



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE LETRAS E ARTES

ESCOLA DE BELAS ARTES

COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

TALITA VIEGAS GORINI BASTOS

**VERMELHO COMO BRASA:  
O impacto social do design através da análise da representação  
das mulheres na revista "A maçã"**

RIO DE JANEIRO

2019

TALITA VIEGAS GORINI BASTOS

**VERMELHO COMO BRASA**

**O impacto social do design através da análise da representação  
das mulheres na revista "A maçã"**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
à Escola de Belas Artes da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como parte dos  
requisitos necessários à obtenção do grau de  
bacharel em Comunicação Visual - Design

Orientadora: Fernanda de Abreu Cardoso

RIO DE JANEIRO

2019

" Eu não sou livre enquanto alguma  
mulher não o for, mesmo quando as  
correntes dela forem muito diferentes  
das minhas."

- Audre Lorde

## **Agradecimentos**

À Iansã, rainha dos raios, da ventania e do meu Orí. Minha família, em especial minha mãe Claudia e meu paidrasto Victor que me apoiaram, incentivaram por todo esse percurso louco que é a vida e fazem isso até hoje. Ao meu pai Ronaldo, que também me colocou no mundo, que ajudou a construir o que há de melhor em mim. Aos meus irmãos de sangue, de santo e de vida apostaram no meu sucesso e que me deram forças pra continuar. Aos meus padrinhos Dolores e David que sempre são orgulhosos de mim e eu deles.

Ao meu pai de santo Flávio Sacilotti por tomar conta da minha cabeça, me acolher e me ensinar a caminhar.

As modelos desse trabalho, que sem elas não seria possível: minha irmã de santo e amiga Ana Carolina Oliver e aos seus filhos, Liana e Wagner; minha amiga de infinitas luas Izalena Barbosa; minha companheira de vida e fã número 1 Raquel Lopes; e minha irmã de sangue e de vida, Natanne Viegas. Muito obrigada. Do fundo do meu coração.

Aos meus amigos de faculdade e de vida. Com vocês a trajetória de aprendizado se expandiu de forma que só consigo transpassar carinho, afeto e o sentimento de que vamos juntas.

A minha orientadora Fernanda de Abreu por ter acreditado em mim, me guiado e não ter desistido de mim mesmo nos tempos mais difíceis.

A Escola de Belas Artes, principalmente o curso de Comunicação Visual - Design que abriu as portas e me acolheu de forma inimaginável. Onde conheci e convivi com grandes lendas do design, não só por suas habilidades técnicas, mas por acreditarem no ensino público gratuito e de qualidade cheio de afeto.

À todas mulheres brasileiras que vieram antes de mim e que seja só mais um caminho para muitas que virão. Ao feminismo, à militância pelos Direitos Humanos que me ensinaram sobre amor e vivências e a ser uma pessoa e uma designer melhor.

## Resumo

BASTOS, Talita V. G. **Vermelho como brasa**: O impacto social do design através da análise da representação das mulheres na revista "A maçã". Rio de Janeiro, 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Comunicação Visual Design - Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2019).

Este trabalho pretende examinar o papel do design como construtor e consolidador de comportamentos individuais e sociais a partir da análise da representação das mulheres na revista "A Maçã", criada em 1922, através do estudo de suas capas ilustradas e do seu posicionamento na sociedade carioca colocando em consideração o contexto histórico.

Com isso, espera-se deste trabalho emergir questões sociais não antes pontuadas em relação ao design. Como influência de comportamento e de diversos aspectos da sociedade, a propagação de conteúdo e de ideias através de imagens se tornam essenciais para colocar os indivíduos em questionamento de aspectos morais e éticos, principalmente quando se trata de um país que acabava de sair do período colonial entrando no século XX com uma visão modernista.

Por fim, como uma consequência dos estudos teóricos, buscou-se trazer para a sociedade atual o questionamento do olhar em relação a imagem com o desenvolvimento de uma coleção de zines. A partir de uma linguagem democrática e acessível tanto referenciada a texto quanto a imagem, é proposta uma abertura no espaço onde o subalterno, de fato, possa falar.

**Palavras-chaves:** design, mulher, história, zine e identidade.

## Sumário

1.	Introdução	7
2.	Design e sociedade	9
2.1.	Design hegemônico	10
2.2.	Design no Brasil	11
3.	<i>A Maçã</i>	17
3.1.	Contexto histórico	17
3.2.	Projeto Gráfico de <i>A Maçã</i>	20
3.3.	A realidade de <i>A Maçã</i>	27
	4. <i>Vermelho como Brasa</i>	33
4.1.	Conceito	33
4.2.	Referências	34
4.3.	Desenvolvimento da zine	38
5.	Conclusão	46
6.	Referências Bibliográficas	48

## 1. Introdução

O design gráfico foi e é essencial para a construção tanto de valores, comportamentos e percepções tanto em relação aos indivíduos, quanto da sociedade. Devido a sua função de informação e propagação de conteúdo em massa, a comunicação visual é responsável também por formações de opiniões, visões de mundo e até muitas vezes comportamentos que passam despercebidos no dia a dia. Hoje percebemos isso com muito mais frequência, de onde vêm nossas influências, comportamentos, discursos e ideologias, porém na década de 1920 quando não tinha smartphones, tablets quissá internet; quando os principais veículos de informação eram os jornais e revistas majoritariamente escritos por homens brancos da classe média e alta viam-se poucos lados da mesma história, a maioria das vezes escritos, projetados e lidos pelo mesmo grupo hegemônico.

Este trabalho pretende analisar o papel do design gráfico durante sua institucionalização no início do século XX, olhando para o Design como construtor e consolidador do comportamento do imaginário carioca pela representação das mulheres feitas a partir da revista *A Maçã* na década de 1920.

Ao analisar o impacto desse projeto gráfico, é indispensável trazer a visão de subalternidade que a teórica indiana Gayatri Spivak define em seu livro *“Pode O Subalterno Falar?”* que traz um entendimento e crítica em relação a posição histórico-social-política em que o design se manifesta, principalmente levando em consideração a existência do desejo em manter O Sujeito do Ocidente, ou Ocidente como Sujeito (2014, p.25), definindo O Sujeito como o ser hegemônico. Spivak define subalternidade como:

[...] o termo subalterno descreve as camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante (2014, p.13)

Assim, colocando a definição do termo subalterno como ponto de partida, Spivak propõe um olhar não-eurocêntrico e não-hegemônico necessário principalmente por salientar o processo

histórico de colonização, não apenas de território, mas também cultural, social e econômico. A principal referência imagética deste trabalho será o livro *“A maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina no início do século XX”* de Aline Haluch que trata especificamente do projeto das capas e do miolo da revista. E como respaldo teórico-social, além de Gayatri Spivak, as referências são: Bell Hooks com o livro *“Olhares negros: raça e representação”*; Djamila Ribeiro com suas análises sociais da construção nos livros *“O que é lugar de fala?”* e *“Quem tem medo do feminismo negro?”*; e por fim, Gui Bonsiepe com o livro *“Design e Sociedade”* e *“Design - O livro dos porquês”* de Alberto Cipinuk colocando o papel do design no meio em que vivemos, entre outros.

Para trazer os questionamentos sobre o comportamento do design como influenciador social, no âmbito gráfico o suporte utilizado será uma coleção de zines. Cada zine trará como conceito visual uma imagem elaborada tendo como referência capas selecionadas da revista *“A Maçã”*, sem o propósito de replicá-las. A ideia é que através da fotomontagem e do suporte de fácil distribuição como o zine, o público veja através de outro olhar a construção do comportamento social. O Zine não tem pretensão alguma de ser acadêmico ou de difícil entendimento, mas sim redirecionar a perspectiva sobre o design ser imparcial e apenas um resolvidor de problemas.

Por fim, espera-se deste trabalho emergir questões sociais não antes pontuadas em relação ao Design. Como um influenciador de comportamento e de diversos aspectos da sociedade, a propagação de conteúdo e de ideias através de imagens se tornam essenciais, principalmente quando se trata de um país que acabava de sair do período colonial entrando no século XX com uma visão modernista e querendo esquecer toda sua história.



## 2. Design e sociedade

Antes de discorrer sobre o design e o seu impacto em relação a identidade e sociedade, Gui Bonsiepe em seu livro "Design, Cultura e Sociedade" (2011) questiona a definição dos termos "países em desenvolvimento" ou pior, "países subdesenvolvidos", por significar a perda de autonomia em termos políticos, econômicos, tecnológicos e culturais (p.46). Por isso, ele adota o termo "Periferia", não no sentido geográfico, mas sim no sentido político, fazendo contraponto ao Centro, definido pelos colonizadores, e se aproximada do conceito que Spivak define, O Sujeito. Essa reformulação se torna relevante no nosso contexto por repensar como cultural e socialmente as definições comuns implicaram em uma submissão ao exterior e a negação da identidade nacional real como uma das raízes do país, principalmente quando lembramos dos retratos das capas da "A Maçã" quando querem representar a ufânia de uma classe social criada e desenvolvida às custas de vidas de pessoas que foram escravizadas.

Com isso, traz-se a identidade como um ponto necessário a ser discutido tanto na visão "designiana" como antropológica. Criado através da linguagem, incluindo a visual, a identidade se manifesta e se forma através de concepções já pré-concebidas, portanto, ela não é algo restrito apenas ao indivíduo, mas sim perpassa pelo o que é formado no imaginário das outras pessoas e da sociedade, sendo de fato algo construído, mutável e efêmero. Como nas Ciências Humanas, mesmo que partindo de pontos essencialmente diferentes, o papel do design também é trazer a ideia da identidade, o conceito do "branding", que é definido por Robert Paulmann (2005, p.125) por "a soma de todas as características que tornam uma marca ou uma empresa inconfundível e singular", intencionalmente, direcionando o olhar, o viés ideológico e imagético em relação a determinado objeto, pessoa ou situação. Sendo importante entender a relação entre identidade e poder e como funcionam juntos dependendo do contexto e como o colonialismo além de criar, pode legitimar ou deslegitimar certas identidades, com isso, é preciso estar atento pela forma como o poder articula as identidades e como são formas de opressão que privilegia certos grupos em detrimentos de outros (RIBEIRO, 2017 p.33). Como exemplo, a revista *A Maçã* traz o conceito da identidade

construída, reproduzindo, disseminando e difundindo o olhar do Sujeito e demonstrando como o sujeito de Terceiro Mundo é representado no discurso Ocidental, já que o sujeito subalterno é um efeito do discurso dominante (SPIVAK, p. 24-25), excluindo a visão da cultura nacional feita de fato pelo povo, já que de antemão já tinha sido silenciada, pois ao não se falar sobre uma realidade, ela continua invisível.

## **2.1 Design Hegemônico**

Partindo da premissa do Sujeito digo, eurocêntrica, a institucionalização do design veio a partir de uma necessidade de organização e capacitação de mão de obra voltada para o mercado em pleno ápice da consolidação do capitalismo no fim da Era Moderna, além de desenvolver o olhar voltado para o funcionalismo e a reprodução das máquinas no início do século XIX, começando na Inglaterra. Porém, vale ressaltar que a história do design também é a história das sociedades (FORTY, 2007 p.14), então é imprescindível pensar que esse movimento estrutural mudou e moldou o comportamento social e novas formas de comunicação surgiram, principalmente no período entre séculos.

Com o ritmo cada vez mais acelerado nas cidades devido a Revolução Industrial, as pessoas saírem dos campos para buscar empregos nas fábricas era uma realidade. O poder político saiu da aristocracia indo para os fabricantes capitalistas que detinham o poder econômico também. O proprietário de terra foi substituído pelo capitalista como o “portador consciente” do movimento ilimitado de capital (MARX, 1977, p. 254), como força mais poderosa nos países ocidentais através do investimento em máquinas para fabricação em massa (HOLLIS, 2001, p. 175) criando uma relação de controle e de dominância.

Com isso, olhando para o viés social, a força de trabalho não requer apenas uma reprodução de habilidades, mas também e ao mesmo tempo, uma reprodução da sua submissão à ideologia dominante por parte dos trabalhadores (ALTHUSSER 1971, p. 132-133, apud SPIVAK, p. 33), e a Revolução industrial consistiu na exploração dos trabalhadores pelos capitalistas. De fato, homens, mulheres e crianças trabalhavam em torno de 13 horas por dia em troca de salários ínfimos e viviam em condições insalubres, acarretando paralisações

devido a superprodução, depressão, pânico econômico, falências de empresas e perda de emprego em decorrência de outras inovações tecnológicas. Por fim, a sociedade abandonava os valores humanistas pela produção do capital.

Pelo olhar gráfico, as artes manuais ficavam para trás de acordo com o surgimento de novas tecnologias. No tempo em que um impressor fazia parte de todo o processo desde a sua ideação até a impressão concreta entre folhas, o sistema fabril fragmentou todo esse processo dividindo entre projeto e produção, cada vez mais se tinha diversos estilos tipográficos, a invenção da fotografia expandindo o que se conhecia de documentação visual. A litografia foi um grande aliado para a produção de imagens coloridas, proporcionando outra experiência estética a camada da sociedade privilegiada da época.

Com o crescimento da população urbana e do aumento do poder aquisitivo da classe média, o caminho para a produção em massa foram cada vez mais evidentes. Aumentando as ofertas e reduzindo os custos de produção, com as mercadorias mais baratas aqueceram o mercado e acabou tornando um ciclo de oferta e procura, colocando as artes gráficas com um papel importante em comercializar a produção fabril, com embalagens, cartazes, revistas, periódicos, entre outros.

## **2.2 Design no Brasil**

Refletindo sobre a formação de conteúdo brasileiro, vale se pensar sobre o processo histórico-colonial que o país foi e é impactado, no qual o sujeito subalterno foi oprimido, não sendo possibilitado de fala, que definido pelo filósofo marxista Antonio Gramsci, é autonomia do sujeito como premissa essencialista (SPIVAK, p.13) e que Spivak reitera que

(...) o processo de fala se caracteriza por uma posição discursiva, uma transação entre falante e ouvinte e, nesse sentido, conclui afirmando que esse espaço dialógico de interação não se concretiza jamais para o sujeito subalterno, que desinvestido de qualquer forma de agenciamento, de fato, não pode falar.” (ALMEIDA, Sandra in SPIVAK, p. 15)

Para além do discurso, trazendo o recurso de imagem, a autora também questiona o termo “representação”, distinguindo os dois sentidos da palavra em alemão - *Vertretung* e *Darstellung* - sendo que o primeiro se refere ao ato de assumir o lugar do outro no sentido político da palavra, e o segundo, é uma visão estética como o ato de performance ou encenação; colocando o primeiro termo como “falar por” e o segundo “re-presentar” e mesmo os dois sendo um ato discursivo, que demanda um diálogo, ele nunca se concretiza para o sujeito subalterno, já que sua autoridade foi retirada.

Ao se tratar sobre Design no Brasil. após a invenção da Litografia em 1819, com a possibilidade de criação de desenhos feitos diretamente sobre a matriz, facilitou a composição ser imaginada, realizada e impressa simultaneamente de forma barata, o que favorece o tratamento de imagens principalmente para o comércio e publicidade. Com isso, ocorreu uma hipervalorização dos litógrafos no Brasil, mesmo não ocorrendo uma especialização de mão de obra na época, o que entra no questionamento dos sucessivos olhares e influências estrangeiras que se envolveram na consolidação da atividade gráfica no país e na cultura visual brasileira, podendo assim ressaltar para época o empirismo positivista - o princípio justificável de um neocolonialismo capitalista avançado - a definir sua própria experiência como a “experiência concreta”, o que “realmente acontece (SPIVAK, 2014, p.37).

A influência do Dominante era bem perceptível na construção gráfica dos rótulos, primeiro artefato gráfico a ser produzido no Brasil, como o *Xarope d'Abacachi*, que era representada por uma índia vestida com roupas clássicas, trazendo o caráter europeu, caracterizada com braceletes e tornozeleiras metálicas em uma paisagem tropical idealizada, ignorando as raízes e tradições indígenas cultuadas antes das invasões europeias. Essa percepção estrangeira reestruturou o olhar que o próprio brasileiro tinha em relação a representação do indígena, colocando-o quase em um lugar folclórico e imaginativo que nega a sua origem e aceita passivamente a produção e a cultura estrangeira. Outro exemplo que deixa nítido à alienação cultural feita através da construção visual feita no rótulo para tecidos que enaltece a reunião de brancos e negros após a abolição da escravatura. Com as mãos dadas, um homem branco e o homem negro - ambos com roupa social, porém o homem negro ainda descalço - celebram juntos à flâmula escrito "*Lei nº 3353 - 13 de Maio de 1888*", nas margem da baía de

guanabara com o rótulo escrito "agora sim" fazendo alusão à abolição como uma equidade social, que reforça uma comunicação visual superficial e hipócrita, muito comum em uma sociedade que tenta equilibrar a contradição de ser liberal e moderna, sendo de fato, escravocrata já que de fato a abolição da escravatura se deu apenas por interesses mercadológicos e sem nenhuma estrutura de apoio social e financeiro do Estado para as pessoas negras escravizadas, deixando-as cada vez mais às margens da sociedade. A crítica de Spivak em relação à subjetividade de um agenciamento coletivo vem colocado como o caso da representação como *Vertretung*, ela acaba se comportando como *Darstellung*, tendo o seu lugar ocupado no espaço entre a formação de uma classe descritiva e não de fato transformadora.

Figura 1- Rótulo de xarope de abacaxi



Fonte: Arquivo Nacional. Série Indústria e Comércio.

Figura 2 - Cartaz de 1888 comemorativo a Abolição da Escravidão no Brasil



Fonte: Arquivo Nacional.

O engrandecimento da imprensa ilustrada na virada e início do século XX foi um catalisador para as linguagens gráficas serem mais do que essenciais para a construção de identidade e disseminação de ideias, o que chamando atenção de intelectuais e artistas brasileiros e estrangeiros, abriu espaço para experimentações visuais que culminou no desenvolvimento do design no Brasil, mesmo que ainda não institucionalizado. As publicações de folhetos e revistas periódicas aumentaram na virada do século, principalmente, pois segundo Aline Haluch, foi nesse recorte de tempo em que a imprensa brasileira sofreu a grande transformação. Com a chegada do Linotipo - responsável pela composição de tipos através da fundição de metal - e o início da utilização de processos fotoquímicos de reprodução ao invés

de utilizar técnicas como a litografia - que utilizava placas pesadas e desenhava de forma invertida - ou a gravura em cobre ou zinco - que se entalhava placas de metal- culminou-se então a circulação da *Revista da Semana* de Álvaro Tefé, no dia 20 de Maio de 1900 (Figura 3) (HALUCH, p. 60). A partir de diversos aprimoramentos tecnológicos, a produção gráfica cresceu consideravelmente, aumentando seu caráter industrial por mudar os meios de produção e ser feita em grande escala, visando o público de massa, o que na época foi um problema já que a maioria da população era analfabeta (SÜSSEKIND, p.72-73 apud HALUCH, p. 63), sendo mais um divisor essencial na construção identitária, já que a elite escrevia e lia para elite e a mensagem visual era deixada apenas como um apoio, não levando a informação total sobre o assunto à maioria da população.

**Figura 3** - Revista da Semana do dia 20 de Maio



**Fonte** - Hemeroteca Digital Brasileira

Outro exemplo de crescimento artístico foi o movimento moderno antropofágico no Brasil, que se deu de forma platônica, sendo ele visto apenas no mundo das idéias, ou seja, apropriação da visão relativa sobre a industrialização, civilização e progresso. Por mais que houvesse uma manifestação artístico-cultural voltada para a valorização do território

nacional, principalmente com a Semana de Arte Moderna de 1922, ainda estavam latentes as marcas da Escravidão que tinha sido abolida formalmente há 34 anos, não existindo nenhuma política afirmativa de terras, emprego ou educação para as pessoas negras que foram escravizadas ficando à mercê do olhar da elite em relação à construção social. Então, todo o material gráfico continuava sendo feito pela elite e classe média e voltado para elas na mesma medida, já que camadas sociais mais baixas, representadas principalmente por negras e negros, nem eram considerados pessoas, quissá possível público alvo.

A criação de um ensino formal de Design no país foi se dar década mais tarde, porém já nos anos de 1920 na área da criação gráfica, vemos já em prática o que Spivak já define em Teoria dos “Sujeitos-Efeitos”, que determina que o sujeito subalterno é um efeito do discurso dominante, essencialmente pelo colonizador (SPIVAK, p.25), que no caso corresponde aos colonizadores europeus. As primeiras impressões feitas no Brasil foram feitas por estrangeiros para estrangeiros, ressaltando o olhar do Sujeito acima do Outro, o privando mais uma vez de um espaço de fala e da construção de identidade subalterna criando uma visão identitária inexistente e desconexa, dificultando assim o sentimento de pertencimento e de participação de uma nação. O segundo momento já é perpetuado através da influência do Dominante para colonizado, que mesmo com o intuito de enaltecer a cultura nacional, reforçam uma nação construída através do olhar do Sujeito.



### **3. A Maçã**

#### **3.1 Contexto histórico**

As medidas tomadas com a Proclamação da República em 1889, como abrir as portas da economia ao Capital estrangeiro, a permissão para bancos estrangeiros emitirem moeda e um novo mercado de ações centrado na Bolsa de Valores no Rio de Janeiro eram direcionadas a uma ideia que a elite do Brasil tinha como objetivo de promover a industrialização e modernização do país o mais rápido possível. Consequentemente, culminou na política de encilhamento, quando ocorreu a fraude especulativa no mercado de ações. José do Patrocínio, líder de um grupo de intelectuais do Rio de Janeiro, enviou uma carta-manifesto ao governo provisório colocando a união entre os homens de letras e o povo, vulgo os homens brancos da elite e o povo negro que tinha acabado de sair de um regime escravocrata, porém governo demonstrou que essa junção não ocorreria na República (VELLOSO, 1996. p.37 apud HALUCH, p. 51)

No início do século XX, a população do Rio de Janeiro, que era de menos de 1 milhão de habitantes, em sua maioria, pessoas negras que tinham sido escravizadas e libertas, seus descendentes e negras e negros escravizadas que pela lei ficaram livres das fazendas de café no Vale da Paraíba e tinham ido para o Rio de Janeiro por oportunidades de trabalho. Ocuparam os casarões que ficavam no centro da cidade, próximos aos portos, porém reafirmando o racismo estrutural, esse grupo foi expulso pelas autoridades, com o discurso para a classe média e alta de que eram uma ameaça a ordem, a segurança, saúde pública e a moralidade. Então, além de serem expulsos dos casarões, foram proibidos seus rituais religiosos, danças e cantorias que eram associados a uma ideia cristã de feitiçaria e imoralidade (SEVCENKO, 1998. p. 21 apud HALUCH, p. 51), tendo a sua identidade cada vez mais negada e oprimida e seu poder de fala silenciado.

Ao se pensar na dicotomia que o Rio de Janeiro vivia no final do século XIX, de um lado era o principal porto de importação e exportação do país com uma grande demanda de estrangeiros passando pela cidade e de outro lado, epidemias, varíola, febre amarela entre outras doenças que assolavam a população local, falta de planejamento urbano e porto antiquado, além de outros problemas estruturais sociais que eram deixados de lado pelas autoridades por não fazerem parte de uma questão econômica e que agradasse os países do Centro. Então, o governo da época decidiu trabalhar numa ideia de *regeneração* do Rio de Janeiro baseado em 3 pilares: modernização do porto, saneamento básico e reforma urbana (SEVCENKO, 1998. p. 22 apud HALUCH, 2016, p. 52) e obviamente todo esse processo envolvia a demolição dos casarões nos quais as pessoas recém libertas do regime escravista que viviam.

Pereira Passos, um dos responsáveis pela modernização da estrutura urbana da cidade e ao trazer os conhecimentos de Paris, trouxe ao Brasil uma visão de *civilidade europeia*, uma ideia colonizada efeito do discurso dominante do Sujeito estruturalmente enraizado, assim quis fazer da cidade uma nova Paris, alargando as ruas, desalojando a classe operária que trabalhava perto dos portos sendo obrigados a ir para as encostas e morros - quando houve a criação das favelas -, construções com estilos arquitetônicos diferentes do que eram construídos antes, com o intuito de “embelezar” a cidade, o que após as grandes reformas gerou o período conhecido com *belle époque* carioca. A reformulação foi finalizada no fim de 1904 com a inauguração da Avenida Central, hoje Avenida Rio Branco, com novo projeto urbano cheio de artigos importados (HALUCH, 2016, p. 55).

**Figura 4** - Rua do Ouvidor em desenho pelo paisagista Eduard Hildebrandt em 1844



Fonte: Arquivo Nacional

Figura 5 - Avenida Central, atual avenida Rio Branco, na altura da rua do Ouvidor com rua Miguel Couto em 1904



Fonte: Arquivo Nacional

Entre 1910 e 1920 as principais cidades do país foram assoladas pelas greves, consequentes da força do movimento operário cada vez mais latente. Em 1920, mesmo com a economia indo de mal a pior, das manifestações da classe trabalhadora, o governo brasileiro estava preocupado com a comemoração do centenário da Independência que ocorreria no Rio de Janeiro. Com isso, o governo projetou diversas obras, incluindo a derrubada do Morro do Castelo, pela classe alta visto como um empecilho, pois ali seriam construídos os pavilhões da exposição, enquanto para outros um desrespeito com a memória da cidade, pois lá estavam enterrados os restos mortais de Estácio de Sá, fundador do Rio de Janeiro. Apesar de toda resistência, o novo regime foi recebido com em euforia pela classe alta, sendo no campo econômico estabilizado de certa forma pelo plano de saneamento financeiro de Campos Sales, na política foi articulado a *política dos governadores*, quando só os governadores ligados ao novo regime poderiam ter seus diplomas reconhecidos e a *política do café com leite*, onde São Paulo e Minas Gerais imporiam uma hegemonia política até 1930 (SEVCENKO, 1998. p. 32 apud HALUCH, 2016, p. 57).

No período da *Belle Époque* as exportações aumentaram para as nações em guerra e surgem novas indústrias para substituir as que importavam. Assim, abre-se espaço para novas formas de consumo promovidos por reclames publicitários e importante interação de revistas

ilustradas, a difusão de práticas esportivas, a criação de mercado fonográfico e a acessibilidade do cinema para a classe média. Entre 1920 a 1930 o regime vigente começa a entrar em colapso com a deposição do presidente paulista e a ascensão de Getúlio Vargas, o preço do café não se sustenta mais no mercado internacional, e em 1929 com a crise mundial, os cafeicultores são obrigados a queimar todo café (SEVCENKO, 1998. p. 36 apud HALUCH, 2016, p. 57).

Com a transição para a Modernidade é indispensável pensar na dicotomia que se vivia em relação ao movimento e a paisagem urbana. De um lado uma percepção de tradição consolidada por décadas, de outro o desejo pelo novo, principalmente após o desenvolvimento da publicidade e das novas tecnologias cada vez mais aparecendo. O momento de ruptura com a *Belle Époque* foi após a Segunda Guerra Mundial, pois com a Europa devastada, quebra-se também a ilusão de cultura perfeita criada anteriormente. Rio de Janeiro e São Paulo ficaram como os pólos centrais da consolidação da modernidade no Brasil, entrando na década de 1920 com um outro modo de pensamento, com um olhar voltado para as experimentações.

### **3.2 - Projeto Gráfico de *A Maçã***

A revista *A Maçã*, criada em 1922 por Humberto de Campos, o estudo de suas capas ilustradas e miolos com grid diferenciadas se faz necessário em seu momento histórico. Fazendo referência ao conto cristão da Eva e a Maçã, a revista remetia sempre ao sentido de pecado, criando um referencial simbólico utilizando de forma visual e verbal o duplo sentido, que além de ser visto nas capas, fazia parte do seu conteúdo.

Humberto de Campos, conhecido também pelo pseudônimo “Conselheiro X.X” era jornalista, escritor e poeta e entrou para Academia Brasileira de Letras em maio de 1920. Seu pseudônimo foi construído através da vontade de personificar literatura satírica, galante e crítica (HALUCH, 2016, p. 28). O personagem tinha 71 anos de idade, o dobro que Humberto de Campos tinha na época, se dizia de São Paulo e autor de contos. Ao criar a revista *A Maçã* o escritor recebeu diversas críticas positivas e negativas em torno do seus

escritos, principalmente pelo cunho sexual que era nítido nas suas obras, o que gerou muita repercussão no meio intelectual canônico carioca na época. Muitos escritores da própria Academia diziam não está de acordo com o que o Conselheiro X.X escrevia, pois feria o ideal de moralidade e bons costumes, como principalmente o jornalista Carlos de Laet, católico intransigente (HALUCH, 2016, p. 27), escreveu em 1925:

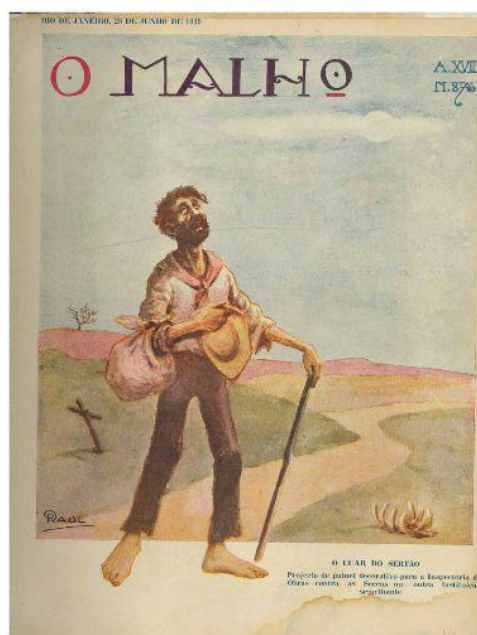
“Quanto aos poetas, reclama-se algum cuidado. Mudam frequentes e às vezes para pior. Lembra-me bem que com grande entusiasmo votei no Sr. Humberto de Campos, o poeta da Poeira... Não tenho culpa se depois sobreveio o aguaceiro e aquela poeira astral se transmudou em maçã deteriorada.” (PICANÇO, 1937. p. 178 apud HALUCH, 2016, p. 27)

Porém, Humberto de Campos sempre dizia quando sabia de alguma crítica “*Que mal fez até hoje ao mundo da malícia? Promoveu guerra entre Inglaterra e o Egito? Destruiu as ligas das nações? Desencadeou a luta civil? Aniquilou algum lar? Determinou algum suicídio? Absolutamente, não!*” A Revista no Brasil, 2000 p. 184 apud HALUCH, 2016, p. 28)

*A Maçã* foi formulada para o público masculino branco para representar a sociedade de classe média carioca da época, tratando desde assuntos cotidianos desse nicho até sátiras sobre sexo e rebeldia, chamada assim de “galante”. O que diferenciou a revista *A Maçã* das outras revistas foi o seu projeto gráfico, além do conteúdo ser voltado para o cotidiano e não ter cunho de crítica político-social, muito visto em revistas como *O Malho*. Enquanto a revista *O Malho* (figura 6) se posicionava nitidamente sobre questões em relação a fome, negligenciamento político e outros questionamentos sociais, a revista *A Maçã* (figura 7) se apoiava na sátira do moralismo burguês, dos relacionamentos tradicionais, fazendo ligação entre como essas pessoas pensavam, agiam e se as suas atitudes estavam coerentes de acordo com o seu discurso de boa moral e de bons costumes, assim tratava das festas da elite, as saídas noturnas dos homens de classe média e alta, da posição da mulher branca em um lugar de desejo, provocação, pecado e até maldade.

**Figura 6** - Revista O Malho nº876. 1919

Fonte: Casa Rui Barbosa



**Figura 7** - Revista A Maçã nº 15. 1922



Fonte: Livro A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX

A revista era um sucesso de vendas: segundo seu editorial, chegou a ser o semanário de maior circulação na capital. Além disso, era vendida por meio de assinaturas para outros estados e para o exterior. Teve momentos distintos: era mais ousada graficamente no início, outro momento com ilustrações mais comedidas - mais familiares segundo o anúncio da revista - e uma fase final mais vulgar - depois de 1928, quando deixou de ser dirigida por Humberto de Campos.

Em sua redação, Humberto de Campos contava com diversos artistas visuais homens, um dos principais era o desenhista Ivan que ficou responsável pelo projeto inicial da revista, representava figuras femininas com delicadeza, a graça e a espiritualidade de um J. Carlos. Possuía desenho firme, seguro e perfeito (HALUCH, p.101). O outro artista era o Calixto Cordeiro ou também conhecido com o K.lixto, tinha também como pseudônimo na *A Maçã de Lup* pois segundo Aline Haluch, era usado para não fazer ligação direta com a revista já que trabalhava em outros periódicos mais conservadores e era muito conhecido por dominar diversas técnicas gráficas, como a litografia . Além de artistas como Andrés Guevara, Paco, Otto Sachs e Angelus.

Em questões gráficas, *A Maçã* destoava muito do que era o periódico comum na época. Sendo muito comum ver páginas cheias de texto e pouca ilustração. A revista galante traz o uso do espaçamento mais trabalhado, a diagramação feita com a união entre texto e imagem, com o uso de ilustrações e charges. O uso de cores era pontual, então quando as páginas eram de uma cor só utilizava muitas silhuetas, texturas e desenhos com traço para evidenciar o que dizia no texto e o uso de duas cores era feito de preferência para cores chapadas e retículas. Segundo Aline Haluch, os ilustradores exploravam de forma criativa a soma das duas cores utilizadas, conseguindo simular uma impressão de três cores. Com as ilustrações principalmente de Ivan, tanto o miolo quanto a capa representavam a mulher com os vestidos marcados, sinuetas e ambientes ricos.

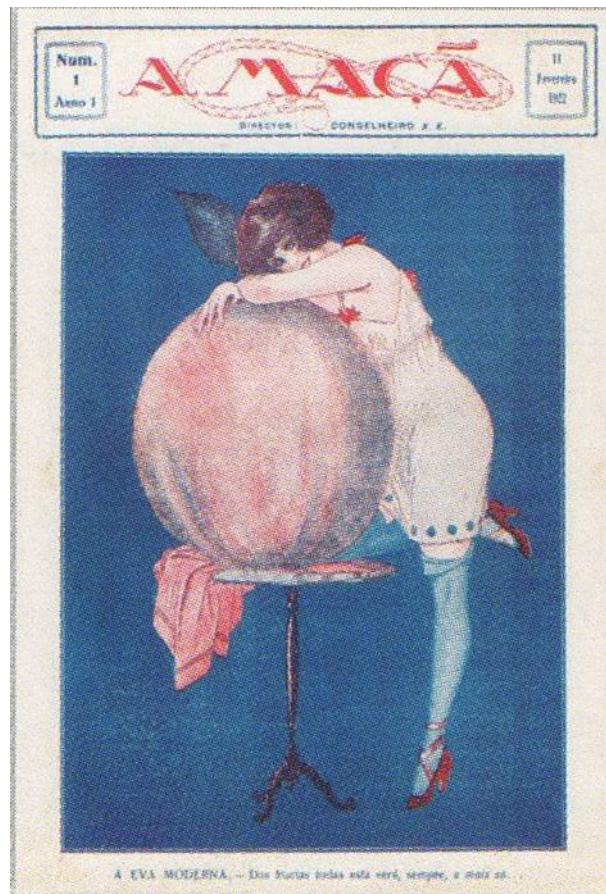
Na parte editorial, o texto primeiramente era diagramado em duas colunas, e acima do texto tinha um logotipo mais simples, feito por Ivan, que representava o Conselheiro X.X e a Eva,

simetricamente segurando uma maçã. De editorial para editorial mudavam as cores, a tipografia e a diagramação, utilizando as vezes tipos com serifa e outros sem serifa, alguns em caixa alta e outros em caixa baixa, mas a maioria das vezes as ilustrações invadiam os textos, criando uma composição difundida entre texto e imagem. O que por sua estrutura favorece destaca a ilustração, usada muitas vezes como sátira e como atrativo sobre o conteúdo, principalmente por sempre estarem presentes em suas composições mulheres brancas, magras e semi-nuas.

Lançada em 11 de Fevereiro de 1922, em pleno Carnaval, a estrutura da primeira edição de *A Maçã* (figura 8) feita por autoria desconhecida se consistia principalmente no logotipo da revista, que era o nome “A Maçã” entrelaçada em uma cobra, o número da edição, data de publicação, o nome do diretor da revista e a ilustração que se formava por: a mulher, o vermelho em destaque com uma segunda cor e a relação entre homem e mulher - sendo remetida a maioria das capas às *cocottes*, as chamadas prostitutas de luxo (HALUCH, p. 104), usando sempre roupas decotadas, camisas de dormir e poses sensuais . A primeira capa da revista é um grande exemplo, pois o nome da revista já fazia referência ao conto cristão, e a sátira já se culmina na ilustração da Eva moderna, a responsável pela expulsão do homem do Paraíso. Segundo Aline Haluch. referência da mulher e do fruto entoava um duplo sentido da expressão “comer”, utilizando na legenda “A Eva moderna - das frutas todas esta será sempre a mais sã..”



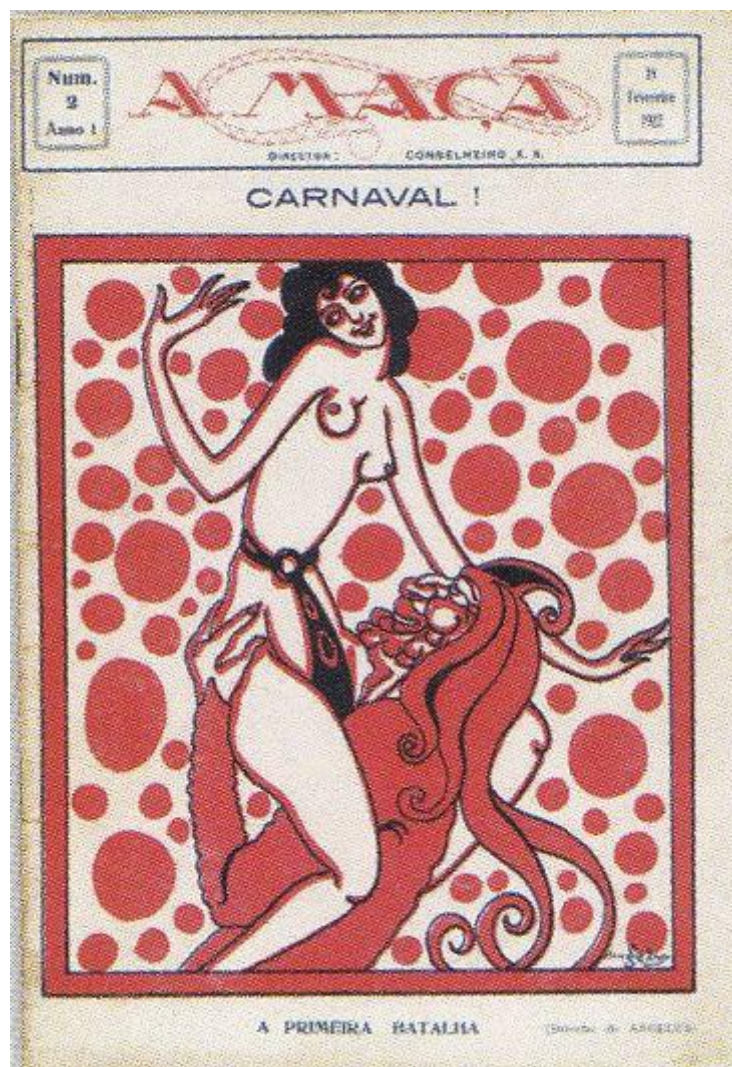
**Figura 8** - Revista A Maçã nº 1. 1922



**Fonte:** Livro A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX

Fazendo sátira aos contos cristãos - que representavam a moralidade e os bons costumes - a relação de duplo sentido entre a mulher e o diabo era colocada, pois a mulher era a personificação do pecado, aquela que agia contra boa fé do homem. A capa da edição nº 2 (figura 9), feita por Angelus, mostra bem essa relação, com o título "Carnaval" - uma festa "mundana" pelas tradições cristãs - a mulher e o diabo se divertem representando a tentação e o desvio que a festa remete para os puritanos. Em três cores, a capa nos primeiros anos remetia a estrutura de logotipo, título e ilustração já chamando atenção para o conteúdo da revista.

Figura 9 - Revista A Maça nº 2. 1922



**Fonte:** Livro A Maça: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX

Como recurso visual era bastante utilizado o círculo vermelho central, como hipótese pode ser atrelado ao formato mais simples de uma maçã, e também utilizado como ponto focal na imagem.

A comparação da mulher com a maçã era sempre vista em suas capas, como uma mercadoria sendo colocada à venda, segundo Aline Haluch. Já o uso de animais era bem comum para representar os homens, como cão, arara, serpente, gato e outros personagens mitológicos pois representavam algumas gírias da época, como o cão frugívoro, que gostaria de comer a maçã - utilizando novamente o duplo sentido de “comer” atrelado ao sexo - e não pode, sugere uma negação ao fato de a mulher também não pode ser desfrutada por ele (HALUCH, 2016).

Colocando questões estéticas da revista é nítida a influência da Art Nouveau no seu projeto gráfico, sendo uma reflexão da nova arquitetura do Rio de Janeiro com a reformulação da Avenida Central. A construção do olhar social se dava através da influência das revistas ilustradas, com o uso de imagens e textos as revistas acompanhavam as transformações tanto na arquitetura, quanto na moda. Assim, utilizando os recursos gráficos tiveram o poder de reforçar o discurso do texto, fazendo assim uma gama de personagens que ajudariam a criar o imaginário da Art Deco e da autoimagem do carioca.

### **3.3 - A realidade de *A Maçã***

Ao pensar em imagem é necessário não apenas analisar as questões visuais que rondam a elaboração da revista, mas também o papel que ela se dispõe na sociedade tanto influenciado quanto influenciador de pensamento e de comportamento, principalmente quando parte-se da premissa que a construção do Design está intrinsecamente relacionado com o meio que ele está inserido. Bell Hooks ao pensar em imagem faz essa ligação entre a representação e o meio social, sobretudo tratando de grupos marginalizados colocando:

“As imagens desempenham um papel crucial na definição e no controle do poder político e social a que têm acesso indivíduos e grupos sociais marginalizados. A natureza profundamente ideológica das imagens determina não só como outras pessoas pensam ao nosso respeito mas como nós pensamos a nosso respeito.” (HOOKS, 2019, p. 38)

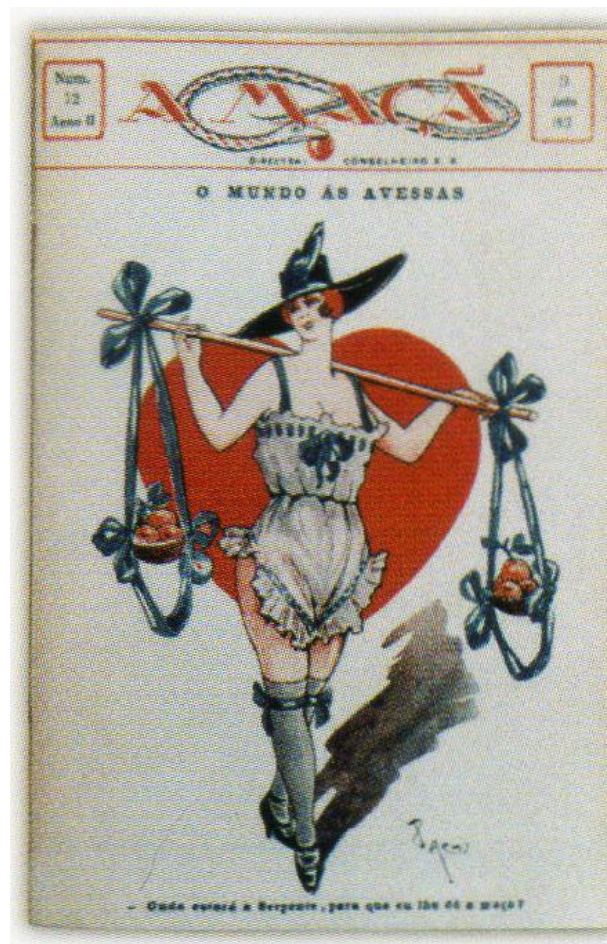
Com isso, ao analisar as representações imagéticas da *A Maçã* pensando principalmente em relação às mulheres brancas e negras no contexto social machista, misógino e racista da época é necessário questionar o discurso colocado de emancipação e autonomia das mulheres brancas e negras, colocando em consideração construções históricas muito distintas. Ao

retratar as *cocottes* - nome dado para prostitutas de luxo - a revista faz um discurso de imagem e de projeto sobre as mulheres brancas priorizando um apelo através da sexualização do corpo feminino, satisfazendo os homens brancos de classe média e alta, o seu público alvo, trabalhando em si pontos de desejo e tentação que era velado no seu cotidiano. A ideia de submissão que o homem se colocava nas capas da revistas estavam diretamente ligadas a um fetiche de dominação ao invés de um discurso de autonomia feminina e feminista.

Um exemplo é a capa número 12 da revista, feita por Paco, com o subtítulo de "Mundo às avessas" (figura 10). Ela faz uma sátira com a luta das mulheres brancas que protestavam pelo direito de trabalhar - uma mobilização que estava no início no Brasil após a influência dos movimentos europeus e sufragistas nos meados do século XIX- Ao colocar uma mulher apenas com a roupa de baixo feminina, usando salto alto e meias longas, fazendo referência as *cocottes*, sem saber para onde ir com maçãs que carrega, quase como se ela estivesse posando para a imagem, não traz a ideia de credibilidade necessária para o mercado de trabalho, onde homens brancos andavam de ternos e bem alinhados com posição de imposição.



Figura 10 - Revista A Maçã nº 72. 1923



**Fonte:** Livro A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX

Fazendo o recorte para o contexto de mulheres negras na época, no século XX, majoritariamente pessoas negras sofreram com as políticas sanitárias colocadas pelo Estado, quando os negros e negras cariocas eram colocados como a escória da sociedade que desejava ser europeizada. Na reformulação da cidade e com o fim da *Belle Époque*, quando a identidade nacional foi colocada pela elite intelectual, a figura do negro malandro e pouco confiável se tornou um símbolo de cultura miscigenada, considerada rica pelas suas misturas pelo olhar do Sujeito, com a ideia platônica de que o carioca se transformasse em um europeu tropical e a da mulher negra magra a da sambista e a da mulher negra gorda, a da cozinheira. Ao estabelecer uma crítica quanto essa construção do Sujeito para o Outro, encontra-se nitidamente o silenciamento do Subalterno na sua construção imagética-social,

principalmente quando se trata de questões raciais tão mal tratadas naquele momento. Como Bell Hooks coloca:

“Na cultura de massa, a nostalgia imperialista toma forma na reencenação e na rerritualização, de diferentes modos, das jornadas imperialistas e colonizadoras como fantasias narrativas de poder e de desejo, de sedução pelo Outro. Esse desejo está enraizado na crença atávica de que o espírito do “primitivo” reside nos corpos dos Outros de pele escura cujas culturas, tradições e estilos de vida podem ter sido, na realidade, irrevogavelmente alterados pelo imperialismo, pela colonização e pela dominação racista” (HOOK, 2019, p. 71).

Para reiterar a gravidade sobre a construção imagética de mulheres negras em relação a sociedade, Djamila Ribeiro coloca em seu livro “*O que é lugar de Fala?*” a posição de Grada Kilomba que analisa a categoria do Outro colocada por Simone de Beauvoir, de que “(...)mulheres negras por serem nem brancas e nem homens, ocupam um lugar muito difícil na sociedade supremacista branca por serem uma espécie de carência dupla, a antítese de branquitude e de masculinidade.(...) exercendo a função de Outro do Outro”. (RIBEIRO, 2017 p.41), por isso Grada Kilomba ainda afirma que pela antítese de não ser homem nem branca, dificulta que ela seja vista como sujeito, sendo confinada num lugar de subalternidade muito mais difícil de sair. Por isso, é importante questionar o recorte que se faz através da linguagem visual. Ao não levar em consideração contexto histórico-social em que o design está inserido, principalmente pela sua construção social, o design está fadado a produzir, reproduzir e disseminar para o Sujeito hegemônico. Como por exemplo, a capa nº 18 da revista A Maçã, que faz alusão uma *ama-de leite* - mulher negra escravizada que tinha a obrigação de amamentar os filhos das mulheres brancas - reflete a visão da elite brasileira que ainda associava à mulher negra como serva de escravocratas brancos, colocando-a nesse não-lugar de autonomia ou de identidade, mas sim subalterna da branquitude.

Figura 11 - Revista A Maça nº 18. 1922.



Fonte - Biblioteca Nacional Digital.

Para entender esse papel epistêmico-social do Design, é necessário reformular os sujeitos da fala, tirando os subalternos do silêncio e possibilitar que eles sejam ouvidos e vistos ao contar a sua própria história e não se construir através do sujeito Dominante: descolonizar o conhecimento e a imagem, como Djamilia Ribeiro coloca:

“para descolonizarmos o conhecimento, precisamos não ater à identidade social, não somente para evidenciar como o projeto de colonização tem criado essas identidades, mas para mostrar como certas identidades têm sido historicamente silenciadas e desautorizadas no sentido epistêmico, ao passo que outras são fortalecidas” (RIBEIRO, 2017, p. 31).

Então, é irresponsável ao papel do design ignorar as nuances que invadem o seu papel em meio a construção do indivíduo na sociedade.

Por fim, a construção da ideia da mulher carioca foi feita através do olhar masculino branco europeizado sendo colocados como ponto de referência, o que era muito intrínseco na parte editorial da revista. Tanto a percepção de mulheres negras quanto brancas foi construído através de um imaginário machista, misógino disfarçado de sátira. Ao pensar na definição de Spivak de subalternidade e das definições de representação - *Vertretung* e *Darstellung* - é nítido afirmar que o ponto que a representação se dá por um posicionamento de re-presentar, tirando a legitimidade e moldando outras referências que vão além da realidade daqueles grupos. Com isso pensa-se que, se, no contexto da produção colonial, o sujeito subalterno não tem história e não pode falar, o sujeito subalterno feminino está ainda mais profundamente na obscuridade (SPIVAK, 2014). Então, o papel do design nesse momento é abrir espaço para a subalternidade chegar ao seu lugar de sujeito da própria história, trabalhando não apenas as diferenças de gênero, mas também raciais e sociais fazendo seu dever não apenas de questionar o sentido epistêmico da profissão, mas de rever e mudar pontos de centralidade.



## 4. *Vermelho como Brasa*

### 4.1 - Conceito

Repensar em uma nova forma de construir ideologias, influenciar padrões de comportamento e entender a importância do design na história além de um pedestal canônico de “resolvedor de problemas” é colocar peso em seu papel e impacto social, político e econômico. Através de diagramação, ilustrações e tipografias o Design informa e conduz a sociedade de forma inigualável.

A formulação do projeto gráfico dos zines deste TCC é trazido como uma consequência dos estudos e análises em relação ao comportamento do design e suas formas de comunicação e disseminação através da revista *A Maçã*. A fim de tratar o papel do design sobre um novo lugar, um lugar aberto ao espaço de fala da Subalternidade, do olhar feminino não-sexualizado ou excludente, esse projeto gráfico tem o intuito de reformular o olhar feminino que foi criado na revista, redirecionando o pensamento crítico e de função do design na construção social e individual que repercute até os dias de hoje. Como suportes para disseminação da análise teórica e gráfica, será feita uma coleção de zines através de uma produção fotográfica trabalhados de forma independente. As zines são conhecidas pelo seu caráter efêmero e manual, podendo ser feito através de serigrafia ou até impresso em máquina comum.

Com o intuito de retirar a objetificação da mulher branca e a inexistência da mulher negra e enaltecer de fato o empoderamento feminino através do design e ressignificar a história das mulheres brasileiras a criação do "Vermelho como Brasa" veio para fazer esse trabalho gráfico de disseminação para as mulheres brasileiras. O nome da zine se dá pelo significado do termo "Brasil" em Tupi Guarani, língua criada no solo brasileiro antes da colonização europeia.

A coleção se dará nesse primeiro momento em 4 zines que abordam e criam outra perspectiva sobre cada capa selecionada da revista *A Maçã*, sem o intuito de reformulá-las, mas sim criar



Com isso, pensei que as referências da revista *A Maçã* são necessárias como base para discutir visualmente o papel do design como moldador de discurso, focando principalmente nas ilustrações usadas na época. A ideia de usar as referências da revista na zine é movida pelo desejo de ilustrar o que se quer reformular, como a posição da mulher de subalternidade vista na revista, transformando-a em Sujeito da própria história. As capas escolhidas foram as que mais expressaram a visão do Sujeito sob as mulheres, colocando-as como objetos, sexualizando-as e tirando o seu poder de fala.

Portanto, através dos estudos das capas e das ideias de reformulação, a técnica de colagem foi a mais apropriada, por remeter às questões de construções culturais e sociais através de várias perspectivas não antes colocadas. O recorte esteve presente pela ideia de ressignificação que ela dá, algo que era de um formato e após passar para o algum processo se transforma em outro, seja digital ou físico, desenho ou fotografia. Ponto que na zine se coloca como a reformulação do discurso e da imagem.

**Figura 13** - Capa nº 12. 1922



**Fonte:** Livro *A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX*

Figura 11 - Revista A Maçã nº 18. 1922.



Fonte - Biblioteca Nacional Digital.

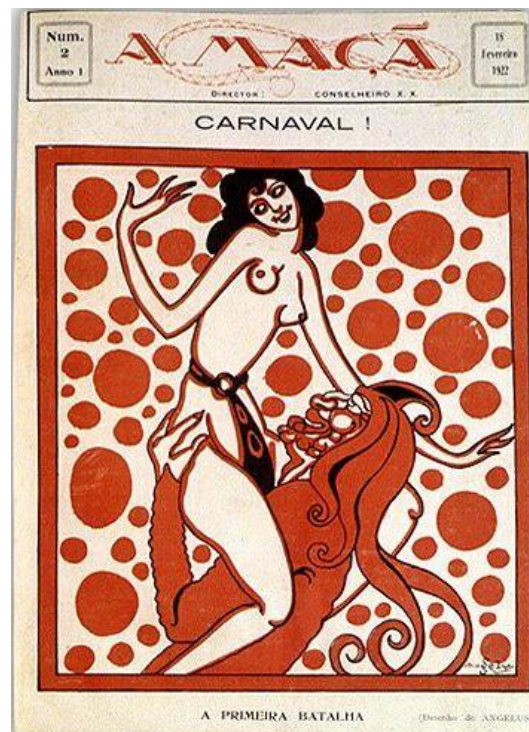
Figura 13 - Revista A Maçã nº 1. 1922.



Fonte: Livro A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX



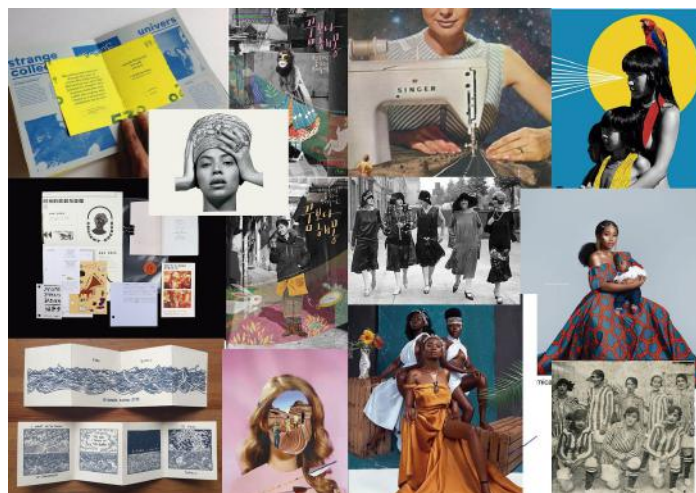
Figura 14 - Revista A Maçã nº 2. 1922.



Fonte: Livro A Maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina do início do século XX

Após selecionar as imagens da revista, o segundo *moodboard* foi baseado na proposta de reformulação através de recortes, colagens e enaltecimento das mulheres, trazendo para um viés de publicação independente, que também explora bastante as imagens e as suas possibilidades.

Figura 14 - Segundo Moodboard



### **4.3 - Desenvolvimento da zine**

O desenvolvimento do projeto se deu através de muitas nuances e ápices, com processos experimental e até um pouco intuitivo do que seria a construção de uma nova imagem que fosse a representação do projeto teórico trabalhado no TCC. Através de pesquisas e testes, as imagens foram criadas para questionar o discurso que a imagem propaga para a sociedade.

#### **a. Construção fotográfica**

Para a construção da fotomontagens foi necessário a produção fotográfica de mulheres que colocassem seus pensamentos e suas pautas em questão, as modelos foram: Natanne Viegas, Carol Oliver, Raquel Lopes e Izalena Barborsa, e foi feito um trabalho com cada uma como visão sexual, família, sexualidade e trabalho respectivamente. A escolha das modelos foi feita além do âmbito afetivo, mas sim com a ideia de cada uma contar a sua história, como para Carol Oliver ressignificar a construção visual afetiva em torno de mulheres negras; para Natanne Viegas, recolocar a visão de liberdade sexual e os impactos do machismo e da misoginia em torno do corpo da mulher; para Raquel Lopes, além de colocar a firmeza da luta das mulheres negras, colocar a pauta LGBTQIA+ como de fato algo para ser discutido e não fetichizado; e por fim, Izalena Barbosa que coloca um debate sobre a mulher no mercado de trabalho, principalmente voltado para o ramo tecnológico.

As poses foram pensadas através das referências das capas selecionadas, sem intuito de uma reprodução exata, já que o objetivo das imagens é trazer uma nova perspectiva da influência que a imagem significa. Algumas fotografias de teste foram feitas como:

**Figura 15** - Algumas fotografias

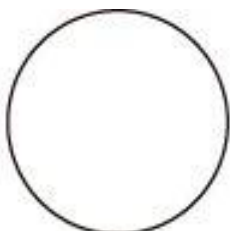


### **b. cores**

As cores usadas nas primeiras edições da revista *A Maçã* foram basicamente preto, branco e vermelho. O vermelho especialmente tinha o caráter especial por representar a fruta Maçã e por representar socialmente a cor do desejo, usada graficamente como ponto de atenção. O amarelo vem como complemento, além de ser usado diversas técnicas de saturação, matriz, etc.



#000000



#ffffff



#991d15



#ecc84

### **c. tipografia**

A fonte primária é a Stencil, colocando o caráter manual e efêmero que a zine deseja ter, como ser colada em muros, muros, postes, para disseminar o discurso, além da fácil leitura à distância.

A fonte secundária, a Open Sans, foi escolhida por seu caráter de fácil leitura e informalidade. Por ser uma tipografia sem serifa e bem arredondada facilita uma leitura rápida e traz um caráter moderno.

**Figura 16** - Alfabeto em Stencil

**STENCIL**

**A B C D E F G H I**  
**J K L M N O P Q R**  
**S T U V W X Y Z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**Figura 17** - Alfabeto em Open Sans

Opens Sans

a b c d e f g h i j k  
l m n o p q r s t u  
v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

#### **d. Definição do nome**

O processo de definição de nome passou por muitas nuances. Ao querer captar referências brasileiras como ponto de partida, o dialeto de tupi-guarani foi logo selecionado como busca de palavras, porém ao pensar em representatividade e noção ética e moral, foi descartado o seu dicionário. Porém a questão da raiz da nossa terra ainda ficou muito latente e com isso também veio a ideia de mostrar o quão, nós, mulheres, somos responsáveis por ressignificar



os tempos sem perder a essência, com isso, veio o *Vermelho como Brasa*, significado em tupi guarani do nome *Brasil*.

Figura 18 - aplicações

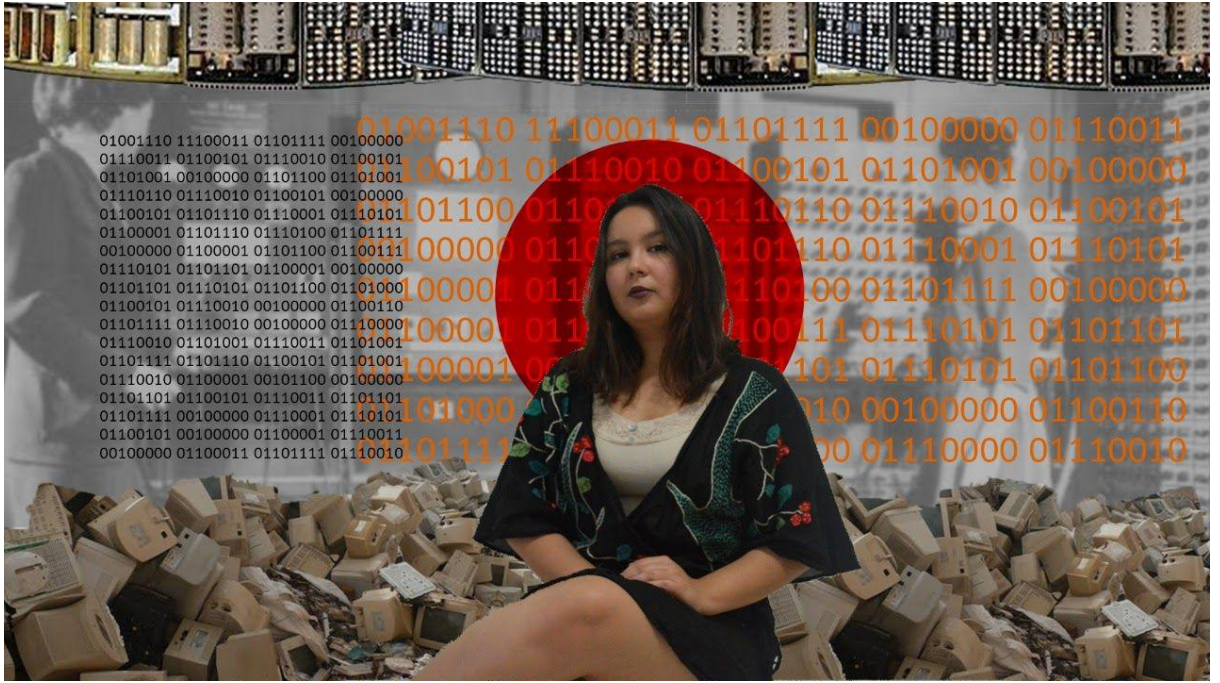


#### e. Padrões



#### f. Fotomontagens finais









**g. Vermelho como Brasa**







## 5. Conclusão

Por fim, conclui-se que é necessário pensar no papel do Design como um meio de produção e reprodução social, retirando o seu pedestal canônico-epistemológico de Sujeito e entendendo que ele se molda de acordo com as suas influências e reproduz discursos e mensagens visuais que dirigem o pensamento crítico de uma sociedade. O desafio dos designers hoje em dia é de fato ter a consciência sobre o aparato histórico que o Design, agora institucionalizado, traz e transformar suas ações enraizadas pelo discurso hegemônico em um trabalho que questiona de fato a sua função no meio social.

O projeto visual da revista *A Maçã* foi apenas um exemplo de como a imagem tem o seu poder de influência ao ser feita de homens para homens e ao retratar mulheres que eram pensadas e ensinadas apenas para servir aos prazeres do homem branco heterossexual de classe média e alta. Mesmo sendo criada em 1920, o mesmo discurso repercute até os dias atuais, colocando a prova a luta feminista e a educação em relação a equidade de gênero.

Ao analisar a revista, foi imprescindível pensar no espaço de fala e a perspectiva em que o sujeito subalterno foi inserido, o quanto a imagem e o projeto visual fazem parte de um contexto histórico e de um discurso hegemônico, reproduzindo assim não uma visão própria e sim a visão do Dominante. Principalmente ao colocar homens brancos para retratar comportamentos das mulheres no Rio de Janeiro, vê-se uma nítida caracterização sobre os corpos femininos colocando-os como objetos de desejo.

Esse trabalho foi importante para aprender o quão importante é o sujeito subalterno ser agente do seu próprio discurso, se livrando de uma reprodução de discurso colonial e da repressão do Dominante. A criação da *Vermelho como Brasa* foi a consequência dessa análise, pois ela tem o dever de abrir espaço para outras mulheres a contarem suas histórias, vivências e comportamentos, não sendo mais distorcidas no caso de representação. Como Spivak afirma:

Minhas leituras são mais propriamente, um exame interessado e imperito, de uma mulher pós-colonial, sobre a fabricação da repressão - uma contranarrativa construída da consciência da mulher, e, portanto, do ser da mulher, da

mulher como um ser bom, do desejo da mulher. Paradoxalmente, ao mesmo tempo, testemunhamos o lugar móvel da mulher como um significativo na inscrição do indivíduo social. (p. 128-129)

Portanto, este trabalho trouxe outra perspectiva sobre o papel do design na sociedade e a importância de analisar histórica e socialmente os seus impactos. Ele se coloca hoje como um artefato de contranarrativa, questionando e reformulando o que era de comportamento comum e automático, abrindo lugar de fala para o sujeito subalterno, de fato, poder falar.

## 6. Referências Bibliográficas

BONSIEPE, Gui. *Design, Cultura e Sociedade*. 1ª ed. São Paulo. Editora Blucher, 2011

CARDOSO, Rafael. *O design brasileiro antes do design*. 2ªed. São Paulo. Cosac Naify, 2005

CIPINIUK, Alberto. *Design - O livro dos porquês*, 1ª ed. Rio de Janeiro, Editora Reflexão, 2017.

FORTY, Adrian. *Objetos de Desejo*, 3ª ed. São Paulo. Cosac Naify, 2009

HALUCH, Aline. *A maçã: O design gráfico, as mudanças de comportamento e a representação feminina no início do século XX*, 1ª ed, Rio de Janeiro. Senac Rio, 2016

HALUCH, Aline. *A Maçã e a renovação do design editorial na década de 1920*. In: Rafael Cardoso(org.). *Design Antes do Design, aspectos da história gráfica 1870-1960*. 3ª ed, São Paulo. Cosac Naify, 2005.

HOLLIS, Richard. *Design gráfico, uma história concisa*, 2ªed. São Paulo. Editora WMF, 2005

HOOKS, Bell. *Olhares negros: raça e representação*. 1ª ed. São Paulo. Editora Elefante, 2019.

MEGGS, Philip. PURVIS, Alston. *A História do Design Gráfico*. 4ªed, São Paulo. Cosac Naify, 2009

RIBEIRO, Djamila. *O que é lugar de fala?*. 1ª ed, Belo Horizonte. Letramento, 2017.

RIBEIRO, Djamila. *Quem tem medo do feminismo negro?*. 1ª ed, São Paulo. Companhia das Letras, 2018.

SPIVAK, Gayatri. *Pode o Subalterno falar?* 2ªed, Minas Gerais. Editora UFMG, 2014

### 6.1 - Outras referências



Revista “O Malho”. Disponível em :  
<<http://omalho.casarui Barbosa.gov.br/index.asp?lk=14&pagina=6&qry=1922#>> Acesso em  
27/11/2019

El plegado y forma de efectuarlo disponível em:  
<<https://www.monografias.com/trabajos82/plegado-forma-efectuarlo/plegado-forma-efectuarlo2.shtml>> Acessado em 27/11/2019

Fotografia de Avenida Central, atual avenida Rio Branco, na altura da rua do Ouvidor com  
rua Miguel Couto disponível em:  
<<http://brasilianafotografica.bn.br/brasiliana/handle/20.500.12156.1/2549>> Acessado em  
27/11/2019

Fotografia do Rio de Janeiro no século XIV disponível em:  
<<http://www.rio-turismo.com/historia/seculo-19.htm>> Acessado em 27/11/2019

Fotografias diversas disponíveis em <<https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>  
Acessado em 27/11/2019

Fotografias diversas disponíveis em: <<https://ims.com.br/unidade/rio-de-janeiro/>> Acessado  
em 27/11/2019