

EM BUSCA DA IDENTIDADE NACIONAL NO *DESIGN* DE ROGÉRIO DUARTE

Luis Gustavo Bueno Geraldo¹

Tomas Guner Sniker²

GERALDO, L. G. B. ; SNIKER, T. G. Em busca da identidade nacional no *design* de Rogério Duarte. *Revista Educação Gráfica*, Bauru, n.9, p.71-80, 2005.

Resumo

Nome de fundamental importância para a história do design nacional e um dos principais pensadores por trás da *Tropicália*, Rogério Duarte é dono de uma das obras mais ricas da comunicação visual brasileira. Preocupado com os traços da cultura nacional, seu trabalho reflete também uma constante pesquisa acerca das características dos meios de reprodução em massa e suas possibilidades. Com isso, sua obra nos ajuda a traçar alguns pontos acerca de uma possível identidade brasileira do *Design*. Através de uma análise de sua produção gráfica e de seu pensamento projetual, este trabalho busca levantar alguns aspectos que possam enriquecer as discussões sobre o *Design* nacional.

¹ Bacharel em Desenho Industrial, habilitação em Programação Visual, pela Unesp – Campus Bauru; luisgbg@gmail.com

² Bacharel em Desenho Industrial, habilitação em Programação Visual, pela Unesp – Campus Bauru; tomasgs@bol.com.br

Palavras-chave: Design, Tropicália, Desenho Industrial, Cinema Novo.

Abstract

Rogério Duarte is a well-known name in the national design history and one of the main thinkers behind the *Tropicália*; the artist of one of the richest works in the Brazilian visual communication. He has always been concerned with the characteristics of the national culture, his work also reflects a constant research on the mass reproduction media and its possibilities. Therefore, his work helps us trace some points about a possible Brazilian Design Identity. By analyzing his graphical production and his projectual procedures, this article intends to raise some aspects that could contribute for the discussions about the national Design.

Keywords: Design, Tropicália, Industrial Design, Cinema Novo.

Eu sempre estive nu. Na academia de Acordeão Regina tocando La Comparsita, eu estava nu. Eu só sabia que estava nu, e ao lado ficava o camarim cheio de roupas coloridas, roupas de astronauta, pirata, guerrilheiro. E eu, do mais pobre da minha nudez, queria vestir todas. Todas para não trair minha nudez. Mas eles gostam de uniformes, admitiam até a minha nudez, contando que depois pudessem me esfolar e estender a minha pele no meio da praça como se fosse uma bandeira, um guarda-chuva. Mas não há guarda chuva contra o amor, contra os Beatles, contra os Mutantes. Não há guarda-chuva contra Caetano Veloso, Guilherme Araújo, Rogério Duarte, Rogério Duprat, Dirceu, Torquato Neto, Gilberto Gil, contra o câncer, contra a nudez. Eu sempre estive nu. Com o fardão da Academia, eu estava nu. Minha nudez Raios X varava os zuartes, as camisas listradas. E esta vida não está sopra e eu

pergunto: com que roupa eu vou pro samba que você me convidou? Qual a fantasia que eles vão pedir que eu vista para tolerar meu corpo nu? Vou andar até explodir colorido. O negro é a soma de todas as cores. A nudez é a soma de todas as roupas.

Rogério Duarte, texto que consta na contracapa do disco de Gilberto Gil de 1968.

É notável o número de pessoas que se propõe a discutir a questão relacionada à identidade do *Design* brasileiro. Tema recorrente nos encontros de estudantes e profissionais do *Design*, além de um sem número de pesquisas nas universidades brasileiras, a busca, ou melhor, a identificação de características e produções que somadas resultem em um montante que possamos classificar como *Design* brasileiro, parece ter se tornado uma verdadeira obsessão da área.

Podemos citar vários fatores que podem motivar tal interesse, e dentre eles destacamos três: o primeiro, diz respeito à denominação *periférico*, dada ao Brasil e a outros países que outrora compunham o chamado *Terceiro Mundo*, assim como as políticas correlacionadas a estas denominações. *Periférico* se refere àquele que fica à margem, ou seja, aquele que não compõe o centro, pois vive em separado e longe da evidência, da produção e da discussão. Como sabemos, existe certa descrença na capacidade de entendimento e na produção de objetos culturais daqueles que vivem à margem.

Historicamente, não só em relação ao *Design*, mas também a outras atividades projetuais, o Brasil e os países outrora chamados *subdesenvolvidos*, hoje muitas vezes classificados como *emergentes*, sempre foram posicionados nas relações

internacionais do trabalho como fontes de matéria prima para a produção. Conseqüentemente, se estes países forneciam o material, o projeto, que se refere à atividade intelectual, era desenvolvido por outros países. Neste sentido, boa parte dos objetos industrializados que encontrávamos no Brasil até meados da década de 90 eram projetados fora.

O segundo ponto diz respeito à introdução tardia da profissão de *designer* no país. Na Europa, as primeiras discussões acerca da integração entre arte e técnica datam dos últimos anos do século XIX, se complexificando e se atualizando nas primeiras décadas do século XX, o que acabou por situar a atividade projetual do *Design* junto a ramos de atuação tradicionais como a arquitetura e a engenharia. No Brasil, o *Design*, ou melhor, o *Desenho Industrial*, foi introduzido oficialmente com a criação da primeira escola superior de Desenho Industrial no país, a ESDI no Rio de Janeiro, na década de 60³. A escola, seus professores, o conceito de *Desenho Industrial* adotado e as referências de produção mantinham relação estreita com o racionalismo europeu e com uma história do *Design*, da qual até aquela data o Brasil não fazia parte, pelo menos não oficialmente.

A sensação de importação de uma atividade se encerra em uma busca constante de deixá-la com uma cara brasileira. Podemos identificar este mesmo fenômeno em outras áreas da produção cultural nacional, como exemplo o cinema – mesmo com a ocorrência de produções com grau elevado de qualidade artística, técnica e conceitual como foram o *Cinema Novo* e o *Cinema Marginal*, a produção

nacional ainda sofre, tanto dentro do país como fora, carência de reconhecimento.

O terceiro e último ponto se refere à forte influência do pensamento europeu *Racionalista* nos primeiros anos da produção nacional. Os principais expoentes do *Design* brasileiro aplicaram o estilo e o pensamento projetual das duas principais escolas de *Design* do mundo: a *Bauhaus*, que teve sua atuação no período entre 1919 e 1933, e a escola de *Ulm*, herdeira de boa parte do pensamento da *Bauhaus*, que iniciou suas atividades em 1953 e permaneceu até o ano de 1968. Desnecessário explicar o peso da *Bauhaus* na produção mundial desde as primeiras décadas do século XX. Esta forte influência identificada nos profissionais brasileiros teve como conseqüência a confecção de objetos de *Design* que, embora bem elaborados e resolvidos do ponto de vista formal, nem sempre demonstravam estar sintonizados com as necessidades e a cultura brasileiras.

Ao apontar alguns fatores que nos ajudaram a entender a busca por uma identidade do *Design* brasileiro, percebemos que uma identidade não se busca, ou sequer se identifica, mas já é dada, construída, de modo intrínseco e indissociável à história e à produção cultural de uma nação. Sendo assim, este trabalho tem como objetivo traçar alguns pontos acerca de uma das possíveis identidades gráficas brasileiras, analisando uma das personalidades mais importantes no que se refere à comunicação visual nacional: Rogério Duarte – o *designer* da *Tropicália*.

Um dos nomes fundamentais da história do *Design* nacional, Rogério Duarte iniciou sua produção na década de 60, quando saiu

³ NIEMEYER, Lucy. 2000. *Design no Brasil*. Rio de Janeiro: 2AB, p. 27,28.

da sua Bahia natal para instalar-se no Rio de Janeiro. Naqueles anos o Rio era palco de agitações sociais e culturais intensas, aliás, toda a década de 60 foi marcada pelo alto grau de agitação cultural e política no país. É notória a modernização e a ampliação do parque industrial no Brasil, assim como o aumento da influência dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade. O cenário político era conturbado: o Brasil começou a década governado por um presidente com tendências esquerdistas, derrubado em 1964 pelo governo militar, que instituiu um governo ditatorial que perdurou por duas décadas. No campo cultural, vários movimentos importantes estavam em voga, como a *Bossa Nova*, o *Movimento Concreto*, e posteriormente o *Cinema Novo* e a *Tropicália*.

Design Gráfico – primeiros anos de pesquisa formal

No Rio, Rogério começa a trabalhar com Aloísio Magalhães, um dos principais nomes do *Design* nacional do século passado, onde fica durante um ano. Ao longo desse período, Duarte tem contato com a escola racionalista da forma, que vinha desde a *Bauhaus*, e que àquela época estava sendo introduzida no Brasil através do trabalho de importantes nomes, como o próprio Magalhães e outros, como Alexandre Wollner. De certo modo, Rogério Duarte incorporou aspectos do *Racionalismo* em sua obra, mas também renegou e criticou outros. Esta apreensão crítica do *Racionalismo* europeu, aliada a uma preocupação com a cultura nacional, resultou em uma produção singular e de difícil rotulação. Vale lembrar que o *Racionalismo* se caracterizava pela economia de formas e cores em suas composições, em estruturas equilibrada-

mente geométricas, buscando gerar formas que resumissem a função de suas produções.

Nos anos que se seguem, Rogério percorre um caminho solitário numa pesquisa formal que une diversas questões em discussão na época. Uma de suas preocupações mais evidentes se referia às características dos meios técnicos utilizados para a reprodução em massa, como o *off-set*. Duarte foi um dos pioneiros no país a compreender a linguagem impressa, em suas potencialidades e limites, e preocupava-se em criar respeitando as características dessa linguagem. O *designer*, segundo ele, deveria ter um amplo conhecimento acerca dos meios técnicos utilizados para a finalização do trabalho, e a criação deveria ser coerente com as características destes, quaisquer que fossem. Foi essa pesquisa que o levou a produzir alguns dos seus trabalhos mais célebres, como o cartaz para o filme de Glauber Rocha, *Deus e o Diabo na Terra do Sol*. Ao tomar essa postura, Duarte definiu o *designer* como um profissional irremediavelmente ligado aos meios de reprodução em massa, diferentemente do artista, que continuava ligado a um circuito fechado, de museus e galerias. Dessa forma, embora essas questões já tivessem sido levantadas anteriormente pelos europeus, através dos teóricos da *Bauhaus* e outros, Rogério Duarte foi um dos responsáveis por essa tomada de consciência da realidade técnica em âmbito nacional.

A produção de Duarte atinge uma amplitude maior de possibilidades e atuações com a execução de identidades visuais para uma série de empresas e estatais, cartazes de exposições e mostras. Entretanto, é no ponto em que se relacionam seus trabalhos e a *Tropicália* que encontramos o cerne de sua obra. Rogério foi responsável pelo projeto gráfico de alguns dos discos inaugurais da *Tropicália* como o primeiro disco solo de

Caetano Veloso e o segundo de Gilberto Gil, ambos de 1968, além de ser sido, segundo muitos dos protagonistas do movimento, um de seus mentores intelectuais.

O Design da *Tropicália*

Movimento estético dos anos 60, liderado por Caetano Veloso e Gilberto Gil, a *Tropicália* propunha uma profunda renovação da música popular brasileira. Contra o puritanismo musical de parte da sociedade da época, que buscava isolar o país das influências estrangeiras, Veloso e Gil propunham o uso das novas tecnologias e dos veículos de comunicação de massa, defendendo uma produção artística liberta de formatos e pressupostos, ao mesmo tempo em que respeitavam a tradição artística nacional. Daí o seu não entendimento por parte da esquerda política nacional, representada principalmente pelos estudantes universitários, que à época defendiam uma produção artística baseada nas tradições culturais nacionais e no engajamento político. Os tropicalistas, por seu lado, não estavam interessados somente em política, e não se preocupavam com o engajamento na sua obra.

A proposta tropicalista se pautava na absorção das mais diversas influências no processo de criação, da cultura pop à erudita, passando pelos movimentos regionais tradicionais, constituindo nesse procedimento a sua originalidade. Ao tomar essa postura, os tropicalistas requeriam o legado modernista de Oswald de Andrade. O manifesto Antropófago, publicado em maio de 1928 pode ser considerado a cartilha que

norteou a profusão de pensamentos e ações da *Tropicália*. O manifesto Antropófago relega ao Brasil um modo de ser que pode ser definido como um canibalismo cultural, em que o país se alimenta de outras culturas, as ruma, digere e cria a partir daí outra coisa. Esse manifesto foi apresentado como uma atitude crítica de *devoração*, contra a situação passiva de subserviência com que o Brasil era bombardeado pelos valores culturais estrangeiros. Este olhar crítico seria capaz de assimilar, apreender e repudiar a cultura estrangeira, bem como realçar elementos culturais nacionais abafados pelo processo de colonização.

Embora seja reconhecido como um movimento musical, a *Tropicália* pode e deve ser estendida a vários ramos de atuação além da música. Podemos citar o Teatro Oficina de José Celso Martinez, a produção artística de Hélio Oiticica e o cinema de Glauber Rocha. E, no campo do *Design*, o principal nome certamente é Rogério Duarte, ao levar os procedimentos tropicalistas para as artes gráficas. Porém, mais do que o *designer da Tropicália* como ficou popularmente conhecido, seu pensamento profícuo, que extravasa sua própria produção de *Design*, foi capaz de influenciar profundamente os protagonistas do movimento, como podemos constatar nesta frase de Glauber Rocha, numa conversa com Caetano Veloso: "Não se esqueça de que por traz de todos nós existe Rogério Duarte"⁴.

Para aprofundarmos o entendimento das contribuições trazidas por Duarte para o campo do *Design*, após esta breve explanação dos conceitos correlacionados

⁴ In: DUARTE, R. 2003. *Tropicaos*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, p.142.

à sua obra e à *Tropicália*, partiremos para uma análise de alguns de seus trabalhos mais significativos. Estes trabalhos evidenciam a multiplicidade de linguagens que convergiram em sua produção.

Análises dos objetos

“Eu tive uma carreira acidentada, na medida em que fui preso e torturado, e assim posto fora de combate muito cedo. E isso teve um lado ruim, mas teve outro bom também. Porque hoje eu percebo que, se não continuei produzindo uma obra gigantesca, fiz poucas coisas que puderam ser melhor apreciadas”⁵.

A obra de Rogério Duarte, se não tão vasta quanto a de muitos de seus contemporâneos, é bastante heterogênea, de forma que não podemos identificar um “estilo” na sua produção, mas alguns pontos de convergência que norteiam o todo de sua obra. Os objetos que selecionamos para esta análise são exemplos da diversidade do *Design* de Duarte: o primeiro, a capa do primeiro Lp de Caetano Veloso; o segundo, o pôster para o filme *deus e o diabo na terra do sol*, de Glauber Rocha; e finalmente, o logotipo da rede de televisão TVE.

Objeto primeiro

O projeto gráfico do disco “Caetano Veloso” é de 1968. É um dos discos que inauguraram oficialmente a *Tropicália*, e um dos mais importantes da carreira do músico. Composta de uma ilustração em tons fortes e chapados, com uma fotografia de Caetano

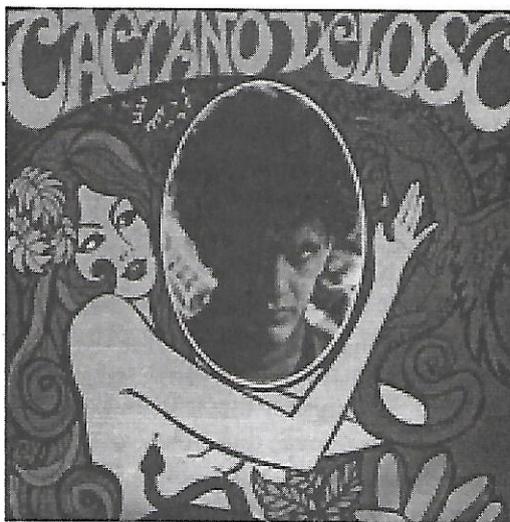


Figura 1: Capa do disco de Caetano Veloso (1968).

e o título “Caetano Veloso” acima, a capa pode ser entendida, numa análise superficial, como um trabalho “psicodélico”. Entretanto, embora evoque elementos da *Psicodelia*, identificáveis principalmente na tipografia utilizada, ao aceitarmos esse rótulo restringimos o sentido do trabalho, pois há nele preocupações que não se limitam à estética psicodélica. O próprio Rogério relata, com certa acidez, que ele não se identificava com o estilo psicodélico: “O psicodélico me irritava. Tudo era muito igual, aquelas letras com florzinhas”⁶.

O grande mérito deste trabalho está no que muitos, na época, condenaram: o desenho que compõe a capa, algo como uma ninfa segurando um dragão, não foi originalmente criado por Rogério. É uma apropriação de uma ilustração, que por sua vez já derivava de gravuras renascentistas. O *designer* valeu-se

⁵ DUARTE, R. 2003. *Tropicaos*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, p.164.

⁶ In: REVISTA da ADG, nº 20. São Paulo, 2000, p. 20.

de um desenho diluído no repertório ocidental e trabalhou sobre ele, num novo contexto (uma capa de um disco de música popular) e sob uma nova técnica (o *off-set*). Ao proceder dessa maneira, Rogério Duarte colocou uma questão importante para o *Design*, que nos diz respeito ainda hoje: a apropriação dos signos que fazem parte do repertório cultural da sociedade. Esse procedimento se opõe à autoria pessoal, e reflete o pensamento de um *designer* que é mais um articulador de idéias do que um autor, na acepção tradicional da palavra.

Duarte já realizava assim, nos anos 60, um procedimento que hoje, num mundo inundado por signos e repleto de técnicas digitais de produção, se encontra bem mais difundido.

Objeto segundo

Trabalho de maior alcance de público e reconhecimento de Rogério Duarte, o cartaz do filme *deus e o diabo na terra do sol* de Glauber Rocha, de 1964, transcendeu a categoria de mídia para divulgação do filme, para se tornar um ícone do *Cinema Novo*. Imagem de fácil identificação devido a sua paleta de cores fortes e contrastantes, o pôster já foi utilizado inúmeras vezes como referência em livros sobre a história do *Cinema Novo* e sobre a obra de Glauber Rocha.

Naqueles anos muitas discussões surgiram acerca dos meios de reprodução em massa, sobre o real alcance destes e sobre os projetos e linguagens que seriam destinados à reprodução. Neste sentido, Duarte tentava otimizar em suas produções estas novas possibilidades, como fica evidente em suas palavras:

“Há uma história interessante sobre esse cartaz, porque mesmo Glauber, com toda sua clarividência, demorou para sacar



Figura 2: Cartaz do filme *deus e o diabo na terra do sol*, de Glauber Rocha

o que eu estava querendo. Ele dizia ‘Rogério, você é bom, não tem que ficar fazendo cartazes’. E eu pensava, ‘pobre Glauber, não sacou nada...’ Depois eu pude brincar com ele, e dizer: ‘Gostei do filme que você fez para o meu cartaz...’ E essa inversão é importante. Muita gente diz ‘o pôster do filme’. Não é o pôster do filme, é o pôster do próprio pôster. E é o mesmo com as capas de discos. Ou seja, a capa perde seu caráter puramente acessório, de ser uma cobertura cuja função seja apenas proteger uma coisa, para se tornar uma mídia, um suporte. Nesse ponto eu digo que foi importante, porque eu assumi a postura de ser um designer. Havia aquela idéia de artes superiores e artes inferiores, o que é uma discriminação, e eu era um militante radical contra isso. Eu dizia,

não importa a pintura, a pintura é para pintores. E eu não sou pintor, sou um designer”⁷.

Além de ser uma atividade projetual que visa alcançar um grande número de pessoas, seja pela reprodução em série, seja pela difusão nos meios de comunicação, o *Design* sempre manteve diálogo constante com o uso das tecnologias e o emprego destas na cultura. Como já dito, Duarte foi precursor no cenário nacional deste estreitamento entre o *Design* e os meios técnicos de produção, levando em conta suas possibilidades, como podemos notar em suas palavras sobre o pôster: “Nesse Cartaz eu utilizo toda uma nova concepção de cor, que é fruto de toda uma pesquisa profunda. O *off-set* se caracteriza pela pouca quantidade de tinta. Então se você pega uma fotografia, por mais bela que seja, e apenas a reproduz sem conhecer direito as especificidades do *off-set*, e se você imprime só o vermelho, fica desbotado. Há uma perda muito grande. Então você tem que estudar o meio que trabalha e tirar dele o máximo partido. E foi o que eu fiz. Por exemplo, no cartaz de *deus e o diabo na terra do sol* era o vermelho que assustava. Para dar mais colorido, conseguir uma cor mais forte, possibilitar que o espectador sinta a tinta, eu formei o vermelho com seus componentes em termos de pigmento para formar o vermelho. E aquilo causou um efeito muito forte. O que era a concretização de toda a minha pesquisa sobre *Design*. E assim eu consegui que meus trabalhos passassem a ser não mais uma referência de uma outra coisa, mas obras em si, reais. O papel expressava”⁸.

Ainda, do ponto de vista formal, Duarte confeccionou um cartaz cujas linhas de força e simetria são evidentes na composição de uma imagem imponente, pontual, que não negaria as reais possibilidades do filme se tornar um épico. Neste sentido, o cartaz entra em sintonia não só com o filme *deus e o diabo na terra do sol*, mas com toda a obra de Glauber Rocha, que por diversos momentos, almejou um movimento revolucionário de contracultura nascido do Terceiro Mundo. A simetria reforça ainda o jogo de contrastes formados pelas cores amarela e vermelha e preto e branco da fotografia. Contrastes que tomam um sentido ainda mais interessante e profícuo de significados quando verificamos o magenta sobre o vermelho e a tênue diferença que existe entre as duas cores. O pouco contraste entre os tons os funde e os torna quase que indiscerníveis, talvez em uma alusão à dificuldade naqueles tempos em deixar as coisas estanques, separadas como no preto sobre o branco.

Assim, apesar da crueza e síntese visual, o cartaz se abre para uma exuberância de significados possíveis. O trabalho tipográfico é justaposto de modo claro e objetivo sob a imagem. Em entrevista concedida à revista da ADG Rogério comenta sobre o papel importante desempenhado pela tipografia: “O simples fato de ter escrito *deus e diabo* em caixa baixa era revolucionário”⁹.

O pôster de *deus e o diabo na terra do sol* é reconhecido por muitos como o mais célebre trabalho de Duarte e uma das imagens mais fortes na representação do

⁷ DUARTE, R. 2003. *Tropicaos*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, p.162,163.

⁸ DUARTE, R. 2003. *Tropicaos*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, p.162.

⁹ In: REVISTA da ADG, nº 20. São Paulo, 2000, p. 20.

cinema nacional e das décadas que envolveram o *Cinema Novo* e a *Tropicália*. Ele sintetiza, de certa forma, vários aspectos do trabalho de Rogério Duarte, assim como muitas das questões presentes nas discussões estéticas da época.

Objeto terceiro

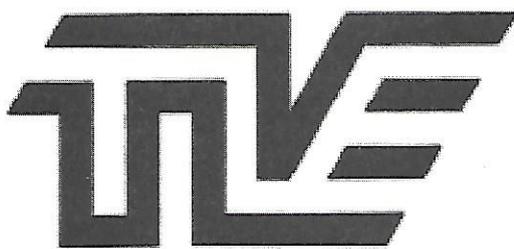


Figura 3: Logotipo da TVE

O logotipo da TVE foi concebido nos anos 70. É um trabalho de natureza completamente distinta dos anteriormente analisados aqui: trata-se da identidade corporativa de uma das maiores redes públicas de televisão do país.

O logotipo nos mostra uma outra face do *Design* de Duarte. Há aqui uma economia de formas que contrasta com boa parte de sua obra, como por exemplo o primeiro objeto desta análise, a capa do disco de Caetano Veloso. O logo reflete uma certa influência da estética *racionalista* no trabalho de Rogério. Deste modo, ao elaborar a identidade para uma nova rede televisiva, que surgia num momento de expansão dos meios de comunicação (os anos 70), num país que almejava ser moderno, Rogério recorre à geometrização e síntese das

formas, resgatando assim alguns dos preceitos do modernismo europeu.

Vale lembrar ainda que, na década de 70, o computador ainda não havia sido inserido nos processos de produção gráfica, portanto os logotipos eram criados na prancheta, com os instrumentos tradicionais e feitos segundo uma perspectiva que visava à reprodução, desde uma escala minúscula até uma escala gigantesca. A forma sintética do logotipo favorecia esse processo, permitindo assim sua fácil aplicação nos mais variados suportes.

Considerações finais

Embora constitua uma das produções mais relevantes do design nacional, a obra de Rogério Duarte ainda não foi suficientemente estudada. Seu trabalho, como procuramos demonstrar aqui, é fruto de pesquisas que levavam em conta a cultura brasileira, sem desconsiderar os avanços trazidos pelos meios de reprodução em massa e pelas estéticas internacionais.

Este trabalho buscou, assim, preencher um pouco dessa lacuna nos estudos do design nacional, levantando alguns pontos acerca da importância de Duarte para o desenvolvimento do projeto gráfico de nosso país, e conseqüentemente, da tão falada identidade do *Design* brasileiro.

“O que eu fiz de melhor foi não ter aderido ao rebanho”¹⁰.

Bibliografia

ARGAN, Giulio Carlo. 1999. **Arte Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras.

¹⁰ In: REVISTA da ADG, nº 20. São Paulo, 2000, p. 21.

BERNARDET, Jean-Claude. 1980. **O que é Cinema?** São Paulo: Brasiliense.

BIGAL, Solange. 2001. **O design e o desenho Industrial.** São Paulo: Annablume.

DENIS, Rafael Cardoso. 2000. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard Blucher.

DROSTE, Magdalena. 2000. **Bauhaus Archiv.** Berlim: Taschen.

DUARTE, Rogério. 2003. **Tropicaos.** Rio de Janeiro: Azougue Editorial.

FAVARETTO, Celso F. 1979. **Tropicália – Alegoria, Alegria.** São Paulo: Kairós.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. 1986. **A estratégia dos Signos.** São Paulo: Perspectiva.

PIGNATARI, Décio. 1981. **Semiótica da arte e da arquitetura.** São Paulo: Cultrix.

_____. 2002. **Informação. Linguagem. Comunicação.** São Paulo: Ateliê Editorial.

NIEMEYER, Lucy. 2000. **Design no Brasil.** Rio de Janeiro: 2AB.

REVISTA da ADG, nº 20. São Paulo, 2000.

XAVIER, Ismail. 1993. **Alegorias do Subdesenvolvimento.** São Paulo: Brasiliense.