de comunicação visual e digital adotadas pelo PET Fronteiras evidenciam que o design, quando orientado por princípios de justiça social e pedagogia popular, transcende o caráter meramente informativo ou estético. Ele atua como mediador de processos educativos e sociais, valorizando a memória de grupos historicamente marginalizados, estimulando o debate público e fortalecendo vínculos comunitários. Os resultados demonstram que a produção de conteúdos gráficos, audiovisuais e interativos possibilita não apenas a disseminação de informações, mas também a construção de um espaço crítico de reflexão, em que diferentes saberes e experiências se encontram, dialogam e potencializam práticas de resistência cultural e educação emancipatória.

4. CONSIDERAÇÕES

As atividades realizadas evidenciam o potencial do design e da comunicação visual como práticas coletivas, pedagógicas e socialmente engajadas. Ao extrapolar o caráter meramente informativo, essas produções tornam-se instrumentos de crítica, valorização de saberes populares e fortalecimento de identidades historicamente marginalizadas. O trabalho aponta ainda que a integração interdisciplinar promove aprendizagens coletivas e amplia o diálogo entre universidade e sociedade. Assim, ao articular memória, cultura e resistência, a comunicação e o design se afirmam como ferramentas estratégicas na construção de narrativas críticas e na promoção de transformações sociais duradouras.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORDEIRO JÚNIOR, Jean Carlos Meira. Design gráfico e movimentos sociais: uma análise da estética decolonial em cartazes políticos do livro *Sem Terra em Cartaz*. [s.d.]. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus Cabedelo.

MANZINI, Ezio. *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. Cambridge: MIT Press, 2015.

MIANI, Rozinaldo Antonio. A comunicação popular e comunitária como estratégia na luta por políticas sociais. *SER Social*, Brasília, v. 27, n. 56, 2024. DOI: 10.26512/ser_social.v27i56.55612. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/SER_Social/article/view/55612. Acesso em: 20 ago. 2025.

OKABAYASHI, Júlio C. T. Uma perspectiva decolonial para o design no Brasil: Design, eurocentrismo e desenvolvimento. São Paulo: Editora Sabiá, 2021. DOI: 10.53987/9786599492907.

PET FRONTEIRAS. Instagram: PET Fronteiras UFPEL. Disponível em: <https://www.instagram.com/petfronteirasufpel/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

TOSCANI, Oliviero. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Tradução de Luiz Cavalcanti de M. Guerra. 2. ed. Rio de Janeiro: Editouro, 1996.