

A criatividade no uso do numeral vinte e dois em cartazes do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira*

Raphael Freire, Fabíola Lourenço, Rodrigo Pires[†]
Universidade Federal do Pará

Índice

Introdução	2
1 O Museu da Casa Brasileira – MCB	3
2 Prêmio Design Museu da Casa Brasileira	5
2.1 A 22 ^a Edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira	5
3 Apresentação dos cartazes analisados	7
4 Análise semiótica dos cartazes	9
Considerações finais	14
Referências bibliográficas	14
Anexos	16

Resumo

Este artigo apresenta uma análise de três cartazes inscritos na 22^a edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira sob a ótica de Charles Peirce. Desenvolvido a partir dos conhecimentos adquiridos a partir do estudo da teoria do autor acima citado, o artigo tem como um de

*Trabalho apresentado a disciplina Comunicação e Teorias da Linguagem ministrada pela Prof. Dr^a. Netília Seixas.

[†]Graduandos do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará

seus objetivos por em prática os conhecimentos dos três estudantes autores do presente artigo e também atentar para a importância do estudo de teorias linguísticas por parte de alunos do Curso de Comunicação Social.

Palavras-chave: semiótica; Charles Peirce; 22º prêmio design; Museu da Casa Brasileira.

Introdução

O Museu da Casa Brasileira (MCB), há décadas, é um espaço de exposição do mobiliário dos séculos XVII ao XXI, e também conta com mostras temporárias do que há de mais atual em objetos e design brasileiros e internacionais. Além disso, a instituição oferece cursos, palestras e promove discussões que tratam sobre a temática do design e da arquitetura.

Com o objetivo de reconhecer a excelência do design brasileiro e incentivar o seu fortalecimento e disseminação, o Museu desenvolve desde 1986 o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, no qual estudantes, arquitetos, designers, profissionais de áreas afins e demais interessados podem participar por meio da inscrição de cartazes, que contemplem uma ou mais das categorias presentes no regulamento.

O trabalho que se segue é constituído de uma análise de três cartazes inscritos no 22º Prêmio Design MCB, com base nos textos da autora Lúcia Santaella, principal estudiosa do teórico Charles Peirce no país. A proposta de analisar tal *corpus* se deu mediante a criatividade constatada dos participantes em retratar a edição do Prêmio de diversas maneiras diferentes. A elaboração deste artigo pretende pôr em prática nossos conhecimentos apreendidos em sala de aula sobre a teoria linguística do autor, estabelecendo uma conexão com os cartazes em questão.

1 O Museu da Casa Brasileira – MCB

O Museu da Casa Brasileira – MCB é uma instituição pública criada por Luís Arrobas Martins, secretário da Fazenda de Abreu Sodré, na época Governador de São Paulo. O secretário idealizou uma instituição destinada à conservação, restauração, pesquisa e exposição de móveis, alfaias e objetos de arte e de decoração de residências, considerados de valor histórico ou artístico para o país. Dessa forma, em março de 1970, foi inaugurado o então denominado Museu do Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro.

Ernani Silva Bruno¹ foi convidado para dirigir o novo museu que a princípio foi instalado em um casarão na Alameda Nothmann, no bairro Campos Elísios, em São Paulo. A principiante instituição tinha como objetivo inicial recolher peças de extraordinária qualidade e grande representatividade para a cultura brasileira, a fim de fazer com que esses materiais estivessem disponíveis e acessíveis para um maior número de pessoas possível. Com isso, a direção do museu passou a veicular notícias na imprensa, com o intuito de que surgissem propostas de venda e doação de objetos. Criou-se assim, uma comissão para avaliar as peças que fossem adquiridas, tendo por base seu valor sociológico, histórico e artístico. O material recolhido durante esses anos se configura como um valioso acervo constituído de móveis, alfaias religiosas e objetos decorativos, com estima histórica e artística, produzidos no Brasil e no exterior entre os séculos XVII e XXI.

Em novembro de 1970, o Museu começava a sofrer uma transformação. A Fundação Padre Anchieta cedeu por comodato o uso do Solar Fábio Prado para o governo do Estado, que tinha a intenção de instalar ali o recém-fundado museu. Nessa ocasião, a denominação da institu-

¹ Jornalista e historiador, Ernani Silva Bruno nasceu em 10 de agosto de 1912, em Curitiba (PR), onde iniciou seus estudos. Em 1937, bacharelou-se pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo e, concomitantemente, desenvolveu-se como jornalista. Atuou nos jornais *Ação*; *Jornal da Manhã* (1938-1939) com pseudônimo de Cosme Velho; *A Noite* (1942-1947) e *Jornal de São Paulo* (1947-1948). Atualmente o Museu da Casa Brasileira possui o Acervo Equipamentos da Casa Brasileira, Usos e Costumes – Arquivo Ernani Silva Bruno, um fichário de citações sobre equipamentos, usos e costumes domésticos da sociedade brasileira ao longo de toda sua história. Produzido na década de 1970 por um grupo de pesquisadores da Universidade de São Paulo, o arquivo é o único em seu tipo existente no país.

ição foi alterada para *Museu da Cultura Paulista* e sua área de atuação foi ampliada para tornar o museu um centro de estudos, destinado a pesquisar a complexa gama de informações acerca da evolução material da cultura de São Paulo e do Brasil. A nova denominação não alcançou acordo, causando um longo debate entre os conselheiros. Em 1971, após quase um ano de debates, a proposta de Sérgio Buarque de Holanda e de Ernani da Silva Bruno de denominar o espaço como *Museu da Casa Brasileira* foi aprovada.

Paralelamente à transposição para a nova sede², o Conselho Diretor buscou, especialmente durante os cinco primeiros anos da instituição, uma significativa ampliação do acervo, que caracteriza o atual perfil sociológico e histórico da coleção presente no Museu. A grande quantidade de peças adquiridas durante a administração de Ernani Bruno permitiu a ampliação da atuação didática do museu, o qual passou a apresentar exposições permanentes e temáticas acerca da evolução do mobiliário brasileiro.

O primeiro diretor do Museu dedicou-se em firmar a instituição como um centro de pesquisas especializado na evolução dos equipamentos da casa brasileira e nos seus usos e costumes. Nesse sentido, foi fundamental a transferência para o museu de um arquivo desenvolvido ao longo da década de 70 pelo professor Carlos Alberto Cerqueira Lemos e por alunos da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Esse arquivo, que atualmente leva o nome do primeiro diretor do museu, é composto por mais de 28 mil fichas com citações e informações sobre arquitetura, mobiliário e equipamentos domésticos, do século XVI ao XIX. O acervo também revela toda a trajetória da cultura material do Brasil, além das peculiaridades, transformações e assimilações sofridas pela sociedade brasileira ao longo de seus quatro primeiros séculos de história.

Com a ampliação do perfil museológico da instituição, novas propostas e abordagens, como a arquitetura e o design, foram ganhando considerável espaço por meio de exposições temporárias, conferências, premiações e concursos. Desde 1993, o museu também sedia o Prêmio Jovens Arquitetos, promovido pelo Instituto de Arquitetos do Brasil (IAB). Além das exposições permanentes e temporárias, o Museu da Casa Brasileira possui uma agenda cultural fixa, promovendo apresen-

² A consolidação do Museu se deu em 1945 com a conclusão da obra do Solar.

tações musicais regulares. Também possui uma editora própria, especializada em publicações sobre design, mobiliário, cultura material, costumes e usos da sociedade brasileira.

Hoje o Museu da Casa Brasileira é subordinado à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo e se apresenta como a única instituição brasileira voltada ao estudo, preservação e exposição da história do mobiliário e das artes aplicadas, o MCB também é reconhecido como um dos mais dinâmicos centros de estudos da arquitetura e do design contemporâneo no Brasil.

2 Prêmio Design Museu da Casa Brasileira

Desde 1986, o Museu da Casa Brasileira promove o Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira. Naquela época, havia pouco conhecimento sobre o que era o design e poucos davam importância para esta atividade. Com postura visionária, o publicitário Roberto Duailibi, então à frente do Museu da Casa Brasileira, resolveu criar um prêmio que incentivasse o design no Brasil.

O Prêmio é promovido anualmente pelo Museu e sendo chamado por alguns de Oscar do design brasileiro. A credibilidade do Prêmio vem de seu caráter cultural, sem interesses comerciais, garantido especialmente pelo caráter e atuação da instituição que o promove.

2.1 A 22ª Edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira

No presente trabalho é feita uma análise de três cartazes elaborados para a 22ª Edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. Esta edição aconteceu no ano de 2008 e abriu inscrições para a participação de designers profissionais e estudantes. Na 22ª edição houve mudanças no regulamento, como a criação de modalidades de protótipos reservada a projetos em estágio de protótipo ou *mock-up*#, cujos projetos eram anteriormente reunidos na única categoria *Novas idéias/conceitos*.

A edição foi dividida em etapas onde inicialmente os inscritos deveriam produzir um cartaz para a edição dentro de oito categorias, a saber: Mobiliário; Utensílios; Iluminação; Têxteis; Equipamentos eletroeletrônicos; Equipamentos de construção; Equipamentos de transporte e Trabalhos escritos. Posteriormente, o vencedor deveria desenvolver as peças complementares: folheto com o regulamento e ficha de inscrição do Prêmio; convites da exposição, digital e impresso; folheto e *banner* da exposição; certificado; camiseta e selo da edição.



Figura 1. Cartaz vencedor da 22ª edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira

Para o 22º Prêmio houve 454 inscrições de cartazes que mostravam luminárias, cabides, pregadores de roupa, clips, talheres, cadeiras, entre outros objetos mobiliários e que tentaram concorrer ao prêmio do primeiro lugar no valor bruto de R\$ 8.000,00. Os primeiros lugares de cada categoria receberam R\$ 6.250,00, somando assim o total de R\$ 50.000,00 em premiação. Os protótipos só receberam menção honrosa. Por meio dos critérios originalidade; concepção formal; inovação tecnológica; adequação ao mercado; viabilidade industrial; qualidade e segurança; proteção ambiental, no primeiro momento a comissão julgadora selecionou doze finalistas para exibirem seus cartazes na mostra do 22º Prêmio. Dentre os finalistas, apenas um cartaz foi escolhido, o

criado por Aline Coutinho de Araújo e Leandro Lopes de Oliveira, de São Paulo.

“A escova de dentes é um objeto presente no cotidiano de todos, mantendo uma estreita relação com o corpo de cada um de nós. Ao mesmo tempo, pertence ao universo da grande indústria, envolvendo recursos tecnológicos avançados em seu projeto e sua produção. O tratamento gráfico dado a ela é esmerado: as cerdas sugerem o código de barras característico do produto industrial; a imagem do creme dental, por sua vez, é obtida por meio de um jogo tipográfico com os numerais, sem perder a clareza da leitura do 22”. (Trecho retirado do texto do júri enviado a imprensa).

3 Apresentação dos cartazes analisados

Para desenvolvermos nossa análise, escolhemos três cartazes que foram inscritos na 22^a edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. O principal motivo para termos escolhidos tais cartazes foi a forma como seus autores utilizaram de forma criativa o numeral vinte e dois para comporem suas obras.

O primeiro cartaz (Figura 2) foi inscrito na categoria *Iluminação* e retrata duas luminárias. O próximo cartaz (Figura 3), inscrito na categoria *Mobiliário* e mostra uma espécie de banco feito com o numeral. Por fim, o terceiro cartaz (Figura 4) estava inserido na categoria *Utensílios* e retrata dois pregadores de roupa.

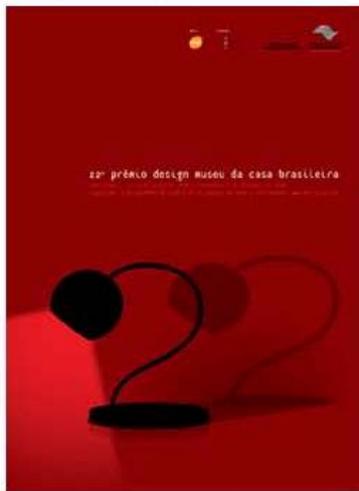


Figura 2. Cartaz inscrito na categoria Iluminação



Figura 3. Cartaz inscrito na categoria Mobiliário

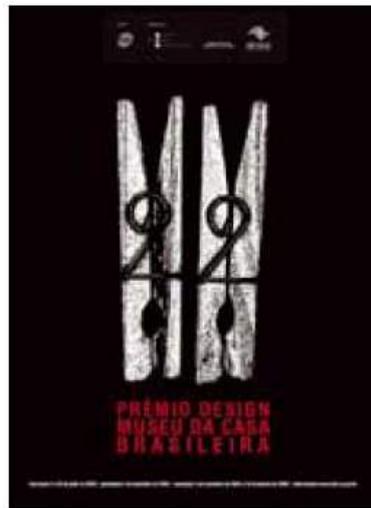


Figura 4. Cartaz inscrito na categoria Utensílios

No fim deste artigo, podem-se conferir outros oito cartazes que também foram inscritos na 22^a edição do Prêmio Design MCB. Optamos por colocá-los como anexo em nosso trabalho para justificar a nossa escolha dos três cartazes citados anteriormente e também para que seja possível conferir outras obras inscritas para a 22^a edição.

4 Análise semiótica dos cartazes

“A semiótica é uma das disciplinas que fazem parte da ampla arquitetura filosófica de Peirce. Essa arquitetura está alicerçada na fenomenologia, uma quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que apareça à nossa mente...” (SANTAELLA, 2002, p. 02).

A semiótica possui uma estreita relação com a fenomenologia e esta por sua vez apresenta três ramos: a gramática especulativa, a lógica crítica e a metodêutica ou retórica especulativa. Dos três ramos, a gramática especulativa foi o estudado durante as aulas da disciplina de

Comunicação e Teorias da Linguagem no primeiro semestre de 2009, pois é esta que se dedica a estudar todos os tipos de signos e analisa o seu comportamento, como eles podem significar e os seus modos de interpretação.

A gramática especulativa dispõe de definições para analisar tudo o que diz respeito ao signo, por meio da representação e dos três aspectos que ela engloba: significação, objetivação e interpretação. Isso se dá porque para Charles Peirce o signo possui uma natureza triádica, ou seja, ele é analisado:

“Em si mesmo, nas suas propriedades internas, ou seja, no seu poder de significar; na sua referência àquilo que ele indica, se refere ou representa; e nos tipos de efeito que está apto a produzir nos seus receptores, isto é, nos tipos de interpretação que ele tem o potencial de despertar nos seus usuários”. (SANTAELLA, 2002. p. 05).

A semiótica nos permite analisar os signos e as mensagens que eles transmitem. Os representamentos dos signos analisados são os próprios cartazes, pois eles são o que nós vemos, o que chega até nós e tem o poder de significar algo; já o objeto é o que cada um desses cartazes, individualmente, indica, refere ou representa; finalmente, o interpretante será todo e qualquer efeito interpretativo que esses cartazes potencialmente causarão em um indivíduo que entrar em contato com eles, completando assim os três elementos que compõem o signo.

A fenomenologia defende que existem três elementos universais com os quais todos os fenômenos se apresentam à mente humana. São eles: a primeiridade, que está relacionada basicamente às possibilidades, qualidades e sentimentos; a secundidade, que está relacionada basicamente às idéias de dependência, ação e reação; e a terceiridade, que está ligada à generalidade e continuidade. Cada um desses elementos, com a exceção da primeiridade engloba os sentidos dos elementos anteriores. Assim, a secundidade também possui a primeiridade, e a terceiridade possui a secundidade e primeiridade. Esses elementos se manifestam no signo, visto que primeiramente ele é algo apresentado à mente, atrela outro algo que lembra, faz referência ou representa, a um terceiro algo que gera um efeito em um possível intérprete. (SANTAELLA, 2002. p.07).

O signo pode ter como fundamento três propriedades: a sua qualidade, que é quando uma característica funciona como signo. Essa propriedade é chamada de *quali-signo*. O poder que essa qualidade tem de sugerir algo é que lhe dá capacidade de funcionar como signo. Podemos ver esse fundamento preponderantemente na Figura 2, pois primeiramente observa-se um formato de cor preta no canto inferior esquerdo que associado a uma mudança no tom da cor predominante do cartaz (vermelho), que se propaga deste formato para a lateral do cartaz, pode assim sugerir um abajur. No canto inferior direito, observa-se a repetição do formato em tom mais claro podendo sugerir a sombra do abajur. Juntos, devido à forma e à disposição dos dois, pode-se sugerir o numeral 22. Na Figura 3, o formato da imagem se assemelha a uma cadeira e os elementos da sugerida mobília, da forma como estão dispostos, assemelham-se, também, ao numeral 22. Em ambos os cartazes, os fundamentos são qualidades que sugerem algo, sendo assim, signos ou *quali-signos*.

Outra propriedade é a de existência, aquela na qual um existente aponta e/ou faz referência para outros existentes, por se relacionar com eles, e funciona como um signo de cada referência ao qual o primeiro existente se aplica, pois faz parte daquilo para que remete. Essa propriedade é a do *sin-signo*, exemplificada na Figura 4, pois este se utiliza de uma fotografia que é um existente que aponta para outro existente, que são os pregadores de roupa, representados na foto. Apesar de não estar predominante, este cartaz também possui a primeira propriedade, ou seja, a de *quali-signo*, pois o formato com o que o arame está posicionado nos pregadores sugere o número 22.

A terceira e última propriedade apresenta um aspecto de lei: uma abstração atuante sobre um caso singular, adaptando-se à sua generalidade, ao que há de comum com todos os elementos que compõem uma classe, fazendo com que as coisas ocorram de acordo com aquilo que a lei ordena. Essa propriedade é o *legi-signo*, encontrada nas palavras que compõem as frases presentes nos três cartazes analisados, isso devido ao fato das palavras pertencerem a um sistema, significando o que esse sistema define que elas expressem. (SANTAELLA, 2002. p. 14).

Baseado na segunda teoria, que visa analisar a maneira como o signo vai representar um objeto, vai depender do fundamento do seu objeto. Se um fundamento for um *quali-signo*, a relação com o objeto será um

ícone; se for um existente, será um índice; e se for uma lei, será um símbolo.

A respeito do objeto do signo, existem duas distinções: o objeto dinâmico e o imediato. O imediato é o modo como o signo representa ou evoca aquilo a que ele se refere e aquilo a que ele se refere é o objeto dinâmico, ou seja, o todo. O objeto imediato possui uma função mediadora, pois só se consegue alcançar o objeto dinâmico a partir do imediato. A relação do signo com o objeto dinâmico vai depender do fundamento desse signo, que pode ser uma qualidade, um existente ou uma lei, e dependendo do fundamento irá mudar o objeto imediato, pois uma vez que se tem três fundamentos, se tem três relações deste com o objeto, que se for um *quali-signo*, a relação será icônica, ou seja, vai sugerir ou evocar o seu objeto dinâmico; se for um *sin-signo*, ele será indicial, ou seja, vai indicar o seu objeto dinâmico, e se for um *legi-signo*, será simbólico, ou seja, vai representar o objeto dinâmico.

O *quali-signo* é icônico, pois ele só pode sugerir o seu objeto por similaridade. O ícone só pode sugerir ou evocar algo porque a qualidade que ele exhibe se assemelha com uma outra qualidade, e essa qualidade sugerida vem a ser o objeto dinâmico; o objeto imediato vem a ser o próprio fundamento, ou seja, a qualidade que ele exhibe. Nas Figuras 2 e 3, uma vez que tem por predominância fundamentos *quali-signicos*, suas relações com seus objetos dinâmicos serão ícones, pois na Figura 2 o ícone sugere o seu objeto pela similaridade com um abajur ou luminária, e a Figura 3 sugere o seu objeto dinâmico pela similaridade com uma cadeira. Logo, o objeto dinâmico de um é o abajur e do outro uma cadeira, e o objeto imediato será o próprio fundamento, ou seja, as qualidades que eles apresentam.

O índice tem por fundamento a existência concreta. O objeto imediato do índice é a maneira com que o índice é capaz de indicar outro existente, ou seja, o seu objeto dinâmico, com o qual ele mantém uma conexão existencial. De uma forma geral, índices possuem ícones, porém não são esses ícones que irão capacitá-los como signos. Isto pode ser observado na Figura 4, pois a foto do utensílio em questão indica o seu objeto dinâmico, que são os pregadores de roupa, e o objeto imediato é essa fotografia específica, que representa a forma como o índice aponta para o seu objeto dinâmico, que é um outro existente, com o qual ele possui uma relação por meio da tomada da foto.

Em relação ao símbolo, o fundamento é o *legi-signo*. De acordo com Santaella,

“Leis operam no modo condicional. Preenchidas determinadas condições a lei agirá. (...) Se o fundamento do símbolo é uma lei então, o símbolo está plenamente habilitado para representar aquilo que a lei prescreve que ele represente”. (SANTAELLA, 2002. p.20).

O objeto imediato é o modo como o símbolo vai representar o objeto dinâmico por meio de uma lei, como no caso das palavras presentes nos cartazes que compuseram nossa análise. Essas palavras são um caso singular, pois estão convencionadas a representar alguma coisa. A forma como essa palavra está escrita e o objeto imediato e o que ela representa é o objeto dinâmico.

Por fim, na teoria da interpretação, o signo possui três interpretantes: o imediato, que é o potencial interpretativo do signo, ainda no nível abstrato, antes que o signo se encontre com o intérprete, fazendo com que esse potencial se efetive. No caso da nossa análise, o interpretante imediato é o potencial interpretativo que cada cartaz possui, mesmo antes de encontrar algum indivíduo que o tente decifrar, interpretar. O interpretante dinâmico se refere ao levantamento que é feito quando analisamos um signo, pois qualquer intérprete apenas enumera algumas possibilidades interpretativas do signo. Este interpretante pode estar em três níveis: o interpretante emocional, quando o efeito que um signo provoca possui apenas a qualidade de sentimento e emoção; o interpretante energético, quando há o dispêndio de energia física ou mental para decifrar a intencionalidade do signo; e, por último, o interpretante lógico, quando o signo é interpretado através de uma regra interpretativa internalizada pelo intérprete. O último dos interpretantes, o interpretante final, é a totalidade de interpretações que o signo pode alcançar, porém ele nunca é atingido, uma vez que conseguir obter todas as possíveis interpretações causadas pelo signo se faz impossível.

Considerações finais

Ao término deste artigo, percebemos o quanto a disciplina Comunicação e Teorias de Linguagem se fez importante em nosso percurso acadêmico, uma vez que pudemos ter contato com teorias a respeito do signo lingüístico como a semiologia, a análise do discurso, entre outras teorias as quais se fazem bastante pertinentes nas áreas do jornalismo e da publicidade.

A elaboração deste trabalho foi de extrema importância, pois pudemos conferir como aplicar as teorias estudadas dentro de sala de aula e perceber principalmente como os signos, elementos lingüísticos, discursos, estão presentes em nosso dia a dia e nem nos damos conta.

Por meio da análise dos cartazes inscritos na 22^a edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira percebemos que a teoria sónica do teórico Charles Peirce pode ser aplicada a qualquer objeto de estudo e que com ela podemos observar e verificar elementos da linguagem, mensagens, signos que ao olhar de um observador comum passariam despercebidos.

Referências bibliográficas

Biografia Ernani Silva Bruno. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IrQmLx46ybSj:www.ieb.usp.br/topico.asp%3Fcateg%3D1%26subcateg%3D1%26topico%3D16+Ernani+Silva+Bruno+biografia&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>. Acesso em 27 de Jun. 2009.

Corrida pelo ouro. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JEQMFbfYdtwJ:colunistas.ig.com.br/allexincasa/tag/premio-design/+22+premio+design+museu+da+casa+brasileira&cd=9&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>. Acesso em 27 de Jun. 2009.

CUNHA, Maria Luciana Garcia. *Uma análise da semiótica peirciana, aplicada ao anúncio da Associação Desportiva para Deficientes*. Disponível em: www.usp.br/anagrama/Garcia_Pierce.pdf. Acesso em 29 de Jun 2009.

O Museu. Disponível em: www.mcb.sp.gov.br/mcbText.asp?sMenu=P001. Acesso em 27 de Jun. 2009.

Prêmio Design. Disponível em: www.mcb.sp.gov.br/mcbPremio.asp?sMenu=P003&sPremio=PPD. Acesso em 27 de Jun. 2009.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

SILVA, Jaqueline Arruda da; ALMEIDA, Carlos C. de. *Análise de embalagens e linguagem regional: aplicação da semiótica peirciana no estudo de rótulos de embalagens de erva-mate*. Disponível em www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Silva_Almeida.PDF. Acesso em 29 de Jun 2009.

22º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. Disponível em: <http://74.125.47.132/search?q=cache:UcUC3Py7p6sJ:www.linkk.com.br/story.php%3Ffid%3D67661+22+premio+design+museu+da+casa+brasileira&cd=4&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>. Acesso em 27 de Jun. 2009.

22º Prêmio Design. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:c0AxlyDIxesJ:www.mcb.sp.gov.br/mcbEdicao.asp%3FsPremio%3DPPD%26sEdicao%3D22+22+premio+design+museu+da+casa+brasileira&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>. Acesso em 27 de Jun. 2009.

22º Concurso do Cartaz. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZuS0vPQSTiMJ:www.mcb.sp.gov.br/mcbEdicao.asp%3FsPremio%3DPIV%26sEdicao%3D22%26sOrdem%3D1+22+premio+design+mu>

seu+da+casa+brasileira&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl
=br&client=firefox-a. Acesso em 27 de Jun. 2009.

Anexos



