



DESIGN NAS RUAS: ANÁLISE SEMIÓTICA DE CARTAZES SUBVERSIVOS DO PERÍODO DA DITADURA MILITAR NO BRASIL

Márcia Cristine Mendes Borges¹

Diego Piovesan Medeiros²

Resumo: Ao longo da história, o design foi utilizado como um importante recurso de reivindicações e reflexões sociais. No contexto da Ditadura Militar no Brasil, inúmeras produções culturais e artísticas foram realizadas — dentre elas, os cartazes, uma importante ferramenta do design gráfico. Diante disso, a pesquisa tem como objetivo analisar, por meio da semiótica, como a linguagem utilizada em cartazes impactou o cenário político da Ditadura Militar no Brasil. Portanto, a pesquisa possui caráter teórico e exploratório, onde torna-se importante esmiuçar os diferentes contextos históricos em que o design social esteve presente, a fim de fazer um paralelo com a temática central estudada. A partir disso, a semiótica entra como uma forma de analisar a linguagem utilizada em três cartazes do contexto do regime militar, tendo como foco principal o período da Campanha pela Anistia. Dessa forma, tem-se a possibilidade de verificar os impactos e mobilizações do design social dentro da história.

Palavras-chave: Design social. Design de protesto. Análise semiótica. Cartazes. Ditadura militar.

1 INTRODUÇÃO

Em 1964, os militares chegaram ao poder por meio de um golpe de Estado, o que deu início ao período da Ditadura Militar no Brasil. Os anos compreendidos entre 1964 e 1985 foram marcados por uma intensa efervescência política e agitação cultural, onde foram produzidos diversos materiais de oposição ao governo. Durante esse período, “os segmentos mais críticos ao regime tentavam inventar novos espaços e estilos de contestação e expressão de valores e opiniões” (Napolitano, 2001, p. 82).

No campo do design, os cartazes — sendo uma das expressões artísticas e gráficas na sociedade — foram utilizados como expressão social e política, por meio de recursos de linguagem que garantiam a comunicação entre os opositores e a

¹ Graduanda em Design no semestre letivo de 2024-01. E-mail: marilimendesborg@gmail.com

² Professor do Centro Universitário UniSATC. E-mail: diego.medeiros@satc.edu.br



contestação à censura. Por mais que a mídia cartaz seja uma plataforma de design e publicidade, alguns desses são realizados por organizações não publicitárias e com fins ideológicos (Moles, 2004).

Diante desse contexto, a pesquisa tem como problematização: de que forma a linguagem utilizada em cartazes impactou simbolicamente o cenário político da Ditadura Militar no Brasil? Portanto, tem como objetivo geral analisar, por meio da semiótica, como a linguagem utilizada gera impacto simbólico no cenário político da Ditadura Militar no Brasil. E, por meio disso, os objetivos específicos desta pesquisa são: (i) identificar o papel social e político do design; (ii) verificar os recursos e padrões de linguagem utilizados em cartazes sob o ponto de vista semiótico e (iii) apresentar o impacto simbólico dos cartazes no cenário político durante a Ditadura Militar nas décadas de 1970-1980.

A presente pesquisa se justifica ao colocar em foco a atuação profissional do designer, em que é possível verificar inúmeros alcances e mobilizações dentro da sociedade — desde a contribuição ao mercado de consumo a reflexões por meio de peças conceituais. Em tempos onde o consumo exacerbado é fortalecido por estratégias de mercado, é importante trazer à tona uma outra perspectiva: a utilização do design como ferramenta de protesto e reivindicações.

No ano em que o golpe militar completa 60 anos e com o autoritarismo ainda à espreita, em que, segundo Schwarcz (2019, p. 184),

o nosso passado escravocrata, o espectro do colonialismo, as estruturas de mandonismo e patriarcalismo, a da corrupção renitente, [...] todos esses elementos juntos tendem a reaparecer, de maneira ainda mais incisiva, sob a forma de novos governos autoritários, os quais, de tempos em tempos, aparecem na cena política brasileira.

Resgatar e analisar materiais gráficos subversivos do período da Ditadura Militar é uma forma de manter intacta a memória e resistência, bem como verificar a capacidade de mobilização e impacto do design no cenário político brasileiro.

A utilização da semiótica como forma de análise — uma importante ferramenta dentro do design — contribui no entendimento dos padrões de linguagem utilizados nos cartazes. Isso possibilita compreender de que maneira a comunicação era realizada, apesar da censura.

Com base teórica e por meio de revisão bibliográfica, a presente pesquisa possui natureza básica — em que, segundo Gil (2008), é puramente teórica, sem aplicações práticas previstas —, em que se objetiva conhecer os cartazes



desenvolvidos durante a Ditadura Militar no Brasil. Para identificar as diferentes nuances do papel social do design, torna-se importante conhecer e descrever os diferentes contextos históricos com movimentos subversivos, a fim de fazer um paralelo com a temática central estudada.

Por considerar o levantamento de dados históricos e verificar a presença política dentro do design, a pesquisa assume um caráter exploratório, em que o objetivo consiste em “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias” (Gil, 2008, p. 27). Ao fazer a análise semiótica dos cartazes subversivos dentro do contexto político da Ditadura Militar, bem como analisar a comunicação realizada apesar da censura, a pesquisa assume um perfil qualitativo, em que estas seguem uma “tradição “compreensiva” ou interpretativa” (Gewandsznajder, 1998, p. 131). Ainda de acordo com o autor, a pesquisa qualitativa consiste num aprofundamento do tema estudado por meio de dados qualitativos, em que “por sua diversidade e flexibilidade, não admitem regras precisas, aplicáveis a uma ampla gama de casos” (Gewandsznajder, 1998, p. 78).

Ao contextualizar a Ditadura Militar no Brasil como objeto de estudo, é desenvolvido um detalhamento do cenário político em questão, por meio de pesquisas bibliográficas referentes ao tema. Portanto, a pesquisa tem como procedimento a bibliografia e estudo de casos, em que é “caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos” (Gil, 2008, p. 57). Outro procedimento presente na pesquisa é o analítico, por ter como objetivo a análise semiótica de cartazes subversivos.

2 PAPEL SOCIAL DO DESIGN

Em tempos em que o design é utilizado como ferramenta estratégica para estímulo de consumo, trazer o olhar para o campo social possibilita compreender a potência de mobilização e questionamentos proporcionados pelo design dentro da sociedade. Por ser uma área ampla e de grande alcance, segundo Neves (2011), as peças gráficas ganham um novo significado ao serem colocadas sob uma ótica político-social, onde nasce um design gráfico contestador e engajado.

Ao longo da história, a comunicação visual e o design adquiriram diferentes aspectos. Mas, como profissão, “só passou a existir a partir de meados do século XX”



(Hollis, 2000, p. 5). Na próxima seção, serão abordadas as diferentes facetas da política do design no decorrer da história mundial.

2.1 A POLÍTICA NA HISTÓRIA DO DESIGN

No século XVIII, a 1ª Revolução Industrial causou transformações no modo de trabalho da Inglaterra, substituindo o trabalho manual pela introdução de máquinas — o que tornava a produção mais rápida e volumosa — o que, segundo Pevsner (2001, p. 32),

exigia cada vez mais braços e levava assim a um aumento populacional igualmente rápido. As cidades cresceram com uma velocidade espantosa, havia novos mercados a satisfazer, exigia-se uma produção cada vez maior e o poder inventivo voltava a ser estimulado.

É neste cenário que o designer e ativista William Morris se eleva e questiona os métodos de produção que se alastravam nas indústrias. Em um período onde a produção desenfreada imperava, em que, segundo Pevsner (2001), a quantidade de produtos e o consumo se sobrepunham à qualidade artística, Morris reconhecia as complexidades dos processos da época e tecia críticas ao modelo implantado.

Por meio de peças artisticamente construídas, ainda de acordo com Pevsner (2001), Morris construiu a primeira mobília como um protesto. Por reconhecer e questionar sobre o sistema social estabelecido na época, Morris é reconhecido como um dos primeiros designers a se engajar em causas sociais e, de acordo com Braga (2011), defendeu o retorno às atividades tradicionais de artesanato, como forma de recuperar a qualidade artística e criativa dos artesãos. No entanto, contraditoriamente, os objetos produzidos de forma coletiva e artesanal eram confeccionados com matéria-prima de alto valor, inviabilizando o acesso para todas as classes. De acordo com Silva (2021), apenas burgueses conseguiam adquirir as peças produzidas por Morris.

Já ao analisar o contexto histórico da 2ª Revolução Industrial, é possível identificar a “corrida pelo poder entre os países europeus” (Santos, 2014, p. 17). A disputa instaurou um clima de tensão acirrado e, segundo Santos (2014), esses fatores culminaram na eclosão da Primeira Guerra Mundial. Dentre os países envolvidos na tensão, a Rússia marcava presença com seu sistema feudal e problemas socioeconômicos, dentro de um regime autoritário czarista.



Industrializando-se tardiamente, “as contradições econômicas, políticas e sociais da Rússia tornaram-se mais evidentes” (Moraes, 2009, p. 440) no momento em que o processo de modernização foi acelerado pelo czar Nicolau II (1894-1917). De acordo com Moraes (2009), a industrialização intensificou os problemas socioeconômicos da população, onde foi possível verificar a proliferação da miséria dos camponeses e operários russos, inconformados com a escassez e péssimas condições de trabalho.

Diante de um cenário de crise e insatisfação popular, o regime russo que imperava até então começava a ruir. Segundo Santos (2014), é neste contexto que as ideologias socialistas começam a surgir, estimulando a população a defender os ideais revolucionários por meio de propagandas políticas.

Com agitação política, os movimentos de oposição ao regime se alastraram pela Rússia. Segundo Moraes (2009), por todos os cantos, a oposição ao czar se fortalecia: no Parlamento, entre a burguesia e nas ruas — com a manifestação do povo.

Foi em 1917 que ocorreu a queda do regime czarista, impulsionado por todo o contexto de insatisfação popular com o cenário político russo. Segundo Santos (2014, p. 19):

Utilizando meios de propaganda e lemas como: “Paz, Pão e Terra”, “Todo Poder aos Sovietes”, Lenin e o Partido Bolchevique conseguiram o apoio do povo e difundiram os objetivos e ideais da revolução até que em outubro de 1917, os bolcheviques organizaram um levante armado em São Petersburgo e derrubaram o Governo Provisório chefiado por Kerenski.

A revolução transformou o contexto sociopolítico na Rússia, em que, segundo Fabres (2012), inicia-se um clima de esperança e otimismo diante do novo cenário que começava a surgir e pela perspectiva de transformação social. É neste contexto que a vanguarda construtivista russa utiliza da comunicação visual como uma forma de “construir, educar e comunicar a população sobre os fatos que se desenrolaram na fase inicial da implantação do socialismo” (Curtis, 2011, p. 25), onde as artes assumem um caráter ainda mais popular.

De acordo com Fabres (2012), é nesse cenário de transformação política que os materiais gráficos começam a ser utilizados com mais intensidade — e, mais especificamente, o pôster. A utilização do pôster como ferramenta de propagação ideológica toma força nas ruas.



do controle estatal banuiu a produção de muitos artistas construtivistas na Rússia, que tiveram que se exilar em países europeus.

2.2 DESIGN COMO EXPRESSÃO SOCIAL E POLÍTICA

A partir da metade do século XX, diante do contexto histórico de um mundo pós-guerra, permeado por transformações tecnológicas aliadas à exacerbação do consumo, a sociedade se depara com uma infinidade de mudanças e avanços que trouxeram consequências em diversos setores. A sociedade de consumo foi consolidada nos Estados Unidos após o final da Segunda Guerra Mundial, onde “o rádio, o cinema e, sobretudo, a televisão fortaleceram-se como veículos de comunicação e se expandiram” (Moraes, 2009, p. 623).

É nesse cenário de consumo desenfreado que alguns movimentos sociais começam a surgir, como forma de contestação ao conservadorismo e aos sistemas políticos e econômicos vigentes na época. Insatisfeita, a juventude procurava um novo modelo de vida e expressava suas aspirações de diferentes formas. Na década de 1960 e posteriores, as movimentações foram motivadas por, segundo Gallo (2010, p. 286):

um ato de libelo contra os próprios movimentos conservadores, pois romper com as formas de família tradicionais significava, em última instância, um rompimento com o sistema capitalista que encontra na organização familiar a base para a reprodução da propriedade privada.

Na França de 1968, a efervescência estudantil contestava os padrões organizativos dentro da Universidade de Nanterre e as questões políticas da época, protagonizando o mais conhecido movimento estudantil de Paris. Segundo Napolitano (2023), no momento em que a greve dos estudantes saiu do espaço universitário e atingiu as ruas, os sindicatos operários se uniram ao movimento.

Num cenário de procura por transformações sociais, a juventude e a contracultura “encontraram no design gráfico uma poderosa ferramenta para contestar a sociedade e exigir mudanças” (Miyashiro, 2011, p. 66). No contexto de maio de 1968 na França, o *Atelier Populaire* aparece como uma grande referência no design político, onde foram produzidos posters em prol do movimento (fig. 2). Segundo Miyashiro (2011), os cartazes produzidos marcaram o imaginário coletivo dos franceses, e foram, inclusive, objetos de inspiração para outros movimentos ao redor do mundo.

As mensagens políticas tinham um peso maior do que o apelo estético e decorativo e, de acordo com Macedo (2018), o fato de optar pela serigrafia acelerava o processo produtivo dos cartazes.

Figura 2: Cartazes produzidos pelo *Atelier Populaire*



Fonte: G1 (2018).

Ao colocar em foco estes movimentos sociais que permearam ao longo do século XX, é possível identificar o design assumindo uma maior expressão social e política. Em meados da década de 1970, por exemplo, o *punk* surge como uma forma de contestação diferente de movimentos que ocorreram anteriormente. Na contramão da pacificação do movimento hippie, o movimento *punk* assumia uma estética escura e bruta, em que seus seguidores nutriam uma incredulidade em relação à “força avassaladora do capitalismo na sua versão moderna neo-conservadora” (Gallo, 2010, p. 287). De acordo com Reis (2017), eles teciam e divulgavam suas críticas por meio de músicas pesadas, vestuários impactantes e das famosas fanzines — publicações artesanais e independentes, produzidas com colagens.

Sendo o movimento com mais influência nos anos 1970, o *punk* inspirou diferentes áreas. Raimes e Bhaskaran (2007), citam as artes gráficas como um campo fortemente influenciado pelo *punk*, onde as peças desenvolvidas por Jamie Reid ganharam grande notoriedade (fig. 3). Por meio de um estilo ousado, Jamie marcou uma produção com visual crítico, utilizando recortes e colagens. Ainda de acordo com os autores, um dos trabalhos mais marcantes de Jamie foi o desenvolvimento da capa do álbum do Sex Pistols — banda inglesa de *punk*.

Figura 3: Capa de álbum e posters desenvolvidos por Jamie Reid



Fonte: Retroavangarda

Figura 3A: God save the Queen, Record (1977).

Figura 3B: SI Exhibition Flyer (1989). Figura 3C: Fuck forever (1986).

Frente ao impacto de comunicação dos diversos meios que o Design aborda, as diversas formas culturais se utilizaram destes recursos como pontes de expressão. Uma das mais utilizadas foi a mídia cartaz. Suas características serão apresentadas no próximo capítulo.

3 CARTAZES E MANIFESTOS

3.1 A LINGUAGEM DOS CARTAZES

Os cartazes assumem um componente importante na vida cotidiana, em que “imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado” (Hollis, 2000, p. 5).

Em diferentes contextos, os cartazes assumem as mais variadas funções. Em sociedades capitalistas, por exemplo, é comum o cartaz servir como um mecanismo importante para ferramentas publicitárias, numa iniciativa de estimular o consumo. No entanto, segundo Moles (2004), nem todo cartaz possui esse viés publicitário. Alguns são produzidos com intenções que não visam ao consumo, onde o objetivo consiste em colar nos muros das cidades diferentes ideologias e reflexões.

Os cartazes nas ruas possuem algumas condições de existência. Aparentemente efêmeros, eles permitem a transmissão de uma mensagem em larga escala. Para fazer a criação, utilizam-se imagens e signos acompanhados de um pequeno texto — este, de acordo com Moles (2004), é reduzido significativamente por conta da velocidade em que os indivíduos se deslocam nas ruas, afetando o tempo disponível para a leitura e compreensão do cartaz.

Em alguns cenários, é possível ver os cartazes assumindo uma voz crítica e combativa. É neste contexto que nasce o cartaz político, que, ao ser colocado em circulação, “tem a eficácia de um instrumento de agitação e propaganda, para mais tarde tornar-se importante legado para a construção da memória histórica” (Sacchetta, 2012, p. 9).

3.2 CARTAZES NOS CONTAM HISTÓRIAS

No fim do século XIX, o período conhecido como *Belle Époque* marcou uma grande ascensão do capitalismo para as potências europeias. Foi neste cenário de exacerbação do consumo que ocorreu o desenvolvimento de importantes sistemas de comunicação, tal como o linotipo. De acordo com Moraes (2009), o cotidiano das pessoas e a vida cultural ganhou um ritmo mais acelerado, com profundas transformações e efervescência nos mais variados campos — tais como cinema e artes plásticas.

É neste contexto que o cartaz toma conta das ruas como uma expressão da vida em seus diferentes aspectos: econômico, cultural e social. De acordo com Hollis (2000), os cartazes marcavam presença ao atrair consumidores para os produtos e entretenimentos que surgiam em grande volume (fig. 4).

Figura 4: Cartazes dos diversos campos culturais da *Belle Époque*



Fonte: 4A: História Geral e Brasil. 4B: Gallerease. 4C: Aegis-education.

Figura 4A: No cartaz de Henri Brispot, uma das grandes novidades da época: o cinema (1896). Figura 4B: “Théâtre de l’Opéra”, de Jules Chéret (1897).

Figura 4C: “Casino de Paris”, de Jules Chéret (1891).



Já no cenário brasileiro, a transformação na vida cultural ganha maior força na década de 1920 — período marcado pela industrialização e por um maior alastramento de hábitos que antes eram destinados apenas à elite. De acordo com Nakasone (2023), a popularização do rádio, eletrodomésticos e cinema trouxe à tona uma grande necessidade de materiais gráficos que atendessem às novas demandas, intensificando o trabalho dos designers. Dentre os objetos de consumo que ganhavam maior notoriedade, “o cinema constituiu fator importante para o desenvolvimento dos cartazes” (Nakasone, 2023, p. 5).

Nesse período, o cinema se tornou uma febre entre a população brasileira, marcada pelo início da construção da Cinelândia carioca na década de 1920. O cartaz produzido por Humberto Della Latta (fig. 5A) traz em destaque o filme ‘Hei de Vencer’, onde “rompe com a referência da pintura realista e assume uma linguagem gráfica de cores chapadas e contornos bem definidos” (Melo, 2011, p. 102).

Num contexto político e social, os cartazes brasileiros ganharam intensa produção durante a Era Vargas (1930 - 1945), marcado por inúmeros materiais impressos (fig. 5B). Com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, Vargas utilizava meios para atingir uma comunicação em massa, constituído por “diversos recursos, desde cartilhas e cartazes até programas diários de rádio e filmes curtos de exibição obrigatória nos cinemas” (Melo, 2011, p. 215).

Ao criar o concurso de cartazes de propaganda nos chamados bônus de guerra — que consistia na intenção de arrecadar fundos para financiar os custos da participação brasileira na guerra —, Vargas consolidou-se com os mais de 500 mil cartazes de propaganda produzidos pela população, obtendo o valor estimado pelo programa. Isso demonstra a utilização do cartaz como “um dos pilares garantidores do êxito de sua política econômica voltada ao financiamento da participação do Brasil no conflito mundial” (Fraga, 2023, p. 18). Seja em efervescência cultural ou propaganda política, o cartaz brasileiro esteve presente em inúmeros momentos históricos em suas mais diferentes nuances.

Figura 5: Cartazes brasileiros produzidos na primeira metade do século XX



Fonte: Linha do tempo do design gráfico no Brasil (Chico Homem de Melo e Elaine Ramos).
Figura 5A: Hei de vencer, produzido por Humberto Della Latta (1824). Figura 5B: Cartaz de 1º de maio produzido durante a Era Vargas (sem data). Figura 5C: Cartaz do bônus de guerra (1942).

No Brasil de 1964, o medo da suposta ameaça comunista e dos conflitos com o populismo do presidente João Goulart imperava em todos os cantos. Em um país com terreno fértil para uma política conservadora, que era pautado por uma “tradição liberal-oligárquica e pelo autoritarismo pragmático, ambos elitistas e avessos à participação das massas na política” (Napolitano, 2014, p. 19), o medo e a busca por mudanças eclodiam. Por meio de um projeto complexo amparado pela imprensa e com o apoio da sociedade civil e militar, o golpe de Estado consumou-se entre o dia 31 de março e 1º de abril de 1964, dando início ao período da Ditadura Militar no Brasil.

Sob o manto de uma ditadura às escuras e com o discurso de um regime temporário, Castelo Branco iniciou este período como o primeiro presidente do regime militar. Segundo Napolitano (2014), os quatro primeiros anos marcaram as bases da ditadura e do autoritarismo, em que foi necessário equilibrar os interesses da sociedade — que serviu como massa de manobra — e dos quartéis. A promessa era de que a normalidade democrática retornaria em breve, no entanto, a cassação de alguns políticos civis “demonstraram as dificuldades de redemocratização do país” (Moraes, 2009, p. 629). De 1964 a 1968, movimentou-se debates e criações promovidos por artistas e intelectuais, em que, segundo Napolitano (2001, p. 34):

O regime militar, implantado em abril de 1964, enquanto dissolvia as organizações populares e perseguiu parlamentares, ativistas políticos e sindicalistas, paradoxalmente não se preocupou de imediato com os artistas e intelectuais. Entre 1964 e 1968 houve uma relativa liberdade de criação e expressão, mesmo sob a vigilância do regime autoritário.



Nesse período, as artes e expressões gráficas foram amplamente utilizadas como forma de manifestações contrárias ao regime instaurado. No final do ano de 1968, a promulgação do AI-5 endureceu o regime, tornando drástica a censura aos meios de comunicação (Moraes, 2009).

Paradoxalmente, mesmo vivendo uma repressão direta, a sociedade artística viu-se em um maior movimento criativo a partir dos anos 1970, “estimulado pelo crescimento do mercado e pelo papel político que assumiu como lugar da resistência e da afirmação de valores anti autoritários” (Napolitano, 2014, p. 175), em que a maior facilidade de consumo fez com que grande parte da população tivesse acesso a mais produtos de entretenimento e cultura. Ainda de acordo com o autor, a produção cultural foi importante no processo de semear valores democráticos e libertários entre os jovens, fato este que “alimentou a pequena utopia democrática que ganharia as ruas e daria o tom das lutas civis” (Napolitano, 2014, p. 206).

Com a gestão de Geisel (1974 - 1979), a política brasileira viveu um processo lento e gradual de abertura do regime militar (Moraes, 2009). Ainda segundo o autor, foi nesse período que iniciou a Campanha pela Anistia, que clamava pela volta de exilados e a libertação de presos políticos. Após uma ampla campanha de repercussão internacional, a votação da Lei da Anistia, em 1979, representou um grande momento das forças democráticas — mesmo sem ter alcançado totalmente seus objetivos.

3.3 A SEMIÓTICA COMO RECURSO DE LINGUAGEM

Dentro do design, é importante a utilização de ferramentas que façam uso de elementos carregados de significados, em que “além das funções prática, estética e de uso, tem a função significativa” (Niemeyer, 2007, p. 18). Para além destes outros aspectos pertinentes ao design, transmitir a mensagem adequada é um ponto bem importante ao criar um projeto. Segundo Niemeyer (2007), é neste contexto que a semiótica entra como uma ferramenta importante na construção de projetos significativos, adquirindo um caráter cada vez mais estratégico.

Por definição, a semiótica é uma teoria desenvolvida por Charles Sanders Peirce, que estuda “a teoria geral dos signos. Segundo Peirce, signo é algo que representa alguma coisa para alguém em determinado contexto” (Niemeyer, 2007, p.



25). Ainda de acordo com o autor, signos são organizados em códigos, e podem ser definidos como uma representação de um objeto — e não o objeto em si.

Uma das definições do design estabelece uma tríade composta por forma, significado e função, em que cada uma dessas têm uma relação de interdependência (Braidá, 2014). Assim como estes fundamentos do design, a semiótica também é estabelecida por uma relação triádica dos signos: primeiridade, secundidade e terceiridade. Segundo o autor, a teoria desenvolvida por Peirce também estabelece uma relação entre as três categorias, em que a “primeiridade está incluída na secundidade, e essas duas, na terceiridade” (Braidá, 2014, p. 23).

A primeira categoria, nomeada **primeiridade**, se relaciona com aspectos qualitativos, que precedem as reflexões ou interpretações. De acordo com Silveira (2007), a primeiridade está no que é novo, espontâneo e atemporal — puramente aquilo que se mostra ser, sem referências a outras perspectivas.

Em contraste à primeiridade, a segunda categoria aborda uma manifestação específica, onde há uma interpretação do que é visto. A **secundidade** traz à tona a característica da existência, da ação e reação, em uma relação construída a partir da primeira. Segundo Rocha (2021, p. 73):

Na primeiridade temos aquilo que é denominado de “quase-signo”, pois ainda é possibilidade, é quase ser, pois quando passa a ser, estamos no universo do que é segundo. Quando o mundo real nos afeta, quando sentimos frio, quando a aspereza de uma superfície é sentida pela nossa pele, quando somos afetados pelo mundo das sensações [...] há secundidade.

Por último, a **terceiridade** constitui características de convenção, de lei e controle, onde há a conexão do primeiro com o segundo (Niemeyer, 2007). De acordo com Rocha (2021), a terceiridade possui um caráter de generalização, em que as convenções e regras se estabelecem.

Para entender o processo de compreensão dos signos, é necessário definir a classificação destes em três diferentes aspectos: representâmen, objeto e interpretante. O **representâmen** é o que funciona como o signo em si, “algo que integra o processo de representação, passível de ser percebido, sentido” (Niemeyer, 2007, p. 39). Em outras palavras, o representâmen é uma forma sêmica de representar uma outra coisa.

Já o **objeto** é aquilo que é representado pelo signo. Segundo Niemeyer (2007), a casa, por exemplo, é um objeto por si só. Mas a pintura ou fotografia de uma casa é apenas o signo deste objeto — ou seja, apenas a sua representação.



O **interpretante** são as possibilidades de interpretação a partir do signo, é o que este “pode gerar na mente de alguém” (Niemeyer, 2007, p. 43). É importante não confundir com o termo intérprete — o indivíduo que interpreta aquilo que vê. Em suma, de acordo com o exemplo trazido por Santaella (2002, p. 9):

Escrevo um e-mail para minha irmã. O e-mail é um signo daquilo que desejo transmitir-lhe, que é o objeto do signo. O efeito que a mensagem produz em minha irmã é o interpretante do e-mail que, ao fim e ao cabo, é um mediador entre aquilo que desejo transmitir à minha irmã e o efeito que esse desejo nela produz através da carta.

Dentro do representâmen (o signo em si) existem três diferentes aspectos: quali-signo, sin-signo e legi-signo. No **quali-signo**, uma qualidade que é signo, estão as “características que menos o particularizam, como as cores, os materiais, a textura, o acabamento” (Niemeyer, 2007, p. 39). Um exemplo de quali-signo descrito por Santaella (2002) é a cor azul-clara. As particularizações e individualizações começam no **sin-signo**, em que podem ser observadas as formas e dimensões singulares (Niemeyer, 2007). Mas, quando algo é contemplado dentro da lei e de um sistema, recebe o nome de **legi-signo**. De acordo com Santaella (2002), este último está dentro de um padrão e de regras gerais — em contraposição ao sin-signo, que singulariza. No entanto, esses três aspectos frequentemente operam juntos, visto que “a lei incorpora o singular nas suas réplicas, e todo singular é sempre um compósito de qualidades” (Santaella, 2002, p. 14).

Ao analisar o objeto, é importante desenvolver três perspectivas diferentes: ícone, índice e símbolo. O **ícone** funciona como uma representação direta, é um quali-signo que possui relação com o objeto por similaridade. Quando se trata da cor azul-claro, exemplificada anteriormente no quali-signo, Santaella (2002) define que esta cor é associada ao céu por sua semelhança na qualidade do azul. O **índice** trata de indicativos, em que uma forma indica algo — por exemplo, “casos da fumaça como índice de fogo ou do chão molhado como índice de chuva” (Santaella, 2002, p. 19).

Já o **símbolo**, fundamentado no legi-signo, trata de convenções e leis já estabelecidas e aceitas pelas pessoas. De acordo com Santaella (2002), exemplos de símbolos podem ser vistos nas palavras de um idioma e no hino nacional como representação de um país. O significado de uma cor também está associado ao simbolismo cultural; por exemplo, a cor azul transmite calma e serenidade (Martin, 2012). Em suma, “enquanto o ícone sugere através de associações por semelhança



e o índice indica através de uma conexão de fato, existencial, o símbolo representa através de uma lei” (Santaella, 2002, p. 20).

Na relação do signo com o interpretante, existem três níveis: rema, dicente e argumento. A **rema** está associada à possibilidade de interpretação do quali-signo, onde existe uma hipótese interpretativa, em que há um “âmbito de conotações, amplo e impreciso” (Niemeyer, 2007, p. 43). No **dicente**, estão afirmações e particularizações de uma existência real. Por exemplo, quando um “copo está sobre a mesa, este é um signo de existência real, pois sua veracidade pode ser constatada no local em que o copo deveria estar” (Santaella, 2002, p. 26). Já o **argumento** é um signo de lei, associado ao rigor científico, certezas e garantias, onde “estão as regras precisas, fundamentadas e, até certo ponto, não refutadas” (Niemeyer, 2007, p. 43).

Quadro 1: Relações sógnicas

Categorias do signo	Representâmen	Objeto	Interpretante
PRIMEIRIDADE	Quali-signo	Ícone	Rema
SECUNDIDADE	Sin-signo	Índice	Dicente
TERCEIRIDADE	Legi-signo	Símbolo	Argumento

Fonte: Adaptado de Niemeyer (2007, p. 47).

Com esta síntese (quadro 1) pode-se perceber a dinâmica que constitui o signo da semiótica de Charles S. Peirce e com isso, abrir espaço para análise desta investigação.

4 CARTAZES DA DITADURA: ANÁLISE E DISCUSSÃO SIMBÓLICA

4.1 PARÂMETROS DA PESQUISA

Neste capítulo são analisados três cartazes desenvolvidos no período de 1975 a 1980, sob a perspectiva da semiótica de Charles Sanders Peirce, sobre os pontos de vista da primeiridade, secundidade e terceiridade do signo. Cada cartaz traz uma

abordagem de diferentes frentes que movimentaram o cenário da época: o feminismo, a luta do movimento estudantil e a militância política. Cada um deles representa e une os diferentes impactos que essas temáticas geraram no contexto político da época, sendo fortemente representativos em suas respectivas áreas.

4.2 ANÁLISE DOS CARTAZES

O primeiro cartaz desta análise foi criado em 1975, trazendo como temática principal o Movimento Feminino pela Anistia (fig. 6). Dentro da perspectiva dos qualisignos, é possível identificar uma composição construída majoritariamente na cor vermelha — com predominância maior na parte superior —, contrastado pela utilização de tons mais neutros, como o preto e o branco.

Figura 6: Cartaz do Movimento Feminino pela Anistia (1975)



Fonte: Os cartazes desta história.

Por ser muito vibrante, a cor vermelha ganha destaque e chama a atenção em composições e, em muitas culturas, está associada à energia da vida e à coragem (Martin, 2012). Em um contexto que clama por bravura e liberdade, a cor vermelha traz maior conexão com a proposta do cartaz. Por ser desenvolvido em cores sólidas e sem utilização de texturas, o cartaz não traz sensação de volume em sua composição. No entanto, utiliza a repetição de figuras e cor vibrante, trazendo mais



peso e destaque por meio destes recursos. As formas repetidas compõem ícones de mulheres, com inversão e alternância nas cores — ora preenchido por vermelho, ora por branco. Na parte superior, a escrita “Saia da sombra, diga conosco” foi desenvolvida por meio de um lettering mais irregular, com aspecto manual. Esta chamada ganha maior evidência por conta de suas largas dimensões e da cor vermelha em alto contraste. A escrita em destaque traz conexão com a alternância de cores, indicando que as figuras femininas estão saindo da sombra.

Na parte inferior, os dizeres “liberdade” completam a frase, construídos por sílabas destacadas dentro de elipses, com preenchimento em preto. Em relação aos ícones, a forma construída ao redor das figuras indica uma caixa de diálogo evocada pelas mulheres na composição. Em menor destaque, na parte inferior, o cartaz faz ligação direta com 1975, considerado o Ano Internacional da Mulher. Ao lado, a pomba da paz, atrelada ao espelho de vênus e ao sinal da igualdade, traz simbolismos significativos para o cenário da época. O símbolo foi criado em 1975 pela designer Valerie Pettis, com o objetivo de representar a busca pela igualdade feminina. De acordo com Melo (2012), elementos como estes foram amplamente utilizados em contextos de militância política. Quando símbolos são utilizados em larga escala, vem a importância de ter “a percepção da potência que esses ícones carregam — eles são códigos capazes de remeter de imediato a uma rede de referências simbólicas” (Melo, 2012, p. 249).

Culturalmente e em caráter de terceiridade do signo, a pomba é vista como “o espírito da esperança, símbolo de bons agouros e emblema da paz” (Martin, 2012, p. 244). No contexto do cartaz, o signo traz singeleza e leveza, além de um indicativo contra práticas violentas direcionadas à mulher — de modo geral, uma busca por maior sutileza no próprio discurso e nas relações humanas. O espelho de vênus atrelado ao símbolo de igualdade reforça o caráter feminino do logotipo, configurando a busca pela equidade.

Apesar da repetição de traços numa perspectiva mais ampla, as elipses dentro das figuras femininas mudam de aspecto e tamanho, indicando o movimento da boca. No aspecto simbólico da composição, é possível perceber que as mulheres estão ganhando voz para seu grito de liberdade, indicado pela exclamação de cada sílaba junto à união feminina. Além disso, mesmo que todas as mulheres estejam todas juntas e possuam estruturas semelhantes, cada figura traz um aspecto diferente — o que denota, em menor grau, a particularização e individualização prevista no sin-

signo. Elas estão unidas, mas cada uma preserva a sua particularidade e singularidade. Ainda assim, a homogeneização e grande semelhança entre elas é o que prevalece, reforçando a ideia de que estão conectadas por um único objetivo e propósito — ou seja, dentro da proposta do cartaz, o grito coletivo ainda é maior do que qualquer apelo individual.

Figura 7: Cartazes produzidos pela artista plástica Virginia Artigas



Fonte: Os cartazes desta história (Vladimir Sacchetta).

A irregularidade dos traços se assemelha às obras da artista plástica Virginia Artigas (1915 - 1990), que criou uma série de cartazes referentes ao ano de 1975, designado pela ONU como o Ano Internacional da Mulher (fig. 7). Além disso, as composições carregam semelhança com a xilogravura do cordel nordestino, fazendo grande “referência à linguagem gráfica popular” (Melo, 2012, p. 250). Em muitas das obras da época, as militantes brasileiras traçaram “um paralelo com a luta de trinta anos antes, em 1945, ao final do Estado Novo” (Sacchetta, 2012, p. 74). Ainda de acordo com o autor, o trabalho do movimento feminino foi fundamental na luta contra a ditadura militar.

Figura 8: Cartaz de divulgação do Congresso da UNE (1979)



Fonte: Memorial da Democracia.

O segundo cartaz foi criado em 1979, com o movimento estudantil em destaque (fig. 8). No cartaz, é possível observar palavras de ordem e a busca pela reconstrução da entidade da UNE (União Nacional dos Estudantes). Pelo viés dos quali-signos, a composição foi construída com a utilização apenas da cor preta, com efeitos de sombras criados por hachuras. As figuras são apresentadas de forma desordenada, mas com realismo nos traços. Em alguns aspectos, a obra traz conexão com o movimento *punk*, por trazer uma estética de brutalidade e escuridão. Segundo Gallo (2010), o movimento *punk* é permeado pela incredulidade e subversão em relação ao conservadorismo, divulgando críticas por meio de obras impactantes (fig. 9). O cartaz traz alguns destes aspectos ligados ao *punk* — um movimento que, ainda de acordo com o autor, teve grande influência nos anos 1970.

Diante do cenário de transformações sociais e da contracultura que permeou os anos 1970, o design gráfico surgiu como um forte aliado de contestação e busca por mudanças (Miyashiro, 2011). Nesta peça em específico, o artista utilizou dos quadrinhos como um recurso artístico para tecer críticas e contestar o modelo político vigente na época. Por meio dos quadrinhos apresentados na obra, diferentes contextos são visualizados em um mesmo cenário: a perda da sede da UNE, a

No rosto do jovem, o símbolo do mapa do Brasil é colocado sobreposto às hachuras, sustentando os dizeres “UNE”. Simbolicamente, o mapa traz a ideia de que toda a juventude estudantil brasileira está unida por esse propósito, reforçando a união dos estudantes.

Figura 10: Calendário em forma de cartaz desenvolvido pelo artista plástico Otávio Roth (1980)



Fonte: Fundação Perseu Abramo.

O último cartaz foi desenvolvido pelo artista plástico Otávio Roth, em 1980, trazendo como temática central a luta da militância política (fig. 10). De acordo com Sacchetta (2012), esta composição faz parte de uma série de calendários, desenvolvidos com o objetivo de arrecadar fundos para a Campanha pela Anistia (fig. 11). Em destaque, na parte superior, os dizeres “Sobrevivi. Levarei na pele, na alma, o nome de meus mortos” foram desenvolvidos com lettering irregular e manual. O tom e as características da escrita reforçam o caráter artesanal e popular, indicando os apelos que vêm da população de uma forma direta e crua. O cartaz assume uma particularidade mais crítica e impactante, sendo utilizado como uma importante mídia de combate à ditadura militar, num contexto em que cartazes políticos têm grande relevância na agitação e propagação de ideias (Sacchetta, 2012).

Figura 11: Outros cartazes do calendário produzido por Otávio Roth



Fonte: Fundação Perseu Abramo.

A composição é majoritariamente constituída por quali-signos em tons mais neutros, principalmente o preto. Em uma perspectiva cultural e simbólica, a cor preta está ligada ao luto, melancolia e morte (Martin, 2012). As texturas remetem às hachuras e digitais, reforçando e indicando as marcas que os indivíduos trazem, em nível físico e emocional. A impressão das digitais humanas se conecta com estas hachuras, representando o ícone de duas mãos. Na perspectiva dos sin-signos, a marca e os traços individuais de cada mão fortalecem a singularização e a identidade de cada indivíduo que viveu a opressão, indicando as marcas físicas e emocionais do contexto histórico e a memória dos que viveram isso. Estes recursos estimulam o leitor a visualizar por uma perspectiva mais humana e empática — direcionada à história de quem sentiu na pele, para além de números e dados de mortos e presos políticos.

As mãos em maior destaque articulam o objetivo da obra, que é trazer à tona a história de luta e as marcas da opressão, por meio de recursos que garantem a manutenção da memória aos que já se foram — e, também, o apoio e acolhimento aos que continuam. Desde a pintura rupestre, as mãos são utilizadas como um forte ícone de poder e força, em que “colocaram aparentemente as suas mãos e sopraram ocre vermelho e cinza preta sobre elas, deixando visível a sua marca 20.000 anos mais tarde” (Martin, 2012, p. 381). Assim como na pré-história, as mãos no cartaz também servem como um registro histórico e uma continuidade à memória.

Entrelaçados às mãos, as faixas vermelhas atravessam os ícones de forma irregular. Por estar sobreposto aos principais ícones do cartaz, as faixas indicam essa marca profunda na vida dos que ainda continuam na luta, fazendo ligação com a escrita “Levarei na pele [...]”. Culturalmente e diante do contexto do cartaz, a cor

vermelha está ligada à presença de sangue e à violência, reforçando a angústia vivida pelos que viveram a opressão na pele; no entanto, a cor também está ligada com a vida, em que o “significado está relacionado, basicamente, com a experiência humana do sangue e do fogo. No pensamento primitivo, sangue era vida” (Martin, 2012, p. 639). Portanto, apesar de denotar a presença de violência e morte, a cor vermelha, aliada com as impressões digitais, sugere que o pulso da vida irá continuar intacto por meio de memórias e histórias cravadas.

Figura 12: Cartazes analisados



Fonte: 12A: Os cartazes desta história. 12B: Memorial da Democracia.

12C: Fundação Perseu Abramo.

Os três cartazes (fig. 12) compreendem e abordam o período da Campanha pela Anistia — que não teve seu objetivo totalmente alcançado, mas que representou um grande momento democrático com a votação da Lei da Anistia. A linguagem gráfica popular marca forte presença nos cartazes, com os traços irregulares e utilização de hachuras em alguns pontos. Este recurso denota o forte apelo popular dos materiais gráficos, como forma de criar conexão e sensibilização com foco nos temas abordados. A utilização de elementos gráficos é um importante recurso na preservação da memória e registros históricos, para além de estatísticas — por meio disso, é possível trazer um olhar mais humano e sensibilizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, os anos de Ditadura Militar no Brasil foram marcados por grande repressão — mas, paradoxalmente, por uma intensa efervescência cultural como forma de resistência ao regime. A exacerbada criação de materiais gráficos



foram importantes na ampla sensibilização e introdução de valores libertários entre jovens e, de acordo com Napolitano (2014), foi essa produção cultural que alimentou o ímpeto pela luta democrática.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, foi possível encontrar inúmeros materiais artísticos relacionados ao período — principalmente relacionados à produção musical entre os anos de 1964 a 1970. No entanto, em relação aos cartazes, a maior produção e divulgação estão compreendidos entre os anos 1974 a 1979 — destes, grande parte estão relacionados à Campanha pela Anistia.

Diante disso, a pergunta-problema: De que forma a linguagem utilizada em cartazes impactou simbolicamente o cenário político da Ditadura Militar no Brasil? tem como resposta a manutenção e preservação da memória histórica e política, em que a preservação das lembranças e memórias é uma forma de superar o sofrimento.

Além disso, a linguagem utilizada em cartazes — e outros materiais gráficos da época — foi responsável por parte da repercussão e sensibilização do tema entre a população, que proporcionou a introdução de valores democráticos nas mais variadas camadas da sociedade. Por meio da semiótica, foi possível identificar quais elementos e simbolismos são capazes de estimular diferentes sensações e reflexões no leitor dos cartazes — diante de símbolos que estão no imaginário popular.

O objetivo que tinha como foco identificar o papel social e político do design foi apresentado no capítulo 2, onde foi apresentado a política na história do design por meio da introdução histórica com William Morris, o construtivismo na Revolução Russa e o episódio de Maio 1968 na França. Além disso, alguns materiais sociais e históricos foram apresentados nos capítulos 2 e 3, onde foram abordados cartazes da Belle Époque, do cinema brasileiro e da Era Vargas. O capítulo 4 foi destinado a apresentar o impacto simbólico dos cartazes no cenário político durante a Ditadura Militar nas décadas de 1970-1980. Neste contexto, foram apresentados cartazes produzidos entre 1975 e 1980, com temática voltada à Campanha pela Anistia.

Como continuidade e perspectivas futuras em relação à temática desta pesquisa, coletar e analisar materiais gráficos produzidos pelo regime militar é uma importante maneira de trazer um contraponto. A partir deste outro ângulo, será possível explorar os recursos gráficos utilizados pelo regime, como forma de propaganda política e manutenção do poder.

A mudança de perspectiva em relação à história e ao design permeou o desenvolvimento desta pesquisa — durante o processo, ambas as áreas foram



colocadas sob um ângulo mais humanizado. Como forma de preservação histórica, contribui no resgate de materiais gráficos que marcaram um período, direcionado a uma análise que conserva a memória dos criadores dos cartazes e dos leitores outrora por eles impactados. Em relação ao design, colocá-lo sob um ângulo social possibilita ver as mobilizações, memórias e alcances dentro de uma sociedade — e dentro da própria história.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith.; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

ARMSTRONG, Helen. **Teoria do Design Gráfico**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. **Tríades do design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

BRAGA, Marcos. **O papel social do design gráfico: história, conceito & atuação profissional**. 1. ed. São Paulo: Senac, 2011.

FABRES, Paola. **Arte e Design: uma análise sobre a comunicação visual aplicada aos trabalhos da vanguarda Construtivista Russa**. Strategic Design Research Journal. Porto Alegre, v. 5, p. 114-119, 2012. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/sdrj.2012.53.03/1339>. Acesso em: 14 abr. 2024.

FRAGA, André Barbosa. **A compra dos bônus trará a vitória para o Brasil: o concurso de cartazes de propaganda das obrigações de guerra**. Unesp. São Paulo: v.42, p. 1-22, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/his/a/YGSh8nm5WjPgxCq4nYhr9jD/?lang=pt>. Acesso em: 16 set. 2024.

GALLO, Ivone. **Por uma historiografia do punk**. Projeto História: Revista Do Programa De Estudos Pós-Graduados De História. São Paulo, v. 4, p. 283-314, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/6542>. Acesso em: 24 abr. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MACEDO, Letícia. A revolta de maio de 68 na França através dos cartazes feitos na época. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/a-revolta-de->



maio-de-68-na-franca-atraves-dos-cartazes-feitos-na-epoca.ghhtml. Acesso em: 06 maio 2024.

MARTIN, Kathleen. **O Livro dos Símbolos**. 1 ed. São Paulo: Taschen, 2012.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MORAES, José. **História: Geral e Brasil**. 3 ed. São Paulo: Atual, 2009.

NAKASONE, Claudinei. **Fernando Pimenta e o cinema brasileiro no cartaz**. Revista Belas Artes. São Paulo:, v.4, p. 5-10, 2023. Disponível em: <https://revistas.belasartes.br/revistabelasartes/article/view/189>. Acesso em: 16 set. 2024.

NAPOLITANO, Marcos. **1964: História do Regime Militar Brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

NAPOLITANO, Marcos. **Cultura brasileira: utopia e massificação (1950 - 1980)**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

NAPOLITANO, Marcos. **Juventude e contracultura**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2023.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos da semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

RAIMES, Jonathan; BHASKARAN, Lakshmi. **Design Retrô: 100 anos de design gráfico**. 1. ed. São Paulo: Senac, 2007.

ROCHA, Dilson Brito da. **Apontamentos sobre a semiótica**. Revista Multiplicidade. São Paulo, v. 10, p. 69-76, 2021. Disponível em: <https://revistas.fibbauru.br/multiplicidadefib/article/view/460/460>. Acesso em: 22 mai. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

SACCHETTA, Vladimir. **Os cartazes desta história**. 1. ed. São Paulo: Escrituras, 2012.

SANTOS, Leonardo. **Construtivismo Russo: a arte e o design gráfico dos cartazes soviéticos**. Centro Universitário UNIVATES. Lajeado, p. 10-26, 2014.

SILVA, Adriane Santos da. **Arte Aplicada: O artesanato e suas relações com a arte, vida e educação**. Caxias do Sul, p. 13-16, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/9064>. Acesso em: 22 ago. 2024.

SCHWARCZ, Lilia. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.



SILVEIRA, Lauro Frederico Barbosa. **Curso de Semiótica Geral**. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

PEVSNER, Nikolaus. **Os pioneiros do desenho moderno**: De William Morris a Walter Gropius. São Paulo: Martins Fontes, 2002.