



Anales del Instituto de Arte Americano
e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo"

■ DISEÑO GRÁFICO EN BRASIL EN LAS DÉCADAS DEL 20 Y EL 30. MODERNISMO Y MODERNIDAD

Victor Margolin

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Margolin, V. (2013). Diseño Gráfico en Brasil en las décadas del 20 y el 30. Modernismo y Modernidad. *Anales del IAA*, 43 (2), 229-238. Consultado el (dd/mm/aaaa) en <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/120/108>

ANALES es una revista periódica arbitrada que surgió en el año 1948 dentro del IAA. Publica trabajos originales referidos a la historia de disciplinas como el urbanismo, la arquitectura y el diseño gráfico e industrial y, preferentemente, referidas a América Latina.

Contacto: iaa@fadu.uba.ar

* Esta revista usa Open Journal Systems 2.4.0.0, que es software libre de gestión y publicación de revistas desarrollado, soportado, y libremente distribuido por el Public Knowledge Project bajo Licencia Pública General GNU.

ANALES is a peer refereed periodical first appeared in 1948 in the IAA. The journal publishes original papers related to the history of disciplines such as urban planning, architecture and graphic and industrial design, preferably related to Latin America.

Contact: iaa@fadu.uba.ar

* This journal uses Open Journal Systems 2.4.0.0, which is free software for management and magazine publishing developed, supported, and freely distributed by the Public Knowledge Project under the GNU General Public License.

DISEÑO GRÁFICO EN BRASIL EN LAS DÉCADAS DEL 20 Y EL 30. MODERNISMO Y MODERNIDAD

Victor Margolin *

Modernismo brasileño

En una declaración para la antología *99 poetas/1999*, el poeta, crítico y traductor Haroldo De Campo escribió:

“El Modernismo brasileño vanguardista comenzó en 1922, el año en que fueron publicados *La tierra baldía* de Eliot, *Ulises* de Joyce y *Trilce* de Vallejo, bajo la influencia del futurismo italiano y el cubismo francés”.¹

Si vamos a reconocer el argumento de Do Campo para la llegada del modernismo a Brasil debemos entender que el modernismo para él estaba muy identificado con la definición europea de “moderno”, que lo vinculaba con la radical creación de nuevas formas estéticas en el arte y la literatura. Al caracterizar al modernismo brasileño, Do Campos siguió la posición del poeta Oswald de Andrade en su rechazo de las influencias extranjeras y la afirmación de una estética brasileña inconfundible.

Si tomamos asimismo la datación de Do Campo que considera el año 1922 como punto de partida del modernismo brasileño, inevitablemente lo identificaríamos con La Semana del Arte Moderno, llevada a cabo en San Pablo en 1922. En ese momento, los artistas involucrados rechazaron un arte nostálgico y nativo, definiendo al modernismo con una impronta brasileña, no solo en la pintura, la escultura y el arte aplicado, sino también en la arquitectura, la literatura y la música. Este intento fue evidente en el diseño de la cubierta del catálogo realizada por el artista Emiliano Di Cavalcanti, uno de los organizadores de la Semana del Arte Moderno, que consistía en un dibujo en tinta de una mujer desnuda en un pedestal, rodeada por formas decorativas y un follaje (Fig. 1). Por supuesto, el desnudo era un clásico ícono de la pintura europea pero Di Cavalcanti lo combinó con plantas tropicales y otras formas que insinuaban el arte *folk* de Brasil.

Entre los principales artistas y teóricos que, además de Di Cavalcanti, participaron en la Semana Santa del Arte Moderno se encontraban Oswald de Andrade, autor del manifiesto *Pau-Brasil* (Poesía palo Brasil) en 1924 y del *Manifiesto Antropófago* o *Manifiesto caníbal* de 1928; Mario de Andrade (1893-1945) un poeta, novelista, crítico y musicólogo, quien publicó la novela seminal *Macunaíma* en 1928; los pintores Anita Malfatti (1889-1964), considerada por ser la primera artista brasileña que introdujo desde el exterior las ideas modernas sobre pinturas, y Tarsila do Amaral, y el poeta y pintor Paulo Menotti Del Picchia. Estos artistas conformaron el Grupo de los Cinco, que permaneció en el centro del movimiento moderno brasileño en la década del 20.

* Universidad de Illinois, Chicago. Estados Unidos

En su manifiesto *Pau-Brasil* y en el *Manifiesto Antropófago*, Oswald de Andrade caracterizó al modernismo brasileño por su capacidad para canibalizar la cultura europea para sus propios propósitos. Con este argumento, él y otros asociados con el movimiento moderno de Brasil sostuvieron simultáneamente su deseo de ser modernos y su negativa de adoptar los precedentes europeos. El crítico de arte P. M. Bardi ha señalado que las nuevas ideas visuales que fueron introducidas en la exhibición de la Semana del Arte Moderno pronto comenzaron a penetrar en el mundo de las publicaciones en libros y revistas, y en consecuencia, tuvieron un efecto considerable en los estilos gráficos populares. Siguiendo el evento, algunos de los organizadores, incluido Mario de Andrade, lanzaron una revista cultural a la que llamaron *Klaxon* para mostrar su intento de proclamar ruidosamente la llegada de una nueva cultura. La revista, que contó con solo nueve números, introdujo de forma radical la retórica visual de la vanguardia rusa, en particular el diseño de la portada con su gran letra A que ocupaba la página en sentido vertical (Fig. 2). La manera en que el diseño de la portada incorpora una letra sola en múltiples palabras recuerda la idea de la economía visual del diseñador ruso El Lissitzky.

Klaxon publicó artículos y poesías en varios idiomas y trajo numerosos ejemplos de la vanguardia europea, llamando la atención de sus lectores brasileños. Sin embargo, los editores, entre los cuales Mario de Andrade era la figura central, fueron inflexibles a la hora de identificarse con alguna vanguardia en particular: "*Klaxon*", declararon, "es klaxonista". La publicidad de la revista también fue innovadora e incluía una parodia en un aviso para una fábrica que producía sonetos, madrigales, baladas y *quadrinhas*, una forma poética formada por cuatro versos.

Así, la retórica constructivista de la tapa fue fusionada con un espíritu "Dadá", que fue evidente también en las páginas donde ocasionalmente se presentaba con una mezcla ecléctica de estilos.

Podríamos comparar *Klaxon* con otras revistas literarias de la misma época, cuyos diseñadores crearon formatos visuales de novelas que correspondieron a la literatura experimental que ellos publicaron. Podemos mencionar numerosas revistas europeas como *Der Dada* y *Dadaco* en Alemania, *Literatura* en Francia e *Irradiador* en México. *Klaxon* y otras revistas brasileñas vanguardistas que le siguieron, *Terra Roxa* e *Outras Terras*, que apareció en 1925, y la *Revista de Antropofagia* de Oswald de Andrade, que salió a la luz en 1928. Todas ellas fueron las publicaciones brasileñas de los años 20 que mejor representaron un interés en la tipografía vanguardista. El primer ejemplar de la *Revista de Antropofagia* incluía el *Manifiesto Antropófago* de Andrade con una ilustración de Tarsila do Amaral (Figs. 3a y 3b). En su fase inicial la revista editó diez números hasta que se convirtió en un tabloide y circuló por un breve período en una entrega semanal con el diario (*Diário de São Paulo*). De este modo, los editores también experimentaron con la tipografía, incluyendo citas aisladas con tipografía grande en negrita, como así también una mezcla de tipografías con un *layout* ordenado en dos columnas.

Los libros vanguardistas producidos por los participantes de la Semana del Arte Moderno, incluyen el libro de poemas *Pau-Brasil* de Oswald de Andrade de 1925, que fue ilustrado por Tarsila do Amaral, quien también diseñó la irónica tapa que mostraba una bandera brasileña en sentido vertical con el nombre de *Pau-Brasil* dentro del globo azul (Fig. 4).

Una serie de otros importantes libros de diseño, particularmente las cubiertas, fueron creadas por escritores asociados con el movimiento moderno brasileño, en especial Oswald y Mario de Andrade, el poeta Raul Bopp, el crítico y ensayista Guilherme de Almeida y Antônio de Alcântara Machado. Una de las más intrigantes de la serie fue el diseño de la tapa y el



Figura 1: Emiliano Di Cavalcanti, Semana de Arte, Moderna, cubierta del catálogo, 1922. Fuente: http://classconnection.s3.amazonaws.com/379/flashcards/4040379/png/1922_semana_de_art_moderna-14225886396652DAF19.png.



Figura 2: Tapa de *Klaxon*, 1922. Fuente: <http://2.bp.blogspot.com/-OSxg3hMzlg/TzkshEjPjfl/AAAAAAAAAH8Y/VqotMIEw5jY/s1600/revistas+2.jpg>.



Figura 3b: *Revista de Antropofagia*, manifesto Antropofago, 1928. Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/6/65/Revantrof.png>.

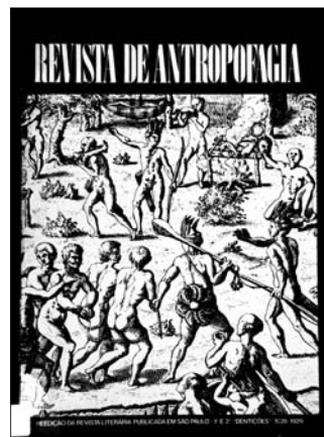


Figura 3a: *Revista de Antropofagia*, cubierta, 1928. Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/6/65/Revantrof.png>.



Figura 4: Tarsila do Amaral, cubierta de *Pau-Brasil*, 1925.
Fuente: http://1.bp.blogspot.com/_1Ed3SQP4XvQ/SZrEgY5TZQI/AAAAAAAAAQ4/P5O3-uBN30I/s320/paubrasil.jpg.

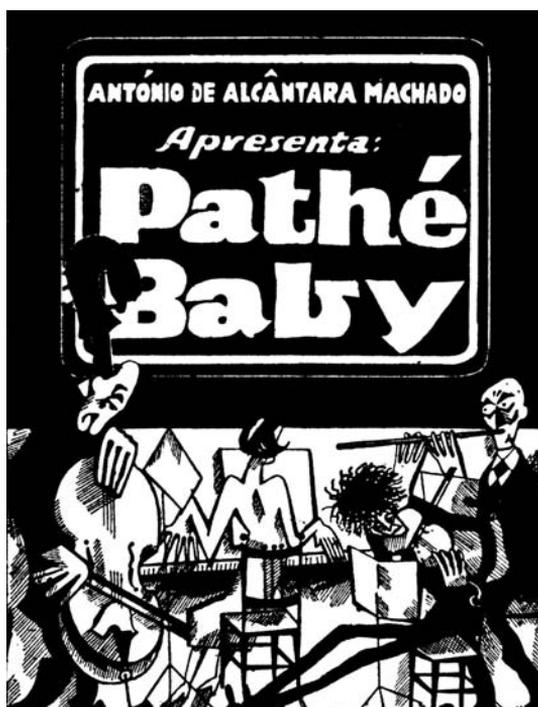


Figura 5: Antônio Paim Viera, tapa de *Pathé Baby*, 1926.
Fuente: https://sebodomessias.com.br/imagens/produtos/56/566796_891.jpg.



Figura 6: Tapa de *O Malho*, sin fecha.
Fuente: <http://media-cache-ec0.pinimg.com/236x/11/6b/2e/116b2ea7330cbb2224af8bea16631c2f.jpg>.

layout del libro que Antônio Paim Viera hizo para la novela *Pathé-Baby* de Alcântara Machado en 1926, quizás el *layout* más original hecho durante los años 20 (Fig. 5). El título fue tomado del nombre de un pequeño proyector hogareño que fue lanzado al mercado por primera vez por Pathé Frères en 1922. Influyó en la estructura del libro, que fue diseñado para recordar la atmósfera de un cine. Paim Veira creó una secuencia de dibujos cinematográficos en una lámina desplegable que, humorísticamente, representaba un cuarteto musical que desaparecía de manera progresiva mientras acompañaban un film silencioso.

Con la llegada al poder de Getúlio Vargas en 1930, el clima para el cosmopolitismo intelectual y la irreverencia política cambió, y el impulso vanguardista para crear una expresión moderna como “Brasilidade” (Brasilidad) cedió.

Modernidad brasileña

En la sección precedente de este artículo catalogo algunos libros y diarios que considero ejemplos del modernismo brasileño y que en consecuencia diferencio del término “modernidad”. La diferencia entre los dos es que el “modernismo” denota una particular cualidad formal asociada con lo nuevo, mientras que “modernidad” es un término muy amplio, que caracteriza el sentido de algo que está en su tiempo sin la necesidad de poseer una estética formal innovadora. Siguiendo esta distinción, uno puede estar de acuerdo con Haroldo Do Campos en que aquel modernismo brasileño en su primera fase fue asociado con un grupo determinado de obras literarias, visuales y musicales de arte y diseño gráfico. Podemos, por consiguiente, considerar otros trabajos como ejemplos de la modernidad brasileña –trabajos de arte y diseño con características que son ampliamente reconocidas como lo moderno sin experimentación formal como su elemento central–. En Brasil, la modernidad visual fue en especial evidente en muchas revistas populares como en las portadas de ciertos libros, en las ilustraciones y en los *layouts*.

Entre las revistas, las influencias más fuertes de diseño fueron francesas. Esto comenzó en el siglo XIX con revistas como *Semana Ilustrada*, que publicó Henrique Fleuiss en San Pablo a comienzos del año 1860, y la *Revista Ilustrada*, que el caricaturista italiano Ângelo Agostini lanzó en Río de Janeiro en 1876.

La relación con los estilos gráficos franceses continuó de una manera diferente después del cambio de siglo cuando la decoración Art Nouveau, particularmente el diseño de las letras, generó un gran impacto. Aunque el Art Nouveau menguó en Europa alrededor del año 1905, siguió influenciando la impronta de algunas publicaciones, en especial las cubiertas de los libros y los *layouts* de los años venideros. Las primeras revistas ilustradas del siglo xx incluían a *O Malho* (*La maza*) y *A Careta* (*La mueca*) (Fig. 6). En lugar de recostarse en los artistas, estas revistas, que se esforzaron por retratar la vida urbana moderna, tenían gran influencia en una nueva generación de caricaturistas que dibujaban cubiertas, ilustraciones y caricaturas. Entre ellos se destacaba J. Carlos, quien fue el principal ilustrador de *A Careta* desde 1908 hasta 1921, cuando abandonó esa tarea para convertirse en el director de arte y en ilustrador para una compañía en Río de Janeiro que publicó algunas de las principales revistas ilustradas de la época. Otras grandes figuras que dibujaron para las revistas populares fueron Calixto Cordeiro, que firmaba como “K.lixto”, y Raul Paranhos Pederneiras, más conocido como “Raul”. De acuerdo con el historiador de arte Rafael Denis, estos dos ilustradores y J. Carlos formaron el “trío de oro” de la caricatura brasileña.

La modernidad en las revistas y libros publicados

Una nueva generación de revistas apareció en los años 20. Algunas continuaron con el estilo del período anterior, mientras otras adoptaron aspectos del estilo Art Deco, popular en aquel tiempo en París y Nueva York, como se puede ver en las tapas de las revista *Para Todos* por J. Carlos (Fig. 7). Entre ellas, *A Maçã (La manzana)*, que apareció por primera vez en el año 1922, rápidamente se convirtió en el semanal más popular en Río (Fig. 8). Era una revista satírica cuya popularidad puede atribuirse al menos en parte a su vivaz diseño, que fue influenciado por las publicaciones de moda francesas pero que también incluía elementos originales. La cualidad gráfica que más sobresalía de la revista, sin embargo, fueron los vivos diseños de las páginas, que incluían dibujos alineados que enmarcaban las columnas de estilos para titular las páginas que integraban la copia impresa en diseños ornamentales simétricos.

La modernidad resultaba también evidente en los diseños de los libros aunque no en forma tan extensiva como en las revistas publicadas. A fines de la Primera Guerra Mundial, el libro comercializado en Brasil no había sido desarrollado. De hecho, algunos libros escritos por autores brasileños fueron publicados en Europa y luego distribuidos en casa. Había muy pocas librerías u otro tipo de local que vendiera libros y esto hacía que su distribución fuese dificultosa. El Art Nouveau, y ocasionalmente la estética de William Morris con su Arts and Crafts, fueron fuertes influencias en el diseño de las portadas de los libros y de algunos *layouts*. El hombre al que se le suele atribuir el lanzamiento de publicaciones brasileñas modernas es José Bento Monteiro Lobato, autor y periodista, que también era un firme nacionalista. Monteiro Lobato comenzó a desarrollar una empresa editora que él revolucionó de muchas formas. Una de ellas fue prestar más atención en el diseño de las portadas, que hasta ese momento eran en su mayoría reproducciones de los títulos en las páginas en papel gris o amarillo. También modernizó los *layouts* de sus libros, cambiando los cargados diseños de las páginas por diseños limpios con tipografías bien definidas. La mayoría de los caricaturistas e ilustradores a quienes encargó el diseño de las portadas de sus libros ya eran conocidos en la época como colaboradores de las revistas populares brasileñas: Antônio Paim Viera, Mick Carnicelli y Benedito Carneiro Bastos Barreto, conocido como "Belmonte".

El diseño y la impresión de los libros brasileños presentaban altibajos para fines de los años 20, con la excepción de la publicación de Monteiro Lobato.

Entre los pocos editores que valoraron el compromiso de Monteiro Lobato para diseñar se encuentra Olympio, quien publicó una amplia variedad de trabajos literarios y políticos en las décadas del 30 y el 40. Su trabajo editorial adquiere reputación debido a la labor de Tomás Santa Rosa, un artista en ascenso. Santa Rosa se mudó a Río de Janeiro desde el noreste de Brasil y comenzó a ganarse la vida diseñando libros. Sus primeros diseños fueron para Ariel Editora. Dos de ellos fueron novelas de Jorge Amado, quien también era del noreste. Para la novela *Cacáu*, de Amado, Santa Rosa creó una portada que integraba la letra expresiva en negrita del título con una ilustración viva (Fig. 9). Él también diseñó el *layout*, que dejaba ver la importancia dada a la tipografía, los márgenes, el espacio interlineado y la ubicación de las ilustraciones. Aunque Monteiro Lobato también priorizaba la relación entre el interior y la portada de una publicación, Santa Rosa trajo una sensibilidad más coherente al diseño del libro, que hizo que sus diseños fueran inconfundibles.

En 1935, Santa Rosa comenzó a trabajar para José Olympio, donde demostró cómo un diseñador podía crear una identidad visual para un editor. Desarrolló identidades visuales

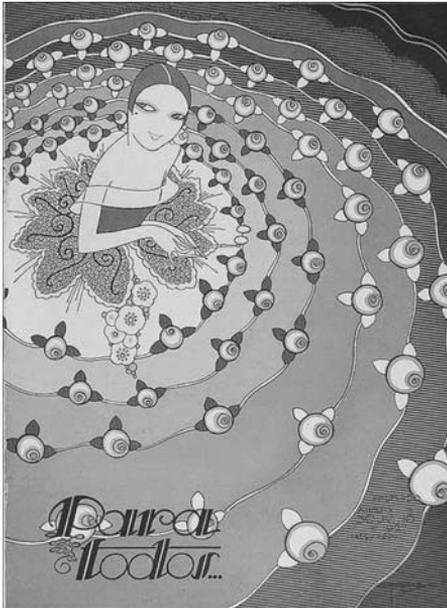


Figura 7: Juan Carlos, tapa de *Para Todos*, 1927.
 Fuente: http://4.bp.blogspot.com/-a10QKib56Vw/TqsHWQf_fvl/AAAAAAAAAII/b5mGfoJpJQs/s1600/CAPA_JCARLOS.jpg.



Figura 8: Tapa de *A Maçã*, 1928.
 Fuente: http://lessartsymorefartsy.files.wordpress.com/2011/03/2515502240_0e99dee8f6_o1.jpg.

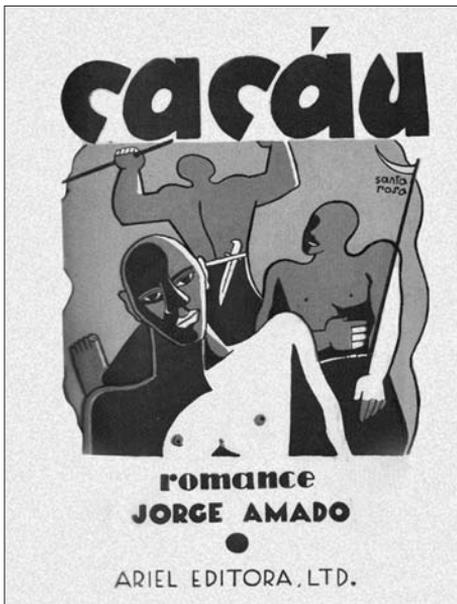


Figura 9: Tomás Santa Rosa, tapa de *Cacáu*, 1933.
 Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/e/e7/Cacau-jorge-amado.jpg>.



Figura 10: Tapa de la *Revista do Globo*, alrededor de 1930. Fuente: <http://revistadoglobo.wordpress.com/>.

diferentes para varias series Olympio, que luego contribuyeron a la identidad general de la editorial. Para la portada de la novela fundamental de Graciliano Ramos, *Vidas Secas* (*Vidas áridas*), donde hizo una crónica de la pobreza en el noreste de Brasil, Santa Rosa incluyó una ilustración en blanco y negro de un campesino sentado contra un fondo austero con un árbol despojado y una cadena montañosa. La ilustración fue situada sobre una superficie marrón rojiza, quizás para representar la tierra reseca. Debajo estaba el título en grandes letras en itálica. El formato era parte de una serie cuyas portadas incluían ilustraciones similares con el texto por debajo.

Además de los pocos editores en Río de Janeiro y San Pablo, quienes entendieron el valor de los libros y el de las portadas bien diseñadas, había varios en otras partes de Brasil que también creían en el valor del diseño. Entre ellos se destacó la Livraria do Globo en Porto Alegre, una ciudad situada en el estado sureño Río Grande do Sul, donde se asentaron muchos inmigrantes alemanes. Aunque fue fundada en 1883, Livraria do Globo comenzó a tener actividad en publicaciones de libros a fines de la década del 20. En 1929, la firma comenzó a publicar una revista, *Revista do Globo*, cuyos diseñadores de portada adoptaron un estilo Art Deco similar al de otras revistas brasileñas de la época (Fig. 10).

El principal diseñador de la firma era Ernst Zeuner, un alemán que emigró a Brasil en 1922. En Alemania había estudiado en la Academia de Artes Gráficas y Diseño de Libros de Leipzig, donde precedió al joven Jan Tschichold por varios años. Además de comenzar sus estudios en Leipzig, Zeuner trabajó allí como calígrafo e ilustrador y se familiarizó con los últimos desarrollos en tecnología de impresión.

Cuando llegó a Livraria do Globo, se encontró con una forma de trabajo tradicional en el diseño de libros que él fue capaz de modernizar. Con un talento que abarcaba la ilustración, *layout* y tipografía, creó las portadas de los libros y las ilustraciones para novelas, como así también las viñetas y otros elementos gráficos.

Para hacer frente a la amplia variedad de proyectos de diseño en los que Livraria do Globo estaba comenzando a interesarse, la dirección de la empresa creó el Departamento de Diseño y puso a Zeuner al frente de él. Algunos artistas brasileños fueron entrenados en el campo de actividades que el Departamento emprendió, y Zeuner sirvió como mentor de numerosos diseñadores jóvenes. Para el final de la década del 30, la calidad de trabajo que produjo el Departamento de Diseño fue de un nivel muy alto. Bajo su tutela las portadas de los libros de Livraria do Globo siempre mostraron un balance apropiado de letras expresivas e ilustraciones llamativas.

Conclusión

La relación entre el modernismo y la modernidad en Brasil no fue tan evidente durante las décadas del 20 y del 30 como sí lo fue en algunas partes de Europa. En Alemania, por ejemplo, Jan Tschichold influyó fuertemente en los artistas de vanguardia rusos, alemanes y holandeses para formular los principios de su "nueva tipografía", que influyó de manera notable en el diseño de libros, revistas y afiches. Sin embargo, en Brasil, algunos artistas e ilustradores que diseñaron publicaciones modernistas experimentales también trabajaron en revistas y diarios populares.

Así, la diferencia entre el modernismo y la modernidad no puede ser aplicada de modo estricto en este caso. Brasil fue uno de los pocos países de América Latina donde hubo una respuesta significativa a la actividad de las vanguardias en Europa.

La combinación de nuevas formas estéticas adoptadas con la firme convicción de que estas podían generar una nueva expresión de identidad brasileña, probablemente redujo la motivación de buscar conexiones con los artistas que compartieron las mismas ideas en otras partes de América Latina, como Manuel Maples Arce en México o Joaquín Torres García en Uruguay. El resultado, sin embargo, era un compromiso sólido en todas las formas de comunicación visual dentro de Brasil, que continuó en los años siguientes con el movimiento de Poesía Concreta Brasileña a partir de la década del 50, el trabajo pionero de identidad corporativa de Aloísio Magalhães, los afiches influyentes de Ulm de Alexandre Wollner, como así también la variedad de materiales enérgicos y coloridos que muchos diseñadores gráficos brasileños como Rico Lins y Felipe Taborda están produciendo hoy día.

NOTAS

1 "Algunas notas sobre el modernismo Brasileño". Consultado en marzo de 2012 en <http://www.writing.upenn.edu/~bernstein/syllabi/.../Brazilian-modernism.pdf>.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaral, A. (1970). *Artes Plásticas na Semana de 22*. São Paulo, Brasil: Editora Perspectiva.
- Bardi, P. M. (1975). *História da Arte Brasileira: Pintura, Escultura, Arquitetura, Outras Artes*. São Paulo, Brasil: Edições Melhoramentos.
- ----- (1978). *O Modernismo no Brasil*. São Paulo, Brasil: Sudameris-Banco Francês e Italiano para a América do Sul S/A.
- Batista, M. R., Porto, T., Lopez, A. y Soares de Lima, Y. (eds.) (1972). *Brasil: 1º Tempo Modernista-1917/29 Documentação*. São Paulo, Brasil: Instituto de Estudos Brasileiros.
- Cardoso, R. (ed.) (2005). *O Design Brasileiro antes do Design. Aspectos da História Gráfica, 1870-1960*. São Paulo, Brasil: Cosac Naify.
- Cardoso Denis, R. (1999). *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo, Brasil: Editora Edgard Blücher.
- Collazos, Ó. (1977). *Los Vanguardismos en la América Latina*. Barcelona, España: Ediciones Península.
- Cunha Lima, G. (1997). *O Gráfico Amador: As Origens da Moderna Tipografia Brasileira*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora UFRJ.
- De Lima, Y. S. (1985). *A Ilustração na Produção Literária São Paulo-Década de Vinte*. São Paulo, Brasil: Instituto de Estudos Brasileiros.
- De Moraes Belluzzo, A. M. (ed.) (1990). *Modernidade: Vanguardas Artísticas na América Latina*. São Paulo, Brasil: Fundação Memorial da América Latina.
- *Design Gráfico Brasileiro*. Consultado en marzo de 2012 en <http://designgraficobrasileiro.wordpress.com/category/diogenes/>.
- Ferreira, M. C. (1997). *Santa Rosa e a Invenção do Livro Modernista*. Projeto Conclusão, PUC Rio de Janeiro, Brasil.
- *Gráfica Arte e Indústria no Brasil: 180 Anos de História* (1991). São Paulo, Brasil: Bendeirante S.A. Gráfica e Editora.
- Hallewell, L. (1982). *Books in Brazil; A History of the Publishing Trade*. Metuchen, N.J. and London: The Scarecrow Press.
- Herkenhoff, P. (1993). "Brasil Marajoara-A Modernidade das Artes Decorativas". FAU-UFPA. Consultado en marzo de 2012 en <http://faufpa.wordpress.com/2011/07/01/brasil-marajoara-a-modernidade-das-artes-decorativas/>.
- *Journal of Decorative and Propaganda Arts* 21 (1995). Brazil Theme Issue.
- Lima, H. (1963). *História da Caricatura no Brasil*, vol. 1. Rio de Janeiro, Brasil: Livraria José Olympio Editora.
- "O Malho". *Revista Informática João do Rio*. Consultado en marzo de 2012 en http://www.joaodorio.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=422&Itemid=117.

- Pontual, R. (1969). *Dicionário das Artes Plásticas no Brasil*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Civilização Brasileira.
- Sobral, J. (2007). *O Desenhista Invisível*. Rio de Janeiro, Brasil: Folha Seca.
- Sosnoski, S. (ed.) (1999). *La Cultura de un Siglo. América Latina en sus Revistas*. Madrid y Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Turner, J. (ed.) (2000) *Encyclopedia of Latin American & Caribbean Art*. London: Macmillan and New York: Grove's Dictionaries.

Victor Margolín

Ph.D, Profesor Emérito de Historia del Diseño en la Universidad de Illinois, Chicago, EE.UU. Ha escrito, editado y coeditado varios libros, entre los que se destacan *The Struggle for Utopia*, *Design Discourse*, *Discovering Design*, *The Idea of Design*, y *The Politics of the Artificial* (traducido al español como *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre Diseño*, editado por Designio). A fines de 2014 publicará los primeros dos volúmenes de su *World History of Design*, editado por Bloomsbury. Ahora se encuentra trabajando en el tercer y último volumen.

Universidad de Illinois