



## **A criatividade no uso do numeral vinte e dois em cartazes do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira<sup>1</sup>**

Fabiola Mescouto LOURENÇO<sup>2</sup>

Rodrigo Carvalho PIRES<sup>3</sup>

Raphael Santos FREIRE<sup>4</sup>

Netília Silva dos Anjos SEIXAS<sup>5</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

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

### **1. 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

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA), email: [fabiola\\_lourenco@yahoo.com](mailto:fabiola_lourenco@yahoo.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA), email: [rodrigocpires@yahoo.com.br](mailto:rodrigocpires@yahoo.com.br).

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), email: [rsfjofreire@gmail.com](mailto:rsfjofreire@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, email: [netiliaseixas@gmail.com](mailto:netiliaseixas@gmail.com).



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.

## 2. 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 Bruno<sup>6</sup> 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 instituição foi alterada para *Museu da Cultura Paulista* e sua área de

---

<sup>6</sup> 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.



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 Hollanda e de Ernani da Silva Bruno de denominar o espaço como *Museu da Casa Brasileira* foi aprovada.

Paralelamente à transposição para a nova sede<sup>7</sup>, 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 apresentações 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.

### **3. Prêmio Design Museu da Casa Brasileira**

---

<sup>7</sup> A consolidação do Museu se deu em 1945 com a conclusão da obra do Solar.



Desde 1986, O Museu da Casa Brasileira promove o Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira, que em poucos anos se consagrou como uma das mais conceituadas premiações na área de design de produto no país, e uma importante referência para os profissionais e estudantes da área. 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 se constituiu como uma das mais conceituadas premiações na área de design de produto no país, 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.

### **3.1 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*<sup>8</sup>, cujos projetos eram anteriormente reunidos na única categoria *Novas idéias/conceitos*.

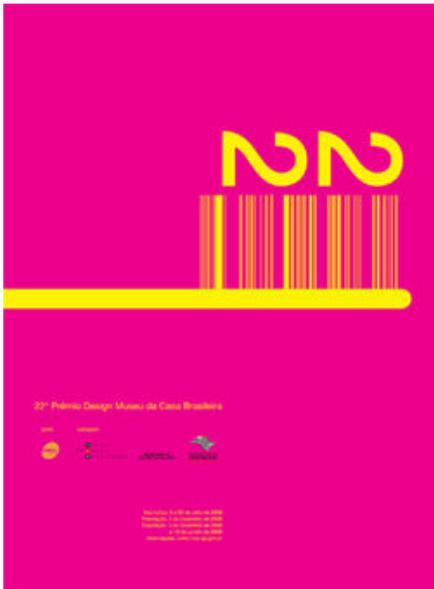
A edição foi dividida em etapas onde inicialmente os inscritos deveriam produzir um cartaz para a edição dentro de oito categorias, a saber: Mobiliário; Utensílios; Iluminação; Têxteis; Equipamentos eletroeletrônicos; Equipamentos de construção; Equipamentos de transporte e Trabalhos escritos. Posteriormente, 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.

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.

---

<sup>8</sup> Mock-up é uma peça em tamanho real, em 3D, a fim de mostrar como o produto será verdadeiramente, em tamanho, proporções e cores.

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).



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

#### **4. Apresentação dos cartazes analisados**

Para desenvolvermos nossa análise, escolhemos três cartazes que foram inscritos na 22ª 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.

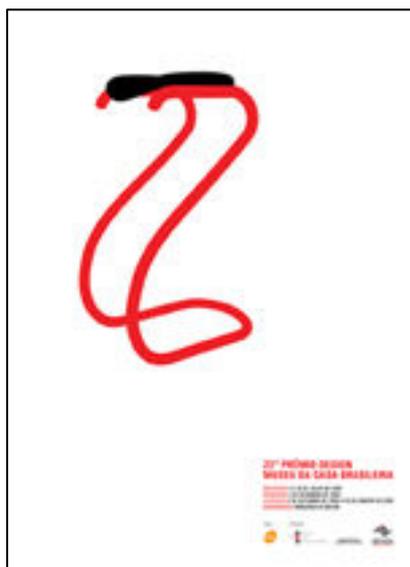
O primeiro cartaz (Figura 2) foi inscrito na categoria *Iluminação* e retrata duas luminárias. O próximo cartaz (Figura 3), inscrito na categoria *Mobiliário* e mostra uma espécie de banco feito com o numeral. Por fim, o terceiro cartaz (Figura 4) estava inserido na categoria *Utensílios* e retrata dois 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 22ª 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 22ª edição.



## 5. 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 exibe 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 exibe. 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 àquilo 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 22ª edição do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira percebemos que a teoria sígnica 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/topic.o.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/+22º+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: <[http://www.usp.br/anagrama/Garcia\\_Pierce.pdf](http://www.usp.br/anagrama/Garcia_Pierce.pdf)>. Acesso em 29 de Jun 2009.



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

**Prêmio Design.** Disponível em: <<http://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 ervamate**. Disponível em <[http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Silva\\_Almeida.PDF](http://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%3Fid%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:cOAxlyDlXesJ: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:ZuS0vPOSTiMJ:www.mcb.sp.gov.br/mcbEdicao.asp%3FsPremio%3DPIV%26sEdicao%3D22%26sOrdem%3D1+22+premio+design+museu+da+casa+brasileira&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a>>. Acesso em 27 de Jun. 2009.



## Anexos

