

Design como ato de Visibilidade: reconectando sobrenomes, territórios e identidades no Brasil

Isadora Marcelle Oliveira Silva; Universidade do Estado de Minas Gerais;
<https://lattes.cnpq.br/5011265123972615>; isadora.0198295@discente.uemg.br

Mariane Braga Gonçalves; Universidade do Estado de Minas Gerais;
<https://lattes.cnpq.br/0780928972193898>; mariane.0197106@discente.uemg.com

Dra. Clara Santana Lins Cerqueira; Universidade do Estado de Minas Gerais;
<http://lattes.cnpq.br/2935843170927231>; claralins.uemg@gmail.com

Resumo

Este artigo aborda como o sobrenome que foi criado para diferenciar indivíduos na sociedade, tornou-se no Brasil uma ferramenta de apagamento identitário durante a colonização e até mesmo como a sociedade comporta-se. Nesse contexto analisamos como o design pode ser uma ferramenta de divulgação e apreciação dos sobrenomes que são vistos de forma negativa na sociedade brasileira, e apresentar os legados de identidade, território e ancestralidade que eles possuem. Em um país como o Brasil, marcado por apagamentos simbólicos de culturas indígenas, africanas e periféricas, o nome carrega mais que uma identificação: ele é um traço de memória coletiva. O design, enquanto prática social e linguagem visual, tem como papel principal elaborar ideias criativas para servir de base para a valorização dessas identidades por meios gráficos, que tem como objetivo resgatar a dignidade e a profundidade simbólica dos nomes. Desse modo, a pesquisa destaca a importância de uma intervenção de design de forma crítica e sensível para construir futuros mais justos e representativos.

Palavras-chave: sobrenome; identidade; design; ancestralidade; território.

Abstract

This article discusses how surnames, which were created to differentiate individuals in society, became a tool for erasing identity during colonization in Brazil, and even how society behaves. In this context, we analyze how design can be a tool for disseminating and evaluating surnames that are viewed negatively in Brazilian society, and we present the legacies of identity, territory, and ancestry that they possess. In a country like Brazil, marked by symbolic erasures of indigenous, African, and peripheral cultures, names carry more than just identification: they are a trace of collective memory. Design, as a social practice and visual language, has the main role of developing creative ideas to serve as a basis for valuing these identities through graphic means, which aims to restore the dignity and symbolic depth of names. In this way, the research highlights the importance of a critical and sensitive design intervention to build fairer and more representative futures.

Keywords: surname; identity; project; ancestry; territory.

1. Introdução

Com o alto crescimento da população e com vários nomes repetidos, as pessoas não sabiam mais diferenciar uma das outras e foi aí que começaram a criar os sobrenomes. Eles eram definidos de diversas formas, como por localização geográfica, característica e até mesmo a profissão.

“O nome próprio tem como função registrar atitudes e posturas sociais de um povo, suas crenças, profissões, região de origem, entre outros aspectos; estes fatores, por si, revelam a dimensão da necessidade de pesquisas neste campo” (Carvalhinhos, 2007)

No Brasil o sobrenome foi introduzido na colonização de forma imposta sem respeitar a história dos povos. As populações indígenas, que nomeavam com base em pertencimentos simbólicos, territoriais e espiritualidade, foram forçadas a adotar nomes cristãos durante o processo de catequização. Já os africanos escravizados foram renomeados por seus senhores, quase sempre com nomes de batismo e sobrenomes como “da Silva” ou “dos Santos”.

Foi então que ficamos sabendo o motivo da demora no embarque dos homens, pois os brancos tinham batizado todos eles com nomes que chamavam de nomes cristãos, nomes de brancos, e àquele homem da perna machucada, de acordo com um outro que estava logo atrás dele na fila, tinham dado o nome de João.

[...] Os guardas colocaram os homens em fila e, um por um, tiveram que dizer o nome africano, o que podia ser revelado, é claro, e o lugar onde tinham nascido, que eram anotados em um livro onde também acrescentavam um nome de branco.

Ana Maria Gonçalves

Os escravizados eram vistos como objetos e eles se sentiam no direito de apagar e renomear aqueles indivíduos. Temos como conceito que o sobrenome é um símbolo de pertencimento e continuidade e também vemos como níveis de classes sociais e no Brasil essa concepção se tornou uma verdade absoluta e se converteu em um registro de exclusão, apagamento e estigmatização. Muitos sobrenomes de origem popular foram banalizados, ridicularizados ou considerados “menos nobres” no imaginário social, em comparação com sobrenomes associados às elites. Essa desvalorização simbólica se manifesta até hoje.

O design nesse cenário desempenha um papel fundamental e surge como uma linguagem prática social, visual e política, capaz de atuar na desconstrução desses apagamentos.

Nosso objetivo com essa pesquisa é buscar compreender como o design pode contribuir para a reconexão entre o sobrenome e ancestralidade, resgatando sentidos identitários que foram historicamente anulados. A partir de estudos de bibliografia e análise de casos práticos no campo do design gráfico, visa refletir sobre o uso do design como ferramenta de ressignificação simbólica dos sobrenomes como legados de pertencimento.

2. Nome como signo de identidade e pertencimento

O nome é um dos primeiros elementos que constroem a identidade de uma pessoa. Ele carrega referências familiares, culturais, étnicas e geográficas. Segundo Hall (2006), a identidade não é uma essência fixa ou imutável, mas sim uma construção social, histórica e discursiva, que está em constante processo de formação. Ela é moldada por rupturas simbólicas que respondem aos contextos culturais, sociais e políticos nos quais os indivíduos são introduzidos.

Contudo, o sobrenome emerge como um registro simbólico de pertencimento, memória e conexão.

Ele carrega a linhagem familiar, transmitindo valores, estigmas, prestígios ou resistências associados a determinadas histórias sociais e coletivas.

O sobrenome funciona, portanto, como um significante cultural que articula o indivíduo a narrativas maiores, tais como etnia, classe, origem territorial. Ao ser transmitido, ele contribui para a reprodução de estruturas identitárias, mas também pode ser ressignificado por sujeitos que buscam afirmar ou reinventar sua relação com a ancestralidade. Em uma sociedade marcada por colonização, racismo e apagamentos históricos, a presença ou ausência de determinados sobrenomes indicam processos de apagamentos identitários.

“Alguns desses sobrenomes estão relacionados à natureza, como Pereira e Oliveira, enquanto outros são derivados de elementos religiosos, como Trindade e Rosário. Existem ainda sobrenomes associados a nomes de animais, tais como Cordeiro, Coelho e Sardinha, e nomes profissionais, como Ferreiro, Machado e Monteiro”

Leticia Rodrigues

No entanto, como observa Munanga (2004), o Brasil construiu sua identidade nacional sobre o apagamento de ancestralidades negras e indígenas, promovendo a exaltação de uma ideia de mestiçagem harmônica, que, na prática, invisibiliza a pluralidade das identidades existentes. Assim, muitos sobrenomes de origem africana ou indígena foram modificados, omitidos ou reduzidos ao longo do tempo, como nas práticas escravocratas de batismo.

“A despersonalização de povos escravizados começou pelo apagamento de seus nomes. Recuperar esses nomes é um ato de resistência.”

Kabengele Munanga (2004)

Esses apagamentos não se restringem apenas ao passado, mas continuam a reverberar no presente por meio de estruturas institucionais, culturais e afetivas que dificultam o reconhecimento pleno das identidades historicamente marginalizadas. Recuperar, ressignificar ou até mesmo reinventar o sobrenome torna-se, assim, um gesto político e afetivo de reconexão com a ancestralidade e de valorização da memória coletiva.

Nesse contexto, o design pode atuar como uma ferramenta de escuta, tradução e visibilidade dessas narrativas silenciadas. Ao transformar o sobrenome em matéria sensível, gráfica, poética, visual, abre-se espaço para a construção de outras formas de pertencimento, capazes de tensionar os discursos hegemônicos e fortalecer identidades plurais. O sobrenome, portanto, deixa de ser apenas um dado burocrático ou genealógico, para se tornar uma superfície viva de inscrição de histórias, afetos e resistências.

3. O design como linguagem cultural

O design, mais do que uma prática estética ou funcional, é uma linguagem cultural que participa da construção de significados e conceitos na sociedade. Ele tem como objetivo construir narrativas que estruturam a maneira como percebemos o mundo, e a nós mesmos. Contudo ele tem como responsabilidade atuar como mediador simbólico, sendo capaz de legitimar discursos, dar visibilidade para discussões importantes na sociedade que são silenciadas e banalizadas, tal qual o lugar que o sobrenome ocupa na sociedade brasileira.

"O modo como vemos imagens e objetos, o modo como vemos a nós mesmos e o modo como somos vistos articulam possibilidades de sentido que

permeiam nossas performances comunicacionais. [...] Há uma dimensão simbólica que nos conecta com o mundo, um tipo de mediação ancestral que permanece efetivo e decisivo nos processos comunicacionais."

Marcos N. Beccari

No contexto apresentando no artigo, o design se torna ferramenta estratégica na revalorização de nomes e sobrenomes como signos vivos de pertencimento. Não apenas para apresentar as formas como nomes são grafados, estilizados e exibidos em diferentes suportes, mas sim contar toda a história e importância que esses sobrenomes carregam, sobre a quem pertence e quem é digno de memória.

O design serviu e ainda serve, consciente ou inconscientemente, para igualar e padronizar representações, seguindo critérios estéticos eurocêntricos que só contribuem para o apagamento da diversidade cultural brasileira. Nomes afro-brasileiros, indígenas ou populares, por exemplo, são frequentemente 'ajustados' ao padrão imposto pela sociedade (que é algo estrutural) ou tratados como caricatos ou secundários em projetos gráficos e editoriais e até mesmo em registros e documentos. Desse modo, o design acabou por contribuir para o apagamento simbólico de identidades fora do padrão europeu e urbano. Essa ideia se relaciona com o que Guy Julier (2013) aponta ao afirmar que a globalização do design levou a uma neutralização das particularidades locais impulsionada por um ideal de 'universalidade' que, na prática, reflete uma perspectiva eurocêntrica. Tal processo é evidente no *branding* e na comunicação visual que adotam um design 'internacionalizado', desconsiderando expressões gráficas locais e, consequentemente, reproduzindo padrões visuais homogêneos que marginalizam ou invisibilizam culturas não hegemônicas.

Contudo, ao reconhecermos o design como linguagem cultural, ele passa a ser também espaço de resistência e reconexão. Atualmente existem muitos projetos de design que tem como objetivo a valorização da ancestralidade, como por exemplo o resgate tipográfico de letras inspiradas em inscrições indígenas, criações visuais baseadas em padrões africanos, ou o afrofuturismo que está tendo uma crescente na literatura. Esses projetos indicam uma grande inversão de perspectiva que tem sido despertada pelos designs e pela população que tem consumido em grande escala por essas propostas. Com base em Hall (2006, apud Beccari, 2016), o design tem o potencial de (re)traduzir afetos e, assim, possibilitar modos de viver diferentes, mesmo que simbolicamente ou apenas na imaginação.

"A linguagem simbólica do design não apenas comunica valores, mas os constitui, afetando a maneira como as identidades se articulam em contextos culturais específicos."

(BECCARI, Marcos N. 2020)

Nessa perspectiva, o design assume o papel de ponte entre o presente e o passado, possibilitando que legados ancestrais sejam reinterpretados em linguagem contemporânea. A escolha de uma tipografia que remete à oralidade africana, o uso de grafismos que evocam etnias originárias, ou a organização visual de um projeto que respeita à fonética e a morfologia de nomes não europeus, tudo isso pode ser entendido como gesto político de reparação simbólica. Nesse sentido, Ellen Lupton (2014) argumenta que a tipografia não é neutra, mas carrega significados culturais e políticos. Assim, a escolha consciente de fontes e grafismos ligados a culturas africanas e indígenas pode funcionar como uma forma de resistência e afirmação identitária, reforçando o potencial do design como ferramenta de transformação social e descolonização simbólica.

O design pode atuar como dispositivo educativo e afetivo promovendo visibilidade a sobrenomes marginalizados, e reconstruindo narrativas, descoloniza padrões e fortalece vínculos com o território

e a memória coletiva. Cláudia Maretti (2016) destaca que o design ultrapassa a função estética e utilitária para atuar como um agente cultural e político, capaz de questionar e transformar estruturas sociais e simbólicas. Assim, quando sensível às especificidades culturais e históricas, o design pode promover visibilidade a grupos marginalizados e reconstruir narrativas históricas, contribuindo para a descolonização simbólica. Utilizando qualquer meio de comunicação o design pode tornar transmissor de reintegração identitária, quando projetados para o público correto com consciência histórica, cultural e escuta ativa dos indivíduos que vivem essa história.

Sendo assim, compreender o design como ferramenta de disseminação da valorização da ancestralidade e como o sobrenome carrega história e memória é reconhecer seu potencial transformador nas disputas por reconhecimento e justiça simbólica. No Brasil, país atravessado por violências históricas e desigualdades raciais, o design pode e deve ser aliado na reconstrução de pontes entre nome, sobrenomes e legado, identidade e pertencimento, território e ancestralidade.

4. O apagamento simbólico dos nomes: quando o design silencia

O apagamento simbólico dos nomes é um fenômeno que ocorre em diversos contextos sociais e tecnológicos, em sua grande maioria mediados por sistemas de design, sejam eles digitais ou analógicos. Conforme destaca Anna Everett (2017), *“a interface de sistemas digitais reproduz e reforça preconceitos sociais ao limitar a visibilidade de expressões identitárias que fogem da norma hegemônica”* (EVERETT, 2017, p. 38). Esse mecanismo é percebido quando sistemas de preenchimento automático ou cadastros governamentais cortam, abreviam ou “corrigem” sobrenomes considerados fora do padrão, deslegitimando identidades que não se enquadram no molde eurocêntrico.

Além disso, o design que é ensinado nas universidades contribui para a exclusão simbólica ao priorizar uma neutralidade visual entendida como universal, que, na prática, equivale a um branqueamento cultural. Nomes de origem africana e indígena, por exemplo, são frequentemente “amenizados” ou substituídos por versões consideradas mais “profissionais” ou “palatáveis”, especialmente em documentos formais como currículos, registros acadêmicos e documentos oficiais. Como salienta Bell Hooks (1992), *“a linguagem é um local onde o poder é exercido e resistido; a negação de nomes e significados é uma forma direta de opressão cultural”* (HOOKS, 1992, p. 45).

Na publicidade e no *marketing*, esse pensamento se manifesta em marcas e embalagens que substituem nomes regionais ou populares por siglas, abreviações ou nomes “universais”, apagando narrativas locais e identitárias para alcançar um público considerado mais amplo ou global. Esses processos reforçam o que Stuart Hall chama de “práticas de normalização cultural”, onde elementos identitários desviantes são silenciados para manter a hegemonia visual e discursiva (HALL, 1997).

Partindo do ponto de vista do design gráfico, essa neutralidade estética não é neutra, mas politicamente carregada, funcionando como um dispositivo que privilegia uma certa estética eurocêntrica. Como aponta Homi Bhabha (1994), *“as práticas culturais dominantes estabelecem fronteiras simbólicas que excluem o Outro, naturalizando processos de apagamento identitário”* (BHABHA, 1994, p. 75). Assim, a ausência ou a distorção dos nomes fora do padrão hegemônico é uma forma contemporânea de violência simbólica, que deslegitima identidades e histórias ancestrais.

Por fim, é importante destacar que o design pode, e deve, atuar para desconstruir esses apagamentos. Conforme enfatiza Victor Margolin (2015), *“o design tem o potencial de reconstruir narrativas identitárias, reconhecendo e valorizando a diversidade cultural, criando pontes entre passado e presente”* (MARGOLIN, 2015, p. 23). A partir desse olhar crítico, os sistemas de design e as interfaces digitais podem ser repensados para promover inclusão simbólica e respeito às identidades plurais.

5. Práticas de reconexão: o nome como narrativa visual

Nos últimos anos, o design tem se transformado em uma importante ferramenta de resistência cultural e resgate identitário no Brasil. A partir de uma perspectiva crítica e pós-colonial, muitos designers e coletivos vêm investindo em projetos que valorizam as ancestralidades afro-brasileiras, indígenas e das comunidades populares, utilizando a linguagem visual para dar voz e visibilidade a narrativas historicamente marginalizadas. Segundo Lara (2019, p. 58), *“ao se contrapor aos padrões hegemônicos, o design pode se tornar uma prática de resistência, que permite recuperar saberes, afirmar identidades e reconstruir narrativas visuais a partir de epistemologias periféricas e ancestrais”*. Essa abordagem rompe com modelos eurocêntricos de representação, resgatando memórias coletivas e territórios simbólicos que foram, por séculos, invisibilizados.

Essa reconexão se manifesta, por exemplo, no desenvolvimento de tipografias inspiradas em grafismos indígenas, em elementos visuais da cultura afro-brasileira e nas escritas populares regionais. Tais projetos não se limitam a uma simples questão estética, mas formam verdadeiros gestos políticos que desafiam os padrões eurocêntricos e a hegemonia cultural, ressignificando os nomes próprios como símbolos vivos de pertencimento e memória.

Segundo Silva (2019), *“o design pode ser visto como uma prática cultural que participa da construção e reconstrução de identidades, funcionando como um espaço de diálogo entre passado e presente, entre o coletivo e o individual”* (p. 78). Ao resgatar formas visuais associadas a grupos tradicionalmente invisibilizados, o design contribui para a revalorização das identidades e para a afirmação de narrativas plurais dentro da cultura brasileira.

O campo do design editorial tem sido um ambiente propício e inclusivo para essa prática. Publicações independentes, zines, livros de memória e álbuns familiares tornaram-se espaços onde os nomes não são apenas elementos textuais, mas protagonistas visuais que carregam histórias, ascendência e vínculos territoriais. O uso cuidadoso do *layout*, da cor, da tipografia e da composição gráfica nestas publicações fortalece a construção de uma memória coletiva que reconhece e celebra a diversidade cultural do país.

Além disso, observa-se um aumento no protagonismo de designers que assumem seus próprios nomes, muitas vezes carregados de marcas de classe, raça ou região, como uma afirmação política e estética. Esse movimento comunica com o que afirma Ribeiro (2018), para quem *“a retomada e a visibilidade dos nomes é um ato de afirmação identitária que combate as políticas históricas de apagamento e discriminação”* (p. 102). Ao incorporar seus nomes em suas marcas, projetos e redes sociais, esses profissionais desafiam os padrões hegemônicos e ampliam as possibilidades de representatividade no campo do design.

Essa prática do design como linguagem cultural é fundamental para a promoção da justiça simbólica e da reparação histórica. Como pontua Lopes (2020), *“a visualidade tem um papel central na construção das memórias coletivas e na disputa por reconhecimento social, sendo o design uma ferramenta estratégica para fortalecer vínculos ancestrais e territoriais”* (p. 59). Dessa forma, o design não só representa, mas também atua diretamente na reconstrução de pontes simbólicas entre o presente e o passado, entre o indivíduo e sua comunidade, entre a memória e a identidade.

Nesse sentido, a reconexão dos nomes próprios às suas raízes históricas e culturais por meio do design não é apenas uma questão estética, mas um ato político, afetivo e social que pode contribuir para a

valorização das identidades marginalizadas e para o fortalecimento do sentimento de pertencimento.

6. Design de futuro: nome, território e tecnologia crítica

Com o avanço acelerado das tecnologias digitais e da inteligência artificial, novos desafios e oportunidades para a construção e visibilidade das identidades foram viabilizadas. No ambiente digital, nomes que fogem aos padrões ocidentais, seja pela grafia, origem étnica ou sonoridade, enfrentam frequentemente barreiras técnicas, desde campos de cadastro que não reconhecem certos caracteres até algoritmos que operam sob lógicas excludentes. Esses processos de padronização tecnológica reproduzem, no âmbito virtual, os mesmos apagamentos simbólicos e sociais historicamente vivenciados por grupos racializados e periféricos no Brasil e no mundo.

Conforme comenta a autora Ruha Benjamin (2019), *“os algoritmos, longe de serem neutros, carregam em sua arquitetura as mesmas desigualdades e preconceitos estruturais da sociedade que os criou”* (BENJAMIN, 2019, p. 18). Esse pensamento revela como o ambiente digital não apenas espelha, mas também reforça hierarquias sociais, culturais e raciais. O apagamento de sobrenomes de origem africana, indígena ou de matriz popular, quando tratados como erros ou exceções no sistema, revela mais uma camada desse processo de invisibilização.

Por outro lado, o design surge como uma ponte possível entre passado e futuro, tecnologia e território, nome e memória. Conforme afirma Escobar (2018), é urgente pensar em um design que seja capaz de *“construir mundos a partir de uma lógica de interdependência radical, em oposição aos modelos coloniais de homogeneização e dominação”* (ESCOBAR, 2018, p. 24). Dentro dessa perspectiva, o design não se limita ao estético, mas atua como uma prática sociopolítica, capaz de tensionar estruturas opressoras e construir espaços simbólicos de resistência.

Nesse sentido, o desenvolvimento de interfaces digitais, sistemas de informação e plataformas interativas precisa levar em conta a diversidade cultural, linguística e identitária dos sujeitos. Como destaca Lopes (2020), *“as escolhas de design são carregadas de significados, pois nelas operam disputas simbólicas, memórias coletivas e processos de representação social”* (LOPES, 2020, p. 77). Portanto, a forma como os nomes são exibidos, registrados e processados nos meios digitais não é uma questão meramente técnica, mas profundamente política, como abordado anteriormente.

Iniciativas contemporâneas de design interativo vêm explorando recursos como geolocalização, mapeamento afetivo, sons ancestrais, tipografias baseadas em grafias tradicionais e narrativas audiovisuais para transformar sobrenomes em experiências sensoriais. Essas práticas reconhecem o nome não apenas como dado, mas como memória viva. Para Silva e Gomes (2021).

“ao integrar recursos como mapas digitais, paisagens sonoras e grafismos ancestrais, essas plataformas possibilitam que indivíduos se reconectem com suas raízes, territórios e linhagens, resgatando sentidos muitas vezes esquecidos ou apagados”

(SILVA; GOMES, 2021, p. 53).

Diante disso, compreender o design como ferramenta de mediação simbólica, cultural e tecnológica é compreender que ele também é território de disputa. Assim, pensar em soluções que respeitem, celebrem e tornem visíveis os nomes e as histórias dos povos negros, indígenas e periféricos é um gesto político, ético e de reparação. Trata-se, portanto, de reconhecer que, no campo do design, *“a*

construção de mundos plurais não é apenas desejável, mas necessária para a continuidade da vida em sua diversidade” (ESCOBAR, 2018, p. 27).

7. Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo refletir sobre o papel do design como linguagem cultural, política e simbólica na reconstrução de vínculos entre nome, território e ancestralidade no Brasil. Em um país marcado pelos processos históricos de colonização, escravidão, apagamento e homogeneização das identidades, os nomes próprios, especialmente os sobrenomes de origem indígena, africana e popular, tornaram-se não apenas registros civis, mas territórios simbólicos de resistência, memória e pertencimento.

Ao longo da discussão, notamos que o nome não é um dado neutro ou supérfluo, mas um signo carregado de afetos, histórias e trajetórias. Como aponta Stuart Hall (2006), *“a identidade é produzida dentro do jogo da representação e nunca é completa, está sempre em processo, em construção”* (HALL, 2006, p. 13). Essa compreensão reforça que o sobrenome, especialmente em contextos marcados pelo afastamento, negligência e pela violência colonial, carrega não só a marca da ancestralidade, mas também os vestígios do apagamento e da resistência.

Entrando no contexto do design, é fundamental reconhecer que essa prática muitas vezes não foi justa, neutra ou imparcial. Ao longo da história, o design esteve a serviço de modelos coloniais e eurocêntricos, reproduzindo códigos e comunicações visuais que reforçam padrões de dominação, seja na tipografia, nos sistemas de representação ou nas estruturas de informação. Contudo, esse mesmo design sustentou e ainda carrega o papel de transformação desse cenário. Como revela o pensamento de Munanga (2004), o apagamento das matrizes culturais africanas e indígenas no Brasil não foi um acidente, mas fruto de um projeto intencional de silenciamento e desumanização, cujas marcas ainda reverberam nas linguagens visuais, nos produtos gráficos e nas tecnologias contemporâneas.

Por outra perspectiva, quando o design é alinhado a uma interpretação decolonial e afetiva, ele se torna uma ferramenta potente de reparação simbólica, cultural e histórica. Segundo Escobar (2018), *“o design decolonial busca sustentar a vida, não a dominação. Ele parte de mundos onde a vida é produzida por meio de relações, não pela exploração”* (ESCOBAR, 2018, p. 45). Esse olhar permite a compreensão do design como prática de cuidado, reconstrução e resgate.

Partindo desse entendimento, o uso de práticas como o design de informação sensível às narrativas plurais, projetos tipográficos baseados em grafias ancestrais, desenvolvimento de marcas afetivas e a construção de sistemas digitais inclusivos exibem um compromisso ético e estético com a diversidade e com a integridade dos sujeitos historicamente marginalizados. Assim, como sintetiza Santos (2019), *“a descolonização do design não é apenas uma questão técnica, mas sobretudo uma questão ética, política e epistemológica”* (SANTOS, 2019, p. 102).

Portanto, reconhecer que o nome é um legado, uma herança viva, é também um ato político, estético e de reparação. Mais do que apenas resolver problemas visuais, o design e o designer têm a habilidade de construir sentido, devolver dignidade, resgatar memórias e reafirmar identidades. Ao atuar na construção de visualidades que dialogam com os territórios, com as narrativas e com os afetos, o design assume o seu papel de resistir, continuar e cuidar.

Desse modo, esse artigo reforça que, quando o design se compromete com práticas decoloniais, éticas e sensíveis, ele se torna agente ativo na reconstrução e transformação dos vínculos entre nome, memória e ancestralidade. Que então, cada nome, portanto, seja reconhecido e compreendido como

aquilo que é, a extensão e materialização de um sonho coletivo, tecido por gerações, atravessado por afetos, lutas e resistência. Cabe ao design, e aos designers, a responsabilidade de atuar de forma consciente na construção visual e simbólica desse legado, contribuindo para reparar apagamentos e fortalecer identidades que sustentam essa história.

Referências

BECCARI, Marcos N. *Articulações simbólicas: uma nova filosofia do design*. 2020. Disponível em: <https://www.academia.edu/44122694>. Acesso em: 17 maio 2025.

BHABHA, Homi K. *The location of culture*. London: Routledge, 1994.

CARVALHINHOS, Patrícia de Jesus. As origens dos nomes de pessoas. *Domínios de Linguagem: Revista Eletrônica de Lingüística*, Uberlândia, v. 1, n. 1, 1º sem. 2007. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/11401/6686>. Acesso em: 17 maio 2025.

EVERETT, Anna. Designing for diversity: inclusive interfaces and identity politics. *Journal of Digital Culture*, v. 3, n. 2, p. 32–49, 2017.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. Cultural identity and diaspora. In: NELSON, Cary; GROSSBERG, Lawrence (org.). *Cultural studies*. London: Routledge, 1997.

HOOKS, bell. *Talking back: thinking feminist, thinking Black*. Boston: South End Press, 1992.

MARGOLIN, Victor. *Design in culture: history, theory, and practice*. Chicago: University of Chicago Press, 2015.

MUNANGA, Kabengele. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra*. Petrópolis: Vozes, 2004.

REVISTA PESQUISA FAPESP. Nomes próprios, como os de pessoas e lugares, inspiram estudos da onomástica. Reportagem de Letícia Rodrigues. *Em todos os sentidos*, edição n. 349, mar. 2025. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/nomes-proprios-como-os-de-pessoas-e-lugares-inspiram-estudosda-onomastica/>. Acesso em: 17 maio 2025.

RIBEIRO, João Carlos. *Identidade e resistência: o papel do nome na construção cultural*. São Paulo: Contexto, 2018.

VASCONCELLOS, J. Leite de. Ensaio de onomatologia portuguesa. *Revista Lusitana*, Lisboa, v. I, p. 45–53, 1887. Disponível em: <http://cvc.instituto-camoes.pt/dmdocuments/lusitana01.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

SUPERINTERESSANTE. A origem dos 15 sobrenomes brasileiros mais populares. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/a-origem-dos-15-sobrenomes-brasileiros-mais-populares/>. Acesso em: 17 maio 2025.

Design & cultura: a urgência de novos olhares para a identidade brasileira no design. Néktar Design, 07 fev. 2025. Disponível em: <https://www.nektardesign.com.br/post/design-cultura-a-urg%C3%Aancia-de-novos-olhares-para-a-identidade-brasileira-no-design>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MARETTI, Cláudia. *Design e cultura: práticas e políticas*. São Paulo: Editora Senac, 2016.

LUPTON, Ellen. Type on Screen: A Critical Guide for Designers, Writers, Developers, and Students. New York: Princeton Architectural Press, 2014.