

Revista Bravo! Desenho, design e desígnios na perspectiva dos estudos da cultura visual

Bento Fagundes de Abreu 

(Universidade Luterana do Brasil — ULBRA, Canoas/RS, Brasil)

RESUMO — Revista Bravo! Desenho, design e desígnios na perspectiva dos estudos da cultura visual — Trago para esta publicação uma síntese da pesquisa realizada entre 2007 e 2008 na Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FACED/UFRGS), sob a orientação das professoras Analice Pillar e Susana Vieira da Cunha. Faço um recorte que apresenta a formulação do problema, justificativa e aspectos metodológicos que originaram a dissertação sob o título: Revista Bravo! Desenho, design e desígnios na perspectiva dos estudos da cultura visual. Este tema estava profundamente conectado com a minha prática docente daquele período, em que tinha nas revistas o foco da análise da linguagem visual gráfica em disciplinas dos cursos de Design da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

PALAVRAS-CHAVE

Revistas. Cultura Visual. Pedagogias do olhar.

ABSTRACT — Bravo Magazine! Drawing, design and purposes from the perspective of visual culture studies — I bring to this publication a summary of the research carried out between 2007 and 2008 at Faculdade de Educação of the Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FACED/UFRGS), under the guidance of professors Analice Pillar and Susana Vieira da Cunha. I make a synthesis that presents the formulation of the problem, justification and methodological aspects that originated the dissertation with the title: Bravo Magazine! Drawing, design and purposes from the perspective of visual culture studies. This theme was deeply connected with my teaching practice at that time when magazines were the focus of the analysis of the graphic visual language in subjects of Design Courses at the Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

KEYWORDS

Magazines. Visual Culture. Pedagogies of the sight.

RESUMEN — ¡Bravo! Dibujo, diseño y rutas en la perspectiva de los estudios de cultura visual — Traigo para esta publicación una síntesis de la investigación realizada entre 2007 y 2008 en la Faculdade de Educação de la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FACED/UFRGS), bajo la dirección de las profesoras Analice Pillar y Susana Vieira da Cunha. Hago un corte que presenta la formulación del problema, justificación y aspectos metodológicos que dieron origen a la disertación bajo el título: ¡Revista Bravo! Dibujo, diseño y rutas desde la perspectiva de los estudios de cultura visual. Este tema estaba profundamente conectado con mi práctica docente de ese período, cuando tenía en las revistas el enfoque del análisis del lenguaje gráfico visual en las asignaturas de los cursos de Diseño de la Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

PALABRAS-CLAVE

Revistas. Cultura Visual. Pedagogías de la mirada.

Trago para esta publicação uma síntese da pesquisa realizada entre 2007 e 2008 na FACED, sob a orientação das professoras Analice Pillar e Susana Vieira da Cunha. Faço um recorte que apresenta a formulação do problema, justificativa e aspectos metodológicos que originaram a dissertação sob o título: Revista Bravo! Desenho, design e desígnios na perspectiva dos Estudos da Cultura Visual. Este tema estava profundamente conectado com à minha prática docente daquele período, em que tinha nas revistas o foco da análise da linguagem visual gráfica em disciplinas dos cursos de Design da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

Folheando a revista

Entendo que os diversos artefatos e suportes a que a imagem está submetida atualmente, influenciam nos processos de aprendizagem na medida em que veiculam valores estéticos e culturais e por isso constroem modos de ver. Nesse contexto, dentre as peças editoriais, escolho a revista como representante desses suportes, por sua importância nos meios de comunicação de massa, porque são fruto das técnicas de comunicação e porque narram os diversos aspectos da vida em sociedade.

Portanto, este trabalho, pretende refletir sobre os modos como o olhar é construído nas interações com a cultura – a visualidade, tendo como referência as narrativas da revista Bravo! Ao considerar as narrativas visuais da revista, pretendo inserir nesta análise, não só o que manifesta o seu design visual gráfico, mas também a maneira como se relaciona com seu público leitor nas diversas instâncias da sua atuação na vida cotidiana, as diferentes maneiras como é vista e percebida e de observar de que maneira o que se entende por identidade cultural brasileira é representada através destas narrativas.

Nesse contexto, vejo na educação um dos caminhos para que o sujeito-professor tematize a produção visual na era contemporânea. É importante compreender, então, de que maneira essas narrativas se apresentam e como relacionam com outros aspectos da vida social, que são do universo da

subjetividade, das emoções, do desconhecido e dos discursos produzidos pelos meios de comunicação de massa.

Assim, este trabalho procura abordar a temática do design das revistas na perspectiva dos Estudos da Cultura Visual, subdividido em seis seções:

- A situação da revista no contexto das mídias contemporâneas;
- Breve retrospectiva histórica, destacando títulos importantes na história do jornalismo editorial cultural brasileiro e suas principais características visuais.
- A questão da revista na sua relação com o público nas diversas situações de exposição para venda. A seguir, um ensaio visual apresenta os diversos contextos em que se encontra a revista, que vai desde a leitura solitária num café até às lojas estruturadas em *shopping centers*, *passando pelas bancas de rua*.
- Contextualização do período em que surge a revista Bravo!, Neste tópico trato das diversas estratégias de *marketing* que a Editora Abril articula para dar visibilidade à marca Bravo! junto ao público e transformar esse conceito em mais do que uma revista. A seguir discuto a questão da composição visual, trazendo questões técnicas do design gráfico que se referem a estruturação do discurso verbo-visual.
- Como a revista Bravo! articula a linguagem do design gráfico para produzir suas capas bem como suas páginas internas.
- Análise das narrativas visuais das capas da Bravo! Através da escolha de quatro capas, que trazem como tema principal de suas edições, questões relativas à identidade cultural brasileira, em diferentes momentos da história da revista.

Por entre fotos e nomes, os olhos cheios de cores

Ao considerarmos a quantidade de publicações a que temos acesso atualmente, não podemos deixar de evocar a pergunta que Caetano Veloso fez na letra da sua música *Alegria*, *Alegria: Quem lê tanta notícia?* Naquele longínquo e cinzento ano de 1968, os olhos do artista já se deixavam sensibilizar pelas imagens, cores e textos dos periódicos que faziam das bancas um varal multicolorido de *fotos e nomes*.

Nem mesmo as previsões mais aguçadas poderiam adivinhar que, quarenta anos após aqueles obscuros anos, as bancas de revistas continuariam existindo e com uma configuração muito próxima daquelas dos anos sessenta.

Não poderíamos imaginar, também, que muitas cenas futuristas mostradas nos filmes e desenhos animados do século passado se tornariam realidade na primeira década do século XXI e que conviveriam paralelamente às tradicionais bancas, causando um forte contraste entre esse tradicional lugar de acesso às informações com diferentes formas de entrar em contato com conteúdos na era contemporânea. Talvez o exemplo mais significativo destes novos modelos de comunicação seja a internet (*e-mails, sites, blogs*), mas é possível identificarmos um farto cardápio de outras alternativas, como a tv por assinatura, a tv digital, os telefones celulares, os drives portáteis (*pen drives*), os *cds*, os *dvds*, entre outros.

Nesse contexto poderíamos formular diversos questionamentos que se referem a esse universo, como, por exemplo: Que papel as revistas representam nesse universo de informação? De que maneira os suportes digitais se relacionam ou influenciam o design visual das revistas? Como os periódicos estão inseridos no cenário urbano contemporâneo? E, ainda, de que maneira o discurso verbo-visual do design gráfico contemporâneo está articulado para comunicar-se com seu público?

Esses questionamentos nos remetem a um tema mais amplo que é a questão da visualidade na era contemporânea, que, de acordo com Rose (2001, p. 2), *refere-se à forma da visão ser construída de diversas maneiras: como vemos, o que nos é mostrado?*

Então, entre tantas possibilidades de ver, de que maneira estas mídias estariam afetando o nosso olhar? Na opinião de Saramago (2002), a exacerbação da produção de mensagens visuais de nossa era seria um fenômeno que estaria provocando uma dissociação entre o universo interno e o externo do ser humano, o que causaria um sentimento de falta de orientação. Conforme o autor:

Vivemos todos numa espécie de “Luna Park” audiovisual, onde os sons se multiplicam, onde as imagens se multiplicam, onde nós, mais ou menos, creio eu, vamos cada vez mais sentir-nos perdidos. Perdidos em primeiro lugar de nós próprios e em segundo lugar perdidos na relação com o mundo e acabamos por circular por aí sem saber muito bem nem o que somos, nem pra que servimos, nem que sentido tem a existência. (SARAMAGO *In*: Janela da Alma. 2001. DVD).

Reafirmando esse ponto de vista, Bavcar (2001) diz que “não vemos nada, perdemos o olhar interior, perdemos o distanciamento, em outras palavras, vivemos em uma espécie de cegueira generalizada”.

Por outro lado, entendo que a questão do excesso dos estímulos visuais a que estamos submetidos na era atual, seria uma metáfora de outros excessos da vida contemporânea, como o exagero na produção de bens de consumo. Percebe-se que o consumo não está mais associado às necessidades básicas de sobrevivência, mas expressam uma atitude compulsiva de consumir e substituir objetos. Segundo Sarlo (1997, p. 30) “os objetos criam um sentido para além de sua utilidade ou de sua beleza ou, melhor dizendo, sua utilidade e sua beleza são subprodutos desse sentido que vem da hierarquia mercantil”.

Se por um lado a sociedade industrial criou a possibilidade de novos empregos em função das especificidades da produção em massa, isso também refletiu numa parcela significativa da população que não tem poder aquisitivo para

acompanhar as demandas do mercado e “resultou numa avalanche de desemprego e miséria”, segundo Kurz (1996, s/p).

Vejo, portanto na revista, um mundo de possibilidades para refletir sobre sua relação com os leitores, sobre sua importância enquanto objeto visual gráfico no universo da educação, bem como para pensar aspectos importantes da vida em sociedade na era contemporânea.

Entre as razões que me levaram a realizar esta pesquisa, destaco o fato de que atualmente a produção editorial tem oferecido uma enorme variedade de títulos de revistas e percebe-se pouca reflexão acerca do que é mostrado e como se mostra. Também que o entendimento da visualidade em objetos que fazem parte do cotidiano, vem ao encontro da proposta dos estudos da cultura visual. Um outro aspecto refere-se a compreensão do que o design das capas das revistas culturais está narrando através da articulação do seu discurso e dos temas apresentados nas capas da Revista Bravo! e que isto exerce um tipo de pedagogia.

O presente trabalho tem como objetivos refletir sobre os diversos sentidos provocados pela articulação do discurso verbo-visual do design gráfico editorial na Revista Bravo!, considerando o contexto em que são produzidos, seus valores estéticos e comunicacionais.

Esta pesquisa também se propõe a identificar e analisar como os elementos que compõem a sintaxe visual gráfica se inter-relacionam e configuram a complexidade desta linguagem; refletir como as peças editoriais estão inseridas no contexto social e compreender de que modo as revistas se mostram e como são vistas.

Eu organizo o movimento, eu oriento o carnaval

Em relação aos procedimentos para realizar a pesquisa, início por um levantamento das revistas culturais importantes da história editorial do Brasil, por sua proposta editorial, bem como por sua concepção estética. Nesse contexto identifico a Revista Bravo! como publicação relevante no cenário das revistas

culturais brasileiras na atualidade por levar ao público-leitor assuntos abrangentes da produção cultural contemporânea, bem como por sua tiragem e sua distribuição que atingem as principais cidades brasileiras.

Para formar o corpus desta pesquisa escolhi seis capas da revista Bravo! que representam períodos distintos desta publicação. O que me orientou na

Figura 1 — Conjunto de capas Revista Bravo!



escolha destas capas foi o que elas possibilitavam em termos de leitura interpretativa sobre identidade cultural relacionando-as à cultura brasileira. As duas primeiras capas (*Caetano Veloso* e *Carmem Miranda*) representam o universo da música popular em dois períodos distintos através destes personagens que são caros à cultura popular do Brasil; as duas capas seguintes (*Pato Donald* e *Wim Wenders*) representam o olhar da cultura estrangeira sobre o Brasil e de como eles se relacionam/dialogam com as questões culturais dos trópicos; as últimas duas capas (*A invenção do Brasil* e *o Brasil que o mundo vê*) complementam esta amostragem por tratarem de visões do passado e do presente que são conceitos

Fonte: Acervo do autor.

fundamentais para uma leitura sobre aquilo

que foi construído como sendo a identidade cultural do Brasil.

A partir dos seis exemplares selecionados, detenho-me na leitura da capa de cada um deles, considerando os aspectos formais da narrativa visual, bem como me proponho a identificar alguns sentidos produzidos pelo seu design, através da abordagem dos Estudos da Cultura Visual.

Assim, minha intenção, ao realizar esta pesquisa, é refletir sobre que narrativas o design gráfico da Revista Bravo! está evidenciando, considerando o contexto em que são produzidas, seus valores estéticos e culturais, bem como sua inter-relação com o processo educativo. Esta escolha se dá em função de que este recente campo teórico se dedica a estudar os fenômenos do universo visual na contemporaneidade, considerando seus suportes, suas estéticas, bem como sua inserção social e cultural. Hernández (2005, p. 12) sinaliza que:

[...] a Cultura Visual não se refere a uma série de objetos, senão a um campo de estudo que emergiu da confluência de diferentes disciplinas, em particular da sociologia, as semióticas e dos Estudos Culturais, feministas e da História Cultural da Arte, e que desenha diferentes perspectivas teóricas e metodológicas.

A abordagem metodológica da pesquisa baseia-se nos princípios dos Estudos da Cultura Visual, por considerar os meios de produção visual da atualidade, não só no que se refere aos objetos visuais, mas também por considerar que “cultura visual pode ser entendida como relação visual entre objeto e espectador”. Ou, ainda, que “os objetos visuais mobilizam certos modos de ver”, conforme Rose (2001, p. 14).

Tais princípios procuram focar a análise crítica do discurso visual, aspectos do contexto cultural e o processo de circulação deste veículo de comunicação. Nesse sentido, trago para a pesquisa a revista em seu âmbito de interação com o espaço urbano (localizado na cidade Porto Alegre), onde outros olhares, somados ao meu, irão interferir e compor a teia de olhares sobre este objeto.

Sobre a fundamentação teórica

Para dar conta das questões aqui levantadas, pretendo adotar uma abordagem qualitativa para esta pesquisa, buscando suporte em referenciais teóricos em interface com exemplos da prática docente. Considero essa abordagem pertinente pelo fato de que meu objeto de investigação está profundamente conectado com as questões da informação na era atual, se inter-

relaciona com as pedagogias culturais, na medida em que veicula conteúdos verbo-visuais e propõe determinados valores estéticos.

Ao tratar de publicações editoriais, considero que estas pertencem ao diversificado menu de meios de comunicação a que temos acesso em nosso cotidiano e que elas contribuem para a construção do olhar dos sujeitos. Sobre as características da investigação qualitativa e sua relação com aspectos do cotidiano, Eisner (1998, p. 33) coloca que:

Na realidade, a indagação qualitativa influi nos feitos cotidianos da vida diária. A indagação qualitativa e em geral o pensamento qualitativo não é uma forma de atividade exótica reservada a pessoas com um talento especial ou que estão corretamente iniciadas em formas especiais de antropologia cultural. Ela se entende por nossos juízos diários e proporciona as bases para nossas decisões mais importantes: como a escolha de um companheiro, de um modo de viver, o tipo de carreira profissional que alguém deseja exercer, como alguém se relaciona com a família e com os amigos. Tais decisões estão guiadas por considerações qualitativas.

Ao considerar que a indagação qualitativa se relaciona com os feitos da vida cotidiana, Eisner presentifica que é possível trazer para as pesquisas acadêmicas essa abordagem que tem bases na experiência da vida, retirando-a de um campo inatingível no qual somente *iniciados ou com talentos especiais* poderiam ter acesso. Esse aspecto de trazer experiências do cotidiano para o campo acadêmico também nos remete ao que Larrosa (2002, p. 21) reflete sobre a “experiência, como sendo aquilo que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca”.

A escolha da Bravo! se dá em função de que nesta década última pode ser considerada uma referência quando o assunto se refere à produção cultural.

Considerando que este objeto de estudo é um produto do design *editorial cultural*, faz-se necessário trazer alguns significados que estas palavras evocam.

Primeiramente, busco localizar o design gráfico como uma atividade profissional e área do conhecimento que estabelece relações com diversas outras, caracterizando-a com uma área interdisciplinar. Nesse sentido, busco a

abordagem dos Estudos da Cultura Visual para esta pesquisa pelo fato de tratar a revista como um aparato visual e meio de comunicação que está inserido no cotidiano, ao lado de jornais, livros, cinema e internet, que vem ao encontro do que Mirzoef (2003, p. 25) refere quando diz que:

[...] do mesmo modo em que os estudos culturais têm tratado de compreender de que maneira os indivíduos buscam o sentido ao consumo da cultura de massas, a cultura visual dá prioridade à experiência cotidiana do visual, desde a instantânea até o vídeo e inclusive a exposição de obras de arte de êxito.

Portanto, considero importante trazer alguns conceitos dos estudos culturais tratados por Stuart Hall (1997), bem como por Nestor Canclini (2005) e Villas-Boas (2002), no sentido de compreender o objeto deste estudo como um produto cultural e suas relações com o contexto social. A seguir, oriento-me pelas sugestões metodológicas de Gillian Rose (2001), bem como de outros autores que considere pertinentes para o desenvolvimento desta pesquisa.

Assim, esta abordagem que está inserida no contexto dos Estudos Culturais nos possibilita pensar as questões do design gráfico em relação com os outros textos da era contemporânea, porque estão, conforme Tomaz Tadeu da Silva (1995, p. 98), “comprometidos com o estudo da produção, da recepção e do uso situado de variados textos, e da forma como eles estruturam as relações sociais, os valores e as noções de comunidade”.

Na medida em que conceituo e entendo o caráter interdisciplinar do design gráfico, pretendo estabelecer relações ou ainda, conforme Villas-Boas (2002, p. 23), “interlocações com demais disciplinas com as quais (o design gráfico) tem que conviver”. No caso específico desta pesquisa, o design gráfico é o elemento que se inter-relaciona com a prática educativa e por considerar o contexto em que atua, dialoga com a sociologia, a antropologia e com a comunicação. A interdisciplinaridade, segundo Villas-Boas (2002, p. 21), “é um ponto em comum entre as abordagens dos estudos culturais e o design gráfico como disciplina acadêmica e prática profissional específicas”.

Escolho, inicialmente, dois conceitos referentes ao design que ajudarão a delinear e delimitar o tema deste objeto de estudo.

Observa-se que a palavra design atualmente é utilizada para designar as mais diversas atividades profissionais e que essa proliferação do uso desta expressão não contribui para o entendimento do que possa realmente significar. Na introdução deste trabalho, apresento alguns conceitos que a expressão design evoca e lá cito que Cardoso (2000, p. 16), entre outras definições, diz que “o substantivo design se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto a de configuração, arranjo, estrutura (e não apenas de objeto de fabricação humana)”.

Já no que se refere à especificidade do design gráfico, trago a definição de Villas-Boas, que se refere à ideia de *ordenação projetual* quanto a inter-relação entre os elementos verbais e visuais na composição visual que esta atividade propõe:

[...] uma atividade de ordenação projetual de elementos estéticos visuais textuais e não textuais com fins expressivos para reprodução por meio gráfico, assim como o estudo desta atividade e a análise de sua produção. Essa produção inclui tanto a ilustração quanto a criação e a ordenação tipográfica, a diagramação, a fotografia e outros elementos visuais. (1998, p. 12).

Não poderia deixar de considerar que esta atividade é vista, muitas vezes, como algo que faz parte do universo da informática, do *marketing*, da publicidade ou da administração dos negócios, mas este viés somente será abordado como forma de ilustrar alguma situação específica e não como metodologia da pesquisa, já que, “adaptando ao design o jargão, os referenciais teóricos e os procedimentos destas disciplinas, esta posição se traduz em discursos tecnicistas”, conforme Villas-Boas (2002, p. 24).

No que se refere às expressões *editorial e cultural*, elas aqui estão interconectadas por fazerem referência a uma peça gráfica relacionada a publicações de caráter cultural, como jornais, revistas e livros. O dicionário nos oferece, na definição de Hollanda (1999, p. 718), que a expressão *editorial se*

refere “a editor ou editora; artigo que exprime a opinião do órgão, em geral escrito pelo redator-chefe e publicado com destaque”, enquanto o *Glossário de termos e verbetes* utilizados em design gráfico da Associação dos Designers Gráficos (1998, p. 41) define a expressão editorial como sendo “artigo de jornal ou revista, que reflete o pensamento e a orientação dos seus dirigentes; artigo de fundo”. Enquanto para Villas-Boas (2002, p. 18), o aspecto *cultural* está intrinsecamente ligado ao design. O autor defende a ideia de que “o design é um discurso, e como tal espelha a condição cultural na qual e para a qual foi concebido ao mesmo tempo em que contribui para produzir, realimentar ou transformar esta mesma condição cultural”.

Então, este olhar sobre o design gráfico editorial entende a revista como um aparato, como um suporte onde se organizam e se articulam os conteúdos presentificados pela revista. Nesse sentido, a revista funciona como um recurso tecnológico ao possibilitar que o público interaja com seus conteúdos.

Sobre esse entendimento de tecnologia, Silva (1995, p. 70) diz que:

Assim, como um conceito genérico, a “tecnologia”, implica a especificação de um modo de produção; uma forma de organizar e regular o trazer à presença de algo anteriormente sem presença. Isso significa que a “tecnologia” deve ser sempre entendida em sua pluralidade, como campo diversificado de diferentes formas de saber/poder.

Considerando a revista como objeto de estudo e um produto da indústria cultural, no sentido de que ele é criado, reproduzido e distribuído a um grande público com base em uma estruturação industrial, ela se enquadraria no conjunto de aparatos tecnológicos culturais, que, segundo Silva (1995, p. 71), “refere-se ao conjunto de arranjos e práticas institucionais intencionais no interior dos quais várias formas de imagens, som, texto e fala são construídas e apresentadas e com as quais, ademais interagimos”.

Portanto, entendo que através desta pesquisa, fica evidenciado que as tecnologias visuais formulam visões sobre nós e sobre os outros e nesse contexto,

as revistas contribuem para que tenhamos determinadas formas de ver. Nesse sentido, a Bravo! adota uma determinada linha editorial que conjuga os conteúdos verbo-visuais com a intenção de conceber uma determinada estética, bem como um determinado entendimento de produção cultural.

Referências

- BAVCAR, Evgen. Entrevista concedida a João Jardim e Walter Carvalho no filme *Janela da Alma*. *Janela da Alma*. Direção: João Jardim e Walter Carvalho. Produção Tambellini Filmes e Produções Audiovisuais. Brasil/França: Europa Filmes, 2001. DVD.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgar Blucher, 2000.
- EISNER, Elliot. *El ojo ilustrado*. Barcelona: Paidós, 1998.
- HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart (ed.). *Representation: cultural representation and signifying practices*. London: Sage, 1997. p. 13-74.
- JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN, Norma. *O que é, afinal, estudos culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- KURZ, Robert. O torpor do capitalismo. *Folha de São Paulo: Caderno Mais*, São Paulo, 11 fev. 1996., sp. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/2/11/mais!/32.html>. Acesso em: 12 out. 2007.
- HERNÁNDEZ, Fernando. De que hablamos cuando hablamos de cultura visual? *Educación & Realidade*, v. 30, n. 2., p. 9-34, 2005.
- LARROSA BONDIA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, n. 19, p. 20-28, jan./abr. 2002.
- MIRZOEFF, Nicholas. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: PAIDÓS, 2003.
- ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to interpretation of visual materials*. London: Sage, 2001.
- SARAMAGO, José. Entrevista concedida a João Jardim e Walter Carvalho no filme *Janela da Alma*. *Janela da Alma*. Direção: João Jardim e Walter Carvalho. Produção Tambellini Filmes e Produções Audiovisuais. Brasil/França: Europa Filmes, 2001. DVD.
- SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. *Alienígenas na sala de aula*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- VILLAS-BOAS, André. *Identidade e cultura: design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

Bento Fagundes de Abreu

Mestre em Educação (UFRGS), especialista em Expressão Gráfica (UFRGS) e graduado em Educação Artística pelo Instituto Metodista Bennet (RJ). Dedicou-se há mais de duas décadas a pesquisa do design editorial, da tipografia experimental e da semiótica visual. Ministra oficinas sobre



esses temas em diversas instituições de ensino do RS, em Santa Catarina (Bienal Brasileira de Design, 2013) e na Argentina (Encuentro Latinoamericano de Diseño), Buenos Aires. Nos estudos de mestrado dedicou sua pesquisa às revistas culturais sob o título: Revista Bravo! Desenho, design e desígnios na perspectiva dos Estudos da Cultura Visual.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1621-4946>

E-mail: abreu.design@hotmail.com

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/5373095212282328>

Recebido em 07 de agosto de 2022

Aceito em 15 de outubro de 2022

