

## Fatos e Artefatos: O botton como objeto de memória gráfica

*Facts and Artifacts: The pinback button as a graphic memory object*

SOUZA, Wilker; Graduado; IFPB

wilker.blz@gmail.com

CADENA, Renata; Doutora; IFPB

renata.cadena@ifpb.edu.br

Este trabalho apresenta uma pesquisa bibliográfica sobre o botton, objeto gráfico de natureza promocional, que já expressava seu potencial em transmitir ideias desde meados do século XVIII. Nele, pretendemos fomentar a reflexão sobre sua importância como ferramenta de divulgação de causas e posicionamentos sociais, além do seu entendimento como artefato efêmero. Para isso, fizemos referência direta ao estudo de memória gráfica enquanto arcabouço teórico. Reunindo também outras informações pertinentes sobre a história, produção e alternativas de uso deste objeto tão trivial e, ao mesmo tempo, colecionável.

**Palavras-chave:** Buttons; Artefato efêmero; Memória gráfica.

*This paper presents a bibliographical research about the pin-back button a graphic object of promotional nature, which has already expressed its potential to transmit ideas since the mid-eighteenth century. Our intent with this work is to encourage reflection on its importance as a tool for disseminating social causes and stances, in addition to its understanding as an ephemeral artifact. In order to do this, we made a direct reference to the study of graphic memory as a theoretical framework. Also gathering other relevant information about its history, production and alternative uses of such an ordinary object which is, at the same time, collectible.*

**Keywords:** Buttons; Pin-back button; Ephemeral artifact; Graphic memory.

### Introdução

Nos últimos anos o Brasil tem passado por inúmeros episódios, um tanto quanto complexos, de natureza política que impactaram diretamente o comportamento político e social das pessoas, de forma que muitas delas acabaram se posicionando contra a narrativa histórica de fatos ocorridos no país, abraçando relatos duvidosos, baseados em notícias sem fontes ou informações superficiais.

Esse fenômeno só expõe a necessidade de se fortalecer ainda mais o resgate, estudo e divulgação de projetos que abordem temáticas relativas ao campo da história e da memória popular, a fim de contribuir de forma acadêmica e cultural com ampliação do acesso a informações validadas. Apresentando, assim, elementos e referências contundentes que

auxiliem a sociedade a conhecer o seu passado, proporcionando o fomento de um senso crítico e, a partir disso, influenciando as suas escolhas de posicionamentos, baseados em dados e análises críticas embasadas.

Este projeto foi idealizado partindo dessa premissa e tendo a percepção do design como ferramenta importante no processo de mudança social. Usando o botton, objeto gráfico semelhante a um broche, como elemento central da discussão, abordaremos uma reflexão sobre memória, história e artefatos visuais efêmeros, e a sua contribuição na construção da memória cultural das pessoas.

O formato encontrado para desenvolvermos essa argumentação foi iniciado por um levantamento bibliográfico sobre o design gráfico e sua relação com a memória gráfica e artefatos efêmeros, observando qual os aspectos que caracterizam objetos dessa natureza. Em paralelo a isso, e inicialmente de forma digital, foi realizada uma pesquisa, buscando toda e qualquer informação sobre buttons. A partir disso, foi possível compilar bastantes informações que serviram de direcionamento para o restante da pesquisa, alinhadas com a proposta inicial.

Assim, neste trabalho, inicialmente iremos apresentar o botton como um objeto de pesquisa, descrevendo-o como um objeto de comunicação, voltado à promoção de ideias, mas que eventualmente desenvolve uma relação afetiva com seus usuários/portadores.

Depois, iremos discutir sobre Memória Gráfica enquanto campo de pesquisa e sobre o conceito de artefatos efêmeros. Outro ponto tratado neste tópico é o desenvolvimento do termo Memória Gráfica Brasileira, a importância dos artefatos visuais para o campo da memória gráfica e como o botton ganha relevância na colaboração com esse resgate.

Por fim, iremos apresentar reflexões sobre o botton, o que ele é, para que serve, seu histórico, precursores, passando pelas suas formas de uso, além da sua atuação e relevância em meio aos contextos no qual ele está inserido. Entendemos que tais aspectos evidenciam sua jornada para além do objetivo inicial para qual foi criado, reforçando sua posição enquanto item relevante para o campo de estudo da memória gráfica. Nesse último tópico, além de tratar de alguns contextos históricos e políticos em que esteve inserido e seu sucesso nos EUA, apresentaremos sua aparição em terras brasileiras, junto com a condução de reflexões sobre sua representatividade para o cenário ativista atual. Outro ponto interessante apresentado é a relação estreita dos buttons com o ativismo político social e a utilização para fins de financiamento de campanhas diversas.

## 1 Fatos e artefatos, contextualizando o botton como objeto de pesquisa

É possível identificarmos diversos produtos gráficos e visuais que têm como objetivo aperfeiçoar/intensificar a promoção de informações. Desde os tradicionais livros, revistas e jornais, até os materiais de comunicação mais promocionais e com a função de promover mensagens mais instantâneas, como os panfletos, catálogos, cartões, cartazes entre outros. Diante disso, um item simples, mas com uma história notável e um potencial de comunicação gigantesco, ganha visibilidade nesse projeto: o botton.

Botton é um broche, em sua maioria redondo e de metal, que tem um mecanismo fixador com um alfinete na parte anterior, para prender em alguma superfície (SOUZA, 2021). Na face da frente fica exposta uma imagem gráfica impressa em papel e coberta com uma proteção de plástico.

Qualificados como artefatos visuais promocionais, os buttons chamam atenção pelas características peculiares que seu uso manifesta, já que são utilizados desde sua origem como ferramenta para propagação de ideias, apoio a causas ou ativismo político e social. Mesmo com sua particularidade efêmera, relevante para comunicar uma informação por um curto período de tempo, muitos dos buttons acabam caindo na graça dos usuários, gerando um interesse que vai além do seu uso característico inicial, se transformando num relacionamento afetivo, um objeto favorito. Assim, os buttons são mantidos, reaproveitados, ressignificados ou reutilizados.

Esse fenômeno da relação afetiva com os objetos é descrito por Norman (2008) no seu livro *Design Emocional*, que comenta que eles são conservados pelas emoções que simbolizam, pelas memórias de momentos das quais fizeram parte e que fazem recordar.

Um objeto favorito é um símbolo que induz a uma postura mental positiva, um lembrete que nos traz boas recordações, ou por vezes uma expressão de nós mesmos. E esse objeto sempre tem uma história, uma lembrança é algo que nos liga pessoalmente àquele objeto em particular, àquela coisa em particular. (Norman, 2008, p.26)

Os objetos gráficos desempenham um papel importante na reconstrução da memória, pois compõem de forma tangível a linha do tempo histórica de determinado momento da sociedade (CARDOSO, 2012). Esse conhecimento é essencial para o entendimento dos contextos da época e, através da observação de expressões gráficas ou visuais daquele momento, torna possível entender vivências, costumes e hábitos de nossos ascendentes e consequentemente suas relações identitárias. O que aponta para um corpo de estudos que compõe um campo intitulado de Memória Gráfica, que está diretamente relacionado ao design gráfico.

Assim, Memória Gráfica é um tema institucionalizado recentemente e que vem ganhando uma atenção por parte dos pesquisadores (CARDOSO, 2018). É um campo que busca resgatar e analisar artefatos gráficos, compreendendo a sua importância na vida corriqueira, por meio de experimentações comunicacionais e vivências com o entorno urbano.

## 2 Metodologia

Como elemento principal da metodologia de pesquisa foi utilizada a pesquisa bibliográfica de natureza investigativa, buscando todo e qualquer conteúdo que trouxessem alguma informação documentada sobre os buttons. Essa fase foi extensa e trabalhosa, devido à falta de conteúdo em língua portuguesa que tratasse desse utensílio. Até então, apenas sites de fabricantes de buttons disponibilizavam informações acerca da história e desenvolvimento desses artefatos. E, mesmo assim, eram informações de certo modo superficiais, que não apontavam fontes confiáveis para aqueles dados.

A partir daí, foi iniciada uma busca por conteúdos em outras línguas, com a assistência do Google Tradutor, resultando em um aproveitamento de informações mais satisfatório. Nos buscadores e bancos de dados online, acadêmicos ou não, foram inseridos os seguintes termos sinônimos para buttons:

- pin back button;
- badge;
- button;
- button badge;

- pin back;
- pin;
- boton;
- chapa; ou
- chapita.

Com a coleta de mais dados sobre a origem e trajetória dos buttons em língua inglesa e espanhola, foi possível traçar uma linha temporal de evolução do objeto, suas características, referências, lógica de consumo, tipos de produção e os contextos históricos importantes na qual estavam inseridos.

De posse desse conhecimento, foi possível entender o button como um artefato que falava bastante sobre sua época e as disputas políticas, culturais e sociais engendradas. Observou-se também que, mesmo depois do uso padrão, para qual foi inicialmente projetado, permanecia em utilização, sendo ressignificado de alguma forma pelo seu dono, continuando a fazer parte da sua vivência, sendo frequentemente colecionado. Assim, foi possível correlacionar esses aspectos com as características dos artefatos efêmeros e o campo de estudo de Memória Gráfica. Prontamente, voltamos para a fase pesquisa bibliográfica, mas agora analisando e coletando dados sobre o campo de pesquisa de Memória Gráfica e de artefatos efêmeros.

### 3 Memória Gráfica

O conceito de memória já foi amplamente debatido por inúmeros autores, cujas produções exploraram vieses e referências teóricas tão diversas que vão desde a neurociência e a psicanálise até a sua abordagem enquanto fenômeno social. Esta aptidão humana, que pode ser compreendida como a capacidade de preservar informações, carrega relevância que excede seus próprios conceitos.

Antes de discorrer sobre a memória propriamente dita, é fundamental que façamos a distinção entre memória e história. Embora dialoguem muito entre si, e muitas vezes até se confundam conceitualmente, são manifestações diferentes, e é importante que estejam bem delimitadas neste trabalho. Como explica Maurice Halbwachs (2006), a memória é contínua, e sobrevive em um processo de fluxo entre o passado e o presente, enquanto a história é uma “compilação dos fatos que ocuparam maior lugar na memória dos homens” (Halbwachs, 2006, p. 100), uma linha constante e reta dos grandes acontecimentos da humanidade. Deste modo, por utilizarem métodos diferentes de reconstrução do passado, os resultados produzidos por memória e história são tecnicamente distintos.

De acordo com o dicionário Michaelis (2021), memória é a “faculdade de lembrar e conservar ideias, imagens, impressões, conhecimentos e experiências adquiridos no passado e habilidade de acessar essas informações na mente”. O homem possui dois tipos de memória, conforme defende Assmann (2016): a memória comunicativa e a memória cultural. A primeira está relacionada à transmissão de lembranças do cotidiano, restringindo-se a lembranças pessoais e autobiográficas; são memórias de curta duração e passam em média por 3 gerações. A segunda se refere às lembranças institucionalizadas, que são armazenadas e repassadas ao longo das gerações, através de heranças simbólicas materializadas em textos, ritos, monumentos, artefatos, entre outros objetos que funcionam como gatilho para acionar lembranças associadas a coisas do passado, conservando memórias coletivas que podem durar por milênios.

Coisas não “têm” uma memória própria, mas podem nos lembrar, podem desencadear nossa memória, porque carregam as memórias de que as investimos (...). No nível social, com respeito a grupos e sociedades, o papel dos símbolos externos se torna cada vez mais importante, porque grupos que, é claro, não “têm” uma memória tendem a “fazê-la” por meio de coisas que funcionam como lembranças, tais como monumentos, museus, bibliotecas, arquivos e outras instituições mnemônicas. Isso é o que nós chamamos de memória cultural (ASSMANN, 2016, p. 119).

Dentre os elementos que compõem a memória cultural, destacamos a memória gráfica como uma parte historicamente muito importante. No entanto, é preciso ressaltar que o termo é recente no campo do design gráfico, e a noção de memória gráfica que aqui nos interessa nada tem a ver com o conceito de “graphic memory”, sua tradução literal para a língua inglesa, utilizada normalmente para designar estudos na área da computação e armazenamento de dados de computadores. No design gráfico utilizamos o termo para designar o estudo, o resgate, a catalogação, e a reavaliação de artefatos visuais gráficos e seus contextos culturais e históricos, definição que, sob esta denominação, possui referências quase sempre restritas às línguas portuguesa e espanhola. Especialmente a partir de 2008 a pesquisa sobre memória gráfica nos países ibero-americanos reuniu estudos substanciais em história do design relacionadas à cultura da impressão, cultura visual e cultura material (Farias, 2014).

No Brasil, o tema ganhou notoriedade com a criação do projeto “Memória Gráfica Brasileira (MGB)”, uma união de esforços entre três instituições acadêmicas com o intuito de pesquisarem conjuntamente o assunto no país. Ainda que já houvesse anteriormente alguns estudos locais sobre a história dos artefatos gráficos, não se pode negar a importância que teve o MGB na expansão da pesquisa no Brasil, multiplicando os conteúdos acadêmicos sobre memória gráfica, sobretudo aqueles que pautam e visam a valorização da produção nacional de artefatos gráficos. “Há apenas 20 anos atrás esses materiais de estudo eram escassos, exceto por alguns volumes especializados e referentes a estudo de materiais específicos, muitos deles sobre arte.” (CARDOSO, 2018, p. 9). Uma evolução como essa, em tão pouco tempo, só foi possível pelo empenho de pesquisadores que se dedicaram na exploração das histórias de livros, revistas, rótulos, embalagens, jornais, cartazes entre outros, investigando como a produção e circulação desses artefatos impactaram a cultura visual do país em seu tempo. Apesar da próspera iniciação e dos bons resultados conquistados, como a construção do Instituto da Memória Gráfica Brasileira e a criação do site sobre o projeto, existe ainda muito campo a ser explorado no país, principalmente nos blocos regionais, cujos estudos são imprescindíveis para o entendimento da multiplicidade cultural de um território de proporções continentais, como é o caso do Brasil.

A pesquisa sobre memória gráfica está situada no campo de estudos sobre os impressos efêmeros. Segundo o dicionário Michaelis (2021), efêmero é aquilo que dura apenas um dia, que é temporário, passageiro, transitório. Embora o significado literal possa sugerir que objetos efêmeros possuem pouca importância, estudá-los é buscar vestígios da sociedade do tempo específico ao qual eles pertenciam.

O conceito de impressos efêmeros é descrito por Rickards (1988) como “o transitório documento menor do dia-a-dia”, isto é, qualquer material impresso, criado para um objetivo momentâneo, e que após cumprir sua função comunicativa é necessariamente descartado (BARROS et al, 2016).

Figura 1 – Bilhete de papel para acesso à integração de metrô na cidade do Recife, em 2020. Descartado após utilização.



Fonte: Veríssimo (2020)

Assmann (2016) descreve esses artefatos como memória cultural objetivada, que é consolidada e auxilia na perpetuação através da lembrança dos símbolos físicos de natureza material. Para Reis et al (2015, p. 244), “estudar memória gráfica é atentar-se ao cotidiano. (...) é valorizar o corriqueiro (...)", é observar o momento histórico e o contexto cultural do qual os objetos gráficos participaram. Enquanto para Twyman (2008) cada objeto pode revelar uma história, seja em relação aos processos de impressão ou ao contexto no qual estava inserido, podendo “fornecer, particularmente, fascinantes vislumbres do passado,” e isso é memória gráfica. Esse autor, que em suas famigeradas aulas na Universidade de Reading em que expõe objetos gráficos diversos de seu acervo pessoal, ressalta que quanto mais corriqueiros e menos valorizados no cotidiano, mais valiosos se tornam esses objetos gráficos na posteridade, uma vez que tendem a não ser preservados por serem considerados demasiado ordinários.

Ou seja, ao refletirem, através de características visuais, a cultura da comunidade na qual foram produzidos e publicados, objetos gráficos efêmeros contribuem com a construção de uma identidade coletiva, bem como constituem pistas deixadas por essa sociedade. Como diz Cardoso (2012, p.110):

As aparências características dos objetos nos remetem a vivências, hábitos e até pessoas que associamos ao contexto em que estamos acostumados a deparar com eles. (...) Trata-se de uma transferência psíquica de valor baseado no princípio da associação. Ou seja, a mente associa uma coisa à outra, gerando uma correspondência entre elas, que não necessariamente existe fora da experiência de cada um.

A importância do estudo dos efêmeros é inegável. Como defende Twyman (2008), excluir os estudos com ‘efêmeros’ é deixar de lado evidências que revelam dados que, talvez, documentos oficiais não revelam. O autor comenta que:

(...) As técnicas de impressão estão diretamente relacionadas com a produção desses materiais. Talvez se existissem só impressos editoriais, não haveriam tantas experimentações de impressão e formais como é observado nesses materiais. Twyman conclui que

"nossa compreensão de ambos, design gráfico e a tecnologia de impressão, seria grosseiramente incompleta se não levássemos em conta a vasta gama de impressos efêmeros que tem servido à sociedade ao longo dos últimos cem anos." (TWYMAN, 2008, p. 57, apud REIS, 2015, p. 248)

É importante mencionar que uma das dificuldades de trabalhar com efêmeros é em relação a signos desconhecidos por serem de outras épocas e principalmente a dificuldade de encontrar a autoria da obra. Quando pensamos nos artefatos gráficos de materialidade apenas digital, essas dificuldades se exacerbam. Por exemplo, como seria ter acesso daqui a 10 anos a um meme relativo aos dias de hoje?

Muitas vezes, trabalhar com este material é contar uma história sem heróis, pois não houve registros desses produtores/desenhadores/gravadores/designers (Twyman, idem).

A compreensão dos buttons como objeto inserido em diversos e notáveis acontecimentos históricos da nossa sociedade e, consequentemente, sua importância como ferramenta para ajudar a narrar esses eventos, corroboram a ideia que a observação e o estudo desse objeto é relevante para contribuir com o campo da pesquisa de memória gráfica. E, assim, trazer para debate conceitos que fortalecem o senso de versatilidade que esse objeto gráfico tão pequeno carrega, bem como essas características se associam com aspectos do design tanto no ponto de vista estético, como estrutural e funcional.

A relevância também parte da perspectiva dos buttons se apresentarem como um artefato de memória que cria, de certa forma, uma conexão afetiva com os usuários. Segundo Damazio (2016) objetos são capazes de "despertar lembranças", eles participam de nossas vivências e são priorizados pelos acontecimentos dos quais fizeram parte, mesmo que não tenha como usá-los para a finalidade para qual foram projetados, e eles são mantidos na vivência do usuário e retratam a bem-sucedida relação das pessoas com o mundo material. Sobre isso, Norman comenta:

Aparência da superfície e utilidade comportamental desempenham papéis relativamente pequenos. O que realmente importa é a história da interação, as associações que as pessoas têm com os objetos e as lembranças que eles evocam (NORMAN, 2008, p.66)

Assim, analisar características, produção e expressões gráficas dos buttons não está relacionado a campos tradicionais dos estudos de Design – pelo menos, de acordo com o que foi observado em nosso levantamento bibliográfico –, porém condiz com a prática dos pesquisadores de memória gráfica de dar atenção a materiais gráficos desconhecidos ou negligenciados pelos estudiosos em Design e História. Isso é muito valioso pela possibilidade de ampliação do debate sobre artefatos efêmeros e memória gráfica e consequentemente com a contribuição para o campo do Design.

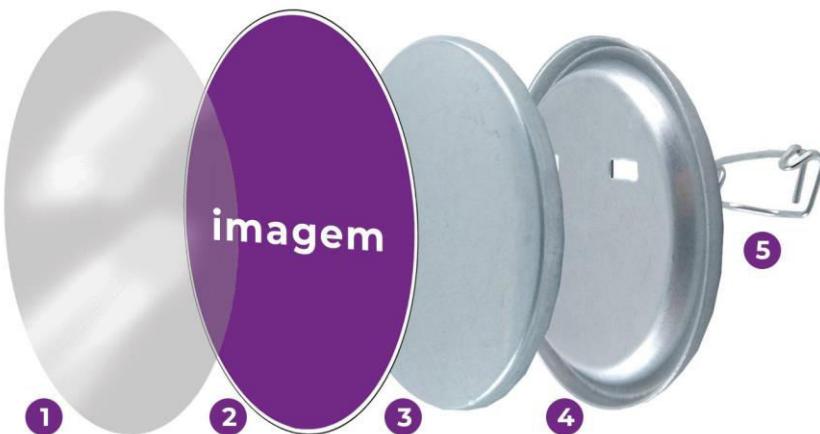
#### 4 Buttons

O button é um objeto em sua maioria redondo, um tipo de broche que pode ser temporariamente fixado a uma superfície usando um alfinete. Este mecanismo de fixação é preso na parte posterior de um metal ou plástico em forma de botão/disco, que é prensado em outra peça, uma espécie de tampo côncavo, geralmente de flandre ou alumínio. Na face frontal deste tampo, é onde fica exposta a mensagem do button, que pode ser uma frase, textura ou qualquer outro tipo de imagem, normalmente impressa em papel. Essa parte

frontal é coberta para proteção por uma película plástica transparente. Sendo sua composição conforme esquematizado na Figura 2 e detalhado na lista a seguir:

1. Película plástica;
2. Impressão em papel;
3. Tampo superior em alumínio ou flandre;
4. Fundo em metal ou plástico; e
5. Alfinete em aço.

Figura 2 – Composição do botton



Fonte: SOUZA (2021).

O objeto é finalizado através de uma prensa, que prende imagem e superfície plástica ao fundo de metal. Algumas prensas oferecem possibilidades de confecção em tamanhos e formatos diferentes, como ovais, quadrados e retangulares. Os tamanhos podem variar de 1 polegada (cerca de 2,5cm de diâmetro) a até 6 polegadas (cerca de 15 cm). Isso é possível graças ao sistema de troca do molde que é utilizado na prensa. Esse molde é popularmente conhecido como matriz (Figura 3) e ele é quem determina o tamanho e o formato do botton e na maioria dos modelos de prensas do mercado, pode ser trocado com facilidade.

Figura 3 – Matriz de produção de botton redondo de 2,5cm de diâmetro. Posição da matriz, na prensa.



Fonte: Prensa e matriz para fabricação de buttons (2021)

Também é possível usar fundos diferentes nos buttons, pois os fabricantes de matéria prima já disponibilizam fundos que abrem várias possibilidades de uso. Ao invés de alfinete, por exemplo, pode ser usado um fundo com um abridor de garrafas, com um imã, ventosa e até espelho, permitindo uma versatilidade da aplicação de mensagens gráficas em diversos objetos distintos do button. São diversas alternativas de uso.

O termo que utilizamos na construção desse trabalho, foi o “button”, que é a grafia mais comum no Brasil e que possivelmente é uma adaptação do inglês button, que significa botão. Um fato curioso é a diversidade de nomenclaturas para se referir ao objeto – e que, inclusive, dificultou a pesquisa. Tanto aqui, como nos Estados Unidos, o objeto button é denominado de inúmeras formas. “Pin back button”, “badge”, “button”, “button badge”, “pin back” ou “pin” são as grafias com as quais é possível encontrar conteúdo sobre o objeto em sites de língua inglesa. Aqui no país os termos mais comuns são “button” ou “boton”, enquanto que em espanhol a denominação para ele é “chapa” ou “chapita”.

O objetivo do button é propagar uma mensagem, seja ela de ordem política, social, publicitária ou de causa pessoal. Por se tratar de um artefato personalizável, é possível transmitir através dele qualquer ideia desejada.

Sua característica sutil lhe rende uma aceitação significativa. Ele é uma pequena ferramenta de divulgação, mas com um potencial de comunicação direta gigante, uma vez que é acoplada à vestimenta de seu usuário, sendo, assim, difusor de mensagem interpessoal e representativa, análoga a uma bandeira levantada. Pode ser a arma do oprimido ou uma forma silenciosa de manifestação e resistência, como nos buttons com mensagens políticas. Ou apenas uma eventual desculpa para a quebra de gelo e início de uma conversa, como nos buttons que carregam referências à política, artes ou cultura pop.

Versátil e descolado, seja preso na jaqueta, na camiseta, na bolsa ou no boné, permite assim uma adesão ainda maior do uso no dia-a-dia, pois adequa-se à vestimenta do cotidiano. O que gera uma certa vantagem em relação a outros tipos de objetos comunicativos de uso

pessoal, como as camisetas e os bonés. Além do baixo custo de fabricação em comparação a esses outros artefatos que ajudam a propagar ideias.

Relaciona-se com todo tipo de público e ideologias. É um veículo de expressão simples e democrático. Essas e outras características, geram uma identificação significativa, o que causa uma afeição, cria vínculo emocional e frequentemente é colecionado.

Atualmente é possível ver seu uso em variados segmentos e circunstâncias. Como por exemplo, servindo de recompensa para apoiadores em um projeto financiado coletivamente. Identificação de funcionários e representantes de uma determinada empresa ou evento. Souvenir em lojas de turismo ou de artefatos culturais. Venda para financiamento de campanhas diversas. Entre diversas outras possibilidades.

Apesar da evolução tecnológica, eles permanecem presentes nas nossas vivências, seja para lembrarmos de algum dia ou lugar especial, ou para mostrarmos o quanto amamos aquela série de TV: os buttons resistem desde o seu surgimento no século 18, cumprindo com seu objetivo e sem perder a sua personalidade e o seu carisma.

#### 4.1 A origem dos buttons

De acordo com David Dabydeen (2011), a primeira aparição do objeto que hoje subentende-se como o precursor do button foi no século 18 e pelas mãos de um ente conhecido nos livros de História do Design em virtude da sua clareza na valorização da importância do design enquanto etapa separada da produção. O oleiro Josiah Wedgwood, da Grã-Bretanha, produziu um peça para selar cartas com cera, que posteriormente virou um camafeu de porcelana com a figura em relevo de um escravo negro ajoelhado e acorrentado, suplicando. Nele, constavam os dizeres: 'Am I Not a Man and a Brother?' (em português: "Não sou um homem e irmão?"), buscando promover o movimento anti-escravidão britânico (Figura 4). Wedgewood teve um envolvimento pessoal com a produção e distribuição das peças.

Figura 4 – Selo de latão e medalhão de Josiah Wedgwood (1787) para o movimento abolicionista.



Fonte: Images (2021)

A campanha foi muito bem sucedida e a medalha tornou-se um ícone da causa abolicionista, como retratado na produção cinematográfica americana lançada em 2006, “Jornada Pela Liberdade”, com direção do britânico Michael Apted.

Dabydeen (2011) comenta que, em 1788, medalhões foram enviados para Benjamin Franklin, que até então, era presidente da “Pennsylvania Abolition Society”, organização que visava a abolição da escravatura e a libertação de negros ilegalmente retidos em cativeiro. A imagem desenvolvida por Wedgwood foi amplamente reproduzida em objetos domésticos como louças e também se tornou popular em acessórios de moda. Várias damas a usavam em pulseiras, pingentes e outras a vestiam de maneira ornamental como alfinetes para os cabelos.

O medalhão se tornou o emblema do movimento abolicionista britânico levado adiante por Thomas Clarkson e William Wilberforce, levando à abolição do comércio de escravos pelo Parlamento em 1807. Estratégias como petições generalizadas, a distribuição de folhetos, panfletos e imagens impressas e a produção de artefatos como este medalhão estabeleceram as táticas para grupos de pressão política e social subsequentes em escala local, nacional e agora em escala global. Ou seja: a camiseta impressa, os emblemas e as canecas distribuídas ou vendidas hoje em campanhas diversas são descendentes do medalhão Wedgwood, que tanto marca que o primeiro botton surge relacionado à vida política como a sua relevância intercontinental (IDEM).

#### **4.2 Consolidação: o botton e suas relações com a política partidária estadunidense**

Dois anos depois da campanha fustigada por Wedgwood, no ano de 1789, partidários e apoiadores de George Washington usavam um objeto semelhante a um botton costurado à lapela com slogan de campanha na eleição presidencial dos Estados Unidos. O objeto foi posteriormente usado em outras campanhas políticas no país, como a de Andrew Jackson em 1824 e o pleito de 1860 que elegeu Abraham Lincoln como presidente (Figura 5), este tendo sido marcante pelo pioneirismo do uso de fotografia na personalização do utensílio, mostrando o rosto dos candidatos. Esse foi o início do que viria a ser o fenômeno do uso dos buttons em campanhas políticas partidárias nos EUA (BUTTON KING, 2016?).

Figura 5 – Precursor do botton para a campanha George Washington (1789) à esquerda e sua versão para a campanha Abraham Lincoln à direita (1860).



Fonte: Ireley (2021) e MUSEUM (2021)

De acordo com Hake (2020a), foi no ano de 1896, quando a Whitehead & Hoag Co. uma empresa de brindes publicitários, conseguiu a patente para produzir os primeiros bottons com alfinete e proteção de celulóide (para evitar arranhões), que eles começam a ficar semelhantes com os que vemos nos dias de hoje. A produção em escala industrial e essas modificações fizeram com que a fabricação fosse mais barata, com uma boa qualidade e produzidas em série.

Em sua primeira década, a Whitehead & Hoag Co adquiriu três patentes para a fabricação de bottons. A lista de clientes da empresa incluía negócios comerciais, os principais partidos políticos, socialistas, comunistas, proibicionistas e vários clubes e organizações fraternas. A eleição presidencial dos Estados Unidos de 1896 marcou a primeira vez que botões de campanha política, na estrutura semelhante aos que vemos nos dias de hoje, foram usados em todo o país.

Sobre a propagação, o autor comenta que, no final da década de 1890, a empresa tinha filiais nos Estados Unidos e na Inglaterra, Austrália e Argentina. A Whitehead & Hoag se tornou a principal fabricante de botons durante a época, chegando a produzir 1 milhão de bottons por dia, sendo unânime sua menção em qualquer pesquisa sobre o tema (HAKE, 2020b).

Segundo Fischer (1980), os bottons são uma marca registrada da política dos Estados Unidos. Os candidatos e suas estruturas de campanha usam os bottons e outras estratégias argumentativas para criar identificação entre o candidato e o eleitorado. Desde 1896 os bottons são usados continuamente nos pleitos em apoio a candidatos e partidos, mas também em desacordo com eles, sendo utilizados em manifestações e sátiras.

O botton de celulóide, barato e feito para ser usado na lapela dos adeptos, criou novas oportunidades de expressão política, pois era capaz de transmitir qualquer mensagem ou obra de arte que pudesse ser reproduzida em um pequeno disco de papel (FISCHER, 1980).

A produção e distribuição de bottons para militantes estimularam o ativismo e o engajamento político/partidário. Incentivaram filiações, sustentaram constituintes e, possivelmente, ganharam eleições.

Não é possível atribuir o botton como razão para vitória ou derrota numa disputa eleitoral. Por outro lado, as lembranças sobreviventes da eleição podem ocasionalmente oferecer um reflexo vividamente gráfico das estratégias eleitorais que fizeram com que um ganhasse e outro fracassasse. (VOSS, 1984, apud MADSEN; FRITCH, 2015 p.14-15, tradução nossa)

Assim, a essencialidade dos buttons nas campanhas políticas norte-americanas permanece inabalável, desde seu início em 1896 com a eleição de William McKinley, aqui 125 anos depois com Joe Biden eleito presidente (Figura 6).

Figura 6 – Botton de campanha de Biden e Harris em 2020.



Fonte: AMAZON, 2021 <<https://www.amazon.com/Biden-Harris-2020-buttons-PresidentialElection-com/dp/B08FPLCNJL>>

#### 4.3 Outros contextos: usos corporativos, no ativismo e para identificação cultural

Em 1963 a empresa americana de seguros The State Mutual Life Insurance Company tinha acabado de entrar em uma fusão com outra instituição e isso resultou em uma baixa na moral dos funcionários. No esforço de contornar essa situação, contratou o artista freelance Harvey Ross Ball para criar a arte de um rosto sorridente para uma campanha de amizade da empresa, para ser usada em buttons, cartões de mesa e pôsteres.

A arte foi criada em 10 minutos e era composta por um círculo amarelo com dois pontos pretos para os olhos e um arco preto terminando em serifas formando a boca. Estava pronto o smiley face!

Inicialmente foram distribuídos 100 buttons para os funcionários, mas logo os clientes começaram a solicitar o button, a demanda foi crescendo e o projeto teve uma grande procura. O Smile virou sensação, e o sucesso foi tão grandioso que em 1971 foram vendidos mais de 50 milhões de buttons do smiley.

Outras versões foram sendo criadas e usadas em campanhas publicitárias e na cultura popular desde então. O rostinho é definitivamente um ícone internacional. (STAMP, 2013)

Figura 7 – Botton the Smile, à esquerda e um dos seus usos, na HQ Watchmen, conforme se vê na capa

da edição de número 1, publicada pela DC Comics.



Fonte: STAMP (2013)

Outros movimentos sociais, políticos e culturais fizeram intenso uso de bottons em sua história de lutas e conquistas. Um deles foi a luta pelo sufrágio feminino, iniciada em 1800 e que durou mais de 100 anos nos Estados Unidos (figura 8). E a criação da American Woman Suffrage Association (NWSA) foi essencial para que em 1920 os estados começassem a conceder às mulheres o direito de votar nesse país (PEREIRA, 2020).

Já o movimento pelos Direitos Civis foi composto por uma variedade de movimentos ativistas que lutavam pelos direitos políticos, sociais e econômicos dos afro-americanos nos EUA entre 1946 a 1968. Tiveram líderes como Malcom X e Martin Luther King e, com seus bottons e outros diversos instrumentos de campanha, foram um movimento essencial para combater a segregação e a discriminação institucional.

Figura 8 – Bottons dos sufrágio feminino e dos direitos civis Afro-americanos.



Fonte: <<https://www.buttonmuseum.org>>. Acesso em: 19 de mar. de 2021

Um outro contexto relevante de difusão do uso dos bottons está relacionado à cultura Punk, movimento contracultural e estético que demarca com a ideia de “ação direta” uma reação à não-violência dos hippies e à opressão perpetrada pelo elitismo cultural (SUCESSO, 2018?). Dentro deste movimento surgiram várias bandas, ilustradores e designers que produziam símbolos e outros elementos de comunicação e rebeldia que rapidamente foram incorporados à cultura jovem. Surgido na Inglaterra, o movimento trouxe consigo uma revolução na cena musical e artística ao unir a difusão de ideais políticos anarquistas e anti-conservadores a uma estética própria para cabelos e vestimentas, marcado por roupas pretas carregadas de aplicações metálicas e mensagens políticas. Jaquetas, camisetas e mochilas eram customizadas com “patches” (pequenos pedaços de tecido serigrafados com imagens e

posteriormente costurados em acessórios diversos), e os buttons eram também muito usados como forma de comunicar as ideias dos adeptos.

Em conseguinte, as bandas do estilo musical Rock, no geral, foram grandes incentivadores do mercado de dos buttons, pois os visualizaram como potencial forma econômica de se divulgarem e criarem um laço com os fãs. Além disso, perceberam também a possibilidade de gerar renda para impulsionar a promoção da banda, auxiliando numa gravação de um disco ou em viagens de turnês.

Observando esses casos, é importante enfatizar o button como um marco do simbolismo político, da ideologia ativista e de valores culturais. Por terem um baixo custo de produção, eles são considerados uma forma barata e eficaz de se manifestar. Além disso, permite que os militantes identifiquem rapidamente outros membros, através da conexão visual com esses objetos, promovendo um senso de comunidade. Assim, oferecem a quem usa uma sensação de envolvimento, pois representam um símbolo visual de luta por uma causa (SUCESSO, 2018?).

#### 4.4 Buttons no Brasil

A popularidade e disseminação da cultura de consumo dos buttons foi tão grande que eles chegaram ao Brasil. Há registros de que foram usados durante a campanha eleitoral à presidência da república de Rui Barbosa e do Marechal Hermes da Fonseca, em 1910, com peças criadas pela Casa Standard para os dois candidatos no pleito (Figura 9).

Figura 9 – Buttons da campanha presidencial entre Ruy Barbosa e o Marechal Hermes da Fonseca.  
(1910).



Fonte: Gorberg (2020)

Houve uma certa dificuldade para encontrar documentos ou registros confiáveis com informações sobre esse artefato no país entre 1910 e 1980. E através da pesquisa foi possível compilar alguns registros fotográficos com informações superficiais de alguns buttons que constavam com data entre esse período. Foram eles, sendo o primeiro encontrado junto com outros modelos de linha católica em um site de leilão (A), os seguintes encontrados numa plataforma digital de registro de memórias (B, C, D e E) e o último (F), encontrado em uma loja online. (Figura 10):

- Santo Antônio, 1940,;
- Conferência panamericana de Lepra, 1946;
- Getúlio Vargas, década de 1950;

- João Goulart, 1956 e
- Adhemar Pereira, 1960, ;
- Os trapalhões, década de 1970.

Figura 10 – buttons listados



Fonte: Souza (2021)

Segundo Versiani (2018a), no Museu da República do Rio de Janeiro há um conjunto de buttons que começaram a ser incorporados ao espaço em 1988, quando o museólogo Mario Chagas registrou em documento a doação de quatro buttons de propaganda, do quais dois eram referentes às eleições de 1986 e os outros dois referentes respectivamente à uma campanha pró-isonomia no MinC e à campanha das Diretas Já. A partir daí, o museólogo sugere à diretora do Museu na época, Lilian Barreto, que seria interessante formar uma ampla coleção da categoria, tratando de diversos assuntos.

A direção autorizou a ideia e investiu na formação de uma coleção de buttons. O projeto foi divulgado abrangemente, conseguindo doações da população. São, ao todo, 855 buttons no acervo do museu. Sobre essa coleção, Versiani (2018, p.8) comenta:

Trata-se de conjunto expressivo da diversidade dos movimentos políticos, sociais e culturais vivenciados no Brasil naquele momento de transição democrática. Peças que fazem referência a chapas de sindicatos; campanhas políticas; campanhas salariais; movimentos sociais pelos direitos da mulher, contra a fome e muito mais. O conjunto remete ao panorama político e cultural do país, destacando a diversidade de movimentos sociais envolvidos no esforço de consolidação da redemocratização.

Desde 1980 os buttons continuaram sendo usados nas campanhas eleitorais do país, não com a mesma força como acontece nos EUA, mas com uma constância significativa. Essa continuidade também é devido à característica do button de ser um item com um baixo custo de produção e também a possibilidade de sua venda para fins de financiamento de campanha.

O que era comum, por exemplo, entre a militância do Partido dos Trabalhadores, de acordo com Haswani (1989/2012), prática que continua acontecendo até então, sendo, até março de 2018, o único partido com loja própria para aquelas eleições (GOMES; PASQUA, 2018).

## 5 Considerações Finais

O que foi proposto neste trabalho foi a realização de um estudo sobre os buttons, sua estrutura, definição, história e usos, sendo assim possível identificá-los como artefatos de natureza efêmera, que tivessem alguma relevância histórica e cultural usando as premissas do estudo da Memória Gráfica, ampliando a discussão para esse campo de conhecimento.

Porém a conclusão obtida desta jornada foi muito mais profunda, afinal foi algo transformador entender o quanto a memória é parte fundamental de uma sociedade e que através dela é possível refletir sobre a trajetória e identidade desse agrupamento de pessoas. De forma que não valorizar isso é deixar de lado a possibilidade dessa compreensão e abrir precedentes para a possibilidade de acreditar em narrativas infundadas e mentirosas sobre seu passado.

A pesquisa foi essencial para o entendimento do termo Memória Gráfica, ajudando a compreender seus fundamentos, métodos de pesquisa e relação com outras áreas. Também foi possível ter uma nova perspectiva dos buttons, visto que entendê-lo como artefato de memória, nos faz dar ainda mais valor à sua análise, produção e uso. Foi difícil em diversos momentos identificar fontes de informações que pudessem ser válidas para este estudo, e todas as referências bibliográficas apresentadas neste trabalho foram aquelas que se mostraram fundamentais para esclarecimentos, direcionamento e os resultados aqui documentados.

Entendemos que, de origem britânica e propagação estadunidense, o button se tornou parte das nossas vivências enquanto seres sociais, culturais, políticos e cheios de afeto. Dentre as reflexões que esse trabalho pode provocar está a compreensão desse broche metálico de baixo custo e vastas possibilidades de uso como uma ferramenta relevante no resgate da memória, posto que tem presença constante em práticas sociais diversas, às quais atrelamos sentimentos e emoções diversas.

## 6 Referências

**ANTISLAVERY Medallion.** National Museum of American History. Disponível em: <[https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah\\_596365](https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_596365)>. Acesso em: 20 abr. 2021

**ASSMANN, Jan.** *Communicative and cultural memory*. In: ERLL, Astrid; NÜNNING, Ansgar (Ed.), *Cultural memory studies: an international and interdisciplinary handbook*. Berlin; New York: De Gruyter, 2008. p. 109-118.

ASSMANN, Jan. **Memória comunicativa e memória cultural**. História Oral, v. 19, n. 1, p. 115-127, jan./jun. 2016. Tradução: Méri Frotscher.

BARROS, Helena de; LESSA, Washington Dias; LIMA, Edna Cunha; LIMA, Guilherme Cunha. **Rótulos Cromolitográficos Brasileiros: Efêmeros, Memória Gráfica, Cultura Material e Identidade Nacional**. Revista Brasileira de Design de Informação: SP, 2016.

**Formatiert:** Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

BUTTON King. **História dos buttons.** Disponível em: <<https://www.buttonking.com.br/historia-dos-buttons-pg-4f70a>> Acesso em 20 de ago. 2020.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac&Naify, 2012.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

CARDOSO, Rafael; Apresentação. In: VALADARES, Paula (org). **Memória Gráfica no Agreste.** Recife: CEPE, 2018.

CHIGUETO Indústria e Comércio de Máquinas Ltda. **Prensa e matriz para fabricação de buttons.** São Paulo. Disponível em: <<https://chigueto.com.br/loja/prensa-de-buttons.html>> Acesso em: 16 abr. 2021

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria

DABYDEEN, David. **The Black Figure in 18th-century Art.** BBC, 2011. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/history/british/abolition/africans\\_in\\_art\\_gallery\\_02.shtml](http://www.bbc.co.uk/history/british/abolition/africans_in_art_gallery_02.shtml)>. Acesso em: 15 abr. 2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria

DAMAZIO, V. Design e Emoção: Alguns pensamentos sobre artefatos de memória. In: 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 2006, Curitiba. **Anais...** Curitiba, Unicamp/AEND-Brasil, 2006.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria

FARIAS, Priscila L. **On graphic memory as a strategy for design history.** In: BARBOSA, Helena & Calvera, Anna (Eds.). Tradition, transition, trajectories: major or minor influences. [Proceedings of the 9th International Committee for Design History and Design Studies]. Aveiro: UA Editora, 2014.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria

FISCHER, A. Roger. Pinback put-downs: The campaign button as political satire. **Journal of Popular Culture.** Bowling Green, Ohio Vol. 13, Ed. 4. 1980. Disponível em: <<https://search.proquest.com/openview/5291709d1caf09182d5595fbc267de87/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1819044>>. Acesso em 18 de mar. 2021

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Nicht Hervorheben

GOMES, R.; PASQUA, G. **Movimentos vendem produtos on-line para financiar atividade política.** Poder 360, 2018. Disponível em: <[www.poder360.com.br/eleicoes/movimentos-vendem-produtos-on-line-para-financiar-atividade-politica](http://www.poder360.com.br/eleicoes/movimentos-vendem-produtos-on-line-para-financiar-atividade-politica/)>. Acesso em 10/04/2022.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

GORBERG, Samuel Gorberg. **Chuva de Buttons.** Brasil Cult. Disponível em: <<http://www.brasilcult.pro.br/ensaios/buttons/buttons.htm>>. Acesso em 20 de ago. 2020

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

HAKE, Ted. **Button History.** tedhake.com. Disponível em: <[www.tedhake.com/viewuserdefinedpage.aspx?pn=buttonhistory](http://www.tedhake.com/viewuserdefinedpage.aspx?pn=buttonhistory)> Acesso em: 20 jan. 2020.a

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

HAKE, Ted. **Whitehead & Hoag Company History.** tedhake.com. Disponível em <[www.tedhake.com/viewuserdefinedpage.aspx?pn=whco](http://www.tedhake.com/viewuserdefinedpage.aspx?pn=whco)>. Acesso em: 20 jan. 2020. b

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

HASWANI, M. Treze de maio: Todos a S. Bernardo (1989). In: **Revista Perseu.** Documentos - O PT e as eleições presidenciais de 1989 (p. 169-170), n.8, 2012, p. 123-254.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** Tradução: Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

**IMAGES of the British Abolitionist Movement. Online Library of Liberty.** Disponível em: <<https://oll.libertyfund.org/page/images-of-the-british-abolitionist-movement>>. Acesso em: 01/03/2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

IRELEY, Brian. **Abraham Lincoln Campaign Button, 1860.** Smithsonian. Washington, 13 ago. 2012. Disponível em: <<https://www.si.edu/newsdesk/photos/abraham-lincoln-campaign-button-1860>> Acesso em: 28 mar. 2021.

MADSEN, Arnie; FRITCH, John. **100 million buttons can't be wrong. Argument in political pinback buttons.** Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=rj5yBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA193&dq=pin+button+campaign&ots=GWk8rlPV-C&sig=INsgZ1Ql9tBuWthijFOkqK7cXmY#v=onepage&q=pin%20button%20campaign&f=false>> Acesso em: 20 jan. 2020

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

MICHAELIS Dicionário Online. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br>> Acesso em: 22 mar. 2021.

MUSEUM of the american revolution. **Color Your Own George Washington Inaugural Buttons.** Philadelphia. Disponível em: <<https://www.amrevmuseum.org/color-your-own-george-washington-inaugural-buttons>> Acesso em: 28 mar. 2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PEREIRA, Giulia. **Há 100 anos, os sufragistas conquistaram o direito ao voto feminino.** CNN Brasil, São Paulo, 18 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/ha-100-anos-sufragistas-americanas-conquistavam-direito-ao-voto-feminino/>> Acesso em: 20 abr. 2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Nicht Hervorheben

REIS, S. R. . **Um Olhar Do Design Gráfico Sobre Memória, Efêmeros E Afeto: Delineando A Memória Gráfica Brasileira.** Anais do VIII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual: arquivos, memórias, afetos , v. 1, p. 242, 2015.

RICKARDS, Maurice. **Collecting printed ephemera.** Oxford: Phaidon/NY:Abbeville, 1988.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

SOUZA, Wilker César Costa de. **Fatos e artefatos: Um catálogo sobre o button como objeto de memória gráfica.** 2021. Trabalho de conclusão de curso (Tecnólogo em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB, Cabedelo, Paraíba,2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

STAMP, Jimmy. **Who Really Invented the Smiley Face?.** Smithsonian Magazine, 13 mar. 2013. Disponível em: <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/who-really-invented-the-smiley-face-2058483/>> Acesso em: 4 abr. 2021.

SUCESSO Brindes. **A História dos buttons promocionais como brinde.** Disponível em: <<http://www.sucessobrindes.com.br/a-historia-dos-buttons-promocionais>>. Acesso em 20 de ago. 2020.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

TWYMAN, Michael. **The Long-Term Significance of Printed Ephemera.** RBM: A Journal of Rare Books, Manuscripts, and Cultural Heritage. v.9, n.1, p.19-57. 2008.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

VERÍSSIMO, Isabela. **Galo da Madrugada: metrô tem esquema especial para transportar foliões.** G1 Globo. Disponível em : <[g1.globo.com/pe/pernambuco/carnaval/2020/noticia/2020/02/20/galo-da-madrugada-metro-tem-esquema-especial-para-transportar-folioes.shtml](http://g1.globo.com/pe/pernambuco/carnaval/2020/noticia/2020/02/20/galo-da-madrugada-metro-tem-esquema-especial-para-transportar-folioes.shtml)> Acesso em: 20 abr. 2021.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

VERSIANI, Maria Helena. **Criar, ver e pensar: um acervo para a República.** Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2018a, Parte 2.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch

VERSIANI, Maria Helena. **Patrimônio cultural e produção de conhecimento sobre a vida no Brasil republicano.** In: Anais do 16º Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia. Campina Grande, 2018b.

Formatiert: Schriftart: (Standard)  
Cambria, Schriftartfarbe: Automatisch, Nicht Hervorheben