

A força da fragilidade: a construção da identidade e os significados corporificados no lenço branco das Madres de Plaza de Mayo

Luciano do Monte Ribas ⁽¹⁾

Resumo: Na Argentina, na década de 1970, um grupo de mulheres começou a enfrentar uma ditadura responsável por milhares de mortes e desaparecimentos. Entre as 30 mil vítimas dessa violência estavam suas filhas e filhos, jovens militantes de diferentes organizações políticas que se opunham à Junta Militar que governava o país.

Vistas como frágeis e ignoradas como uma possível força política por serem mulheres, mães e dedicarem-se majoritariamente ao cuidado do lar, conseguiram transformar essas supostas fragilidades em uma imensa força política, constituindo um dos mais importantes movimentos sociais em defesa dos direitos humanos e da democracia na América Latina: as Mães da Praça de Maio. Para isso, somaram às suas identidades originais outra, que nasceu como reação aos crimes da ditadura: lutadoras pela vida, pela memória e pela justiça para suas filhas e filhos.

Como um de seus primeiros atos públicos, na peregrinação a Luján em outubro de 1977, a partir das fraldas de pano brancas que guardaram como lembrança dos primeiros anos de suas crianças, criaram um símbolo capaz de encarnar todos os significados de sua luta. O lenço branco, ressignificado em suas cabeças, deixou de ser um objeto comum e passou a cumprir várias funções próprias dos projetos de design gráfico, especialmente de identificação, sinalização e comunicação. Algum tempo depois, o lenço foi sintetizado em uma marca gráfica amplamente utilizada nos mais de 45 anos de existência do Movimento e associada, em grande parte do mundo, à defesa dos direitos humanos.

O Movimento das Mães da Praça de Maio foi e continua sendo objeto de estudo em diferentes áreas do conhecimento, mas seu símbolo e sua marca ainda não receberam atenção no campo do design. O trabalho aqui proposto pretende investigar e discutir, ainda que de forma inicial, como a subversão, por parte das Mães, daquilo que se esperava de suas identidades serviu de base para a construção do símbolo do lenço branco e sustentou o conceito presente na marca do Movimento.

Para isso, serão mobilizados conceitos vinculados à semiótica, com referência às ideias de Umberto Eco; a discussão sobre a formação de identidades a partir da perspectiva de Michel Foucault; e o conceito de significados encarnados de Arthur C. Danto, transportados do estudo da arte para o campo do design. Por outro lado, será mobilizado o conceito de lugar de enunciação da filósofa brasileira Djamila Ribeiro para situar o autor do texto

— um homem branco, heterossexual, cisgênero, de meia-idade e classe média — dentro dessa discussão, como parte de sua afirmação de que as pessoas que se dedicam ao design, independentemente de sua identidade, precisam projetar respeitando e promovendo os direitos humanos, assim como apoiando ativamente as causas dos grupos e indivíduos discriminados na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Lenço branco - Madres de Plaza de Mayo - construção identitária - design - direitos humanos

[Resumos em espanhol e inglês e nas páginas 261-263]

⁽¹⁾ **Luciano do Monte Ribas.** Graduado em Desenho Industrial/Programação Visual pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Artes Visuais e especialista em Pensamento Político Brasileiro. Doutorando em Design pela Universidad de Palermo (UP), de Buenos Aires. É coordenador executivo do Santa Maria Vídeo e Cinema (SMVC). Autor de diversos projetos, incluindo o que venceu o concurso que escolheu a Marca Oficial das Comemorações dos 500 Anos do Descobrimento do Brasil. monteribas@gmail.com

Introdução: terror de Estado e resistência na América do Sul

Diversos países da América Latina sofreram, durante os anos 60, 70 e 80 do século XX, as consequências de golpes de estado e ditaduras civil-militares. Tais regimes autoritários cometeram um sem-número de crimes e são responsáveis por milhares de mortes e de desaparecimentos. Em todos eles estão as digitais da CIA e da USAID,¹ que promoveram essa onda de golpes nos países do chamado Cone Sul, a região mais meridional da América: no Paraguai, um pouco antes dos demais, em 1954; no Brasil, em 1964; no Chile, em 1973; no Uruguai, também em 1973; e na Argentina, em 1976.

Em todas essas nações, além de crises econômicas e sociais, o legado trágico das ditaduras ainda está presente nas pessoas desaparecidas e assassinadas pelo terror de estado, sobretudo no contexto da chamada Operação Condor.² Ao lado dos generais presidentes brasileiros, tiranos como Pinochet, Videla e Stroessner, em conjunto com seus comparsas – com e sem fardas– carregavam sangue em suas mãos, sobretudo o de jovens sonhadores e de lideranças populares de todos os gêneros.

Evidentemente, nesse contexto não é possível determinar quais povos sofreram mais com a repressão às liberdades durante as diferentes ditaduras sul-americanas. Porém, é possível afirmar que os casos do Chile e da Argentina adquiriram dramaticidade e projeção internacional ímpares, ao ponto de os tornarem tragicamente *dignos* de considerações especiais.

No caso chileno, além da ferocidade das violações aos direitos fundamentais, também a longevidade do regime repressor de Augusto Pinochet influencia nessa percepção: apenas em 1990 ele deixou o poder, quando todos os demais países do Cone Sul³ já haviam recuperado suas democracias há alguns anos.

Por óbvio, não é apenas isso que explica o fenômeno, muito mais complexo e multifacetado, até mesmo porque o Chile foi tratado como um caso de *sucesso exemplar* da onda neoliberal dos anos 80 e 90. Mas, para o objetivo da discussão ora proposta, é o suficiente para auxiliar na contextualização.

Por outro lado, na Argentina a ditadura durou menos tempo, mas nem por isso foi mais branda. Pelo contrário, é bastante possível que, dentre todos os regimes de exceção sul-americanos, tenha sido aquele que levou aos níveis mais absurdos a crueldade dos atos praticados, o caráter sistêmico e continuado das atrocidades e o firme propósito de exterminar as pessoas que se opunham a tudo isso. Estima-se que a ditadura civil-militar deixou mais de trinta mil⁴ pessoas desaparecidas ou mortas ente 1976 e 1983 e, dentro desse universo de vítimas, estão as filhas e os filhos de um conjunto de mulheres que, apesar de possuírem diferentes origens e perfis sociais, tiveram seus destinos unidos pela tragédia da repressão política.

Conhecidas e organizadas a partir de 1977 no movimento Madres de Plaza de Mayo, transformaram as fraldas brancas de pano –que guardavam como recordações das infâncias de suas crianças– em lenços para mútua identificação ao usá-los em suas cabeças durante um evento religioso, a Peregrinação a Luján,⁵ onde desejavam dar visibilidade à sua causa: a busca por suas filhas e filhos desaparecidos (figura 1).



Figura 1. Hebe Bonafini vestindo o lenço branco.

Fonte: Imagens registradas pelo autor em julho de 2022, em Buenos Aires.

De fralda a lenço e, nesta condição, transformado em símbolo, o objeto de uso comum e cotidiano corporificou novos significados, que amparam a presente discussão, onde a identidade surgida entre as mulheres do movimento Madres de Plaza de Mayo é compreendida como o amálgama de uma marca de defesa dos direitos humanos mundialmente reconhecida. Um objeto que, em um determinado momento, teve a atenção do design para auxiliar em sua consolidação nessa posição de marca, colaborando, assim, para o fortalecimento da luta e do Movimento (figura 2).

Para discutir tal processo serão mobilizadas as abordagens teóricas de Stuart Hall sobre a construção das identidades, de Umberto Eco, no campo da semiótica, e de Arthur C. Danto sobre os significados corporificados, sendo esta uma contribuição transportada do campo da arte para o do design.

Antes, porém, é preciso que uma explicação seja oferecida a quem está lendo o presente texto sobre o porquê de um tema que encontra os seus sentidos mais importantes na identidade criada entre mulheres ser objeto de estudo de um homem heterossexual, cisgênero, branco e nascido fora da Argentina. Para isso, busca-se amparo no conceito de lugar de fala da filósofa brasileira Djamila Ribeiro, adiante apresentado.



Figura 2. Marca da Asociación Madres de Plaza de Mayo.

Fonte: <https://madres.org/>,
10 de novembro de 2023.

De onde falamos

Uma das grandes conquistas da humanidade nos séculos XX e XXI é a noção de que ninguém que não pertença a um determinado grupo humano pode falar por ele. Ou, como se tornou voz corrente nos movimentos sociais de pessoas que compartilham uma determinada identidade e que, em função dela, possam sofrer algum tipo de discriminação e/ou exclusão, «nada sobre nós, sem nós».⁶

Mais do que um slogan potente, o «nada sobre nós, sem nós» revela que as vozes das pessoas e dos grupos minorizados ou inferiorizados precisam ser ouvidas. Isso porque não há identidades mestras unificadoras capazes de abranger a diversidade humana, como se aceitava na Modernidade Iluminista. Nem mesmo o conceito de luta de classes, tão caro aos movimentos progressistas, é capaz de fazê-lo. Logo, os grupos e pessoas falarem sobre suas dores, necessidades e possibilidades é uma questão de representatividade e de respeito à diversidade humana e à igualdade de direitos.

A filósofa brasileira Djamila Ribeiro aborda o assunto em sua produção intelectual, que possui grande influência no debate público no Brasil contemporâneo. Sua argumentação é construída a partir do pensamento de Patricia Hill Collins e do *feminist stand point* e, a partir dela, desenvolve o conceito de lugar de fala. Como a autora argumenta:

Como explica Collins, quando falamos de pontos de partida, não estamos falando de experiências de indivíduos necessariamente, mas das condições sociais que permitem ou não que esses grupos acessem lugares de cidadania. Seria, principalmente, um debate estrutural. Não se trataria de afirmar as experiências individuais, mas de entender como o lugar social que certos grupos ocupam restringem oportunidades. (Ribeiro, 2017, p. 35)

Djamila Ribeiro afirma que não é possível confundir lugar de fala com representatividade, pois falar não é, necessariamente, representar, que exigiria pertencimento. Assim, para ela é possível que alguém produza uma argumentação sobre um tema que envolve um grupo ao qual não pertence, mas jamais ter a pretensão de representá-lo.

A questão chave seria, então, termos a compreensão de que a fala é produzida a partir de determinada condição social. Se ela é de privilégios, como ocupam as pessoas brancas e os homens heterossexuais cisgêneros nas sociedades ocidentais, exige-se a consciência de que é dessa condição que a pessoa emite seus discursos, inclusive no combate à exclusão e ao silenciamento de outros seres humanos e grupos sociais.

Porém, para a filósofa brasileira, é preciso que as pessoas que ocupam condições de privilégio falem e ajudem a modificar realidades:

Uma travesti negra pode não se sentir representada por um homem branco cis, mas esse homem branco cis pode teorizar sobre a realidade das pessoas trans e travestis a partir do lugar que ele ocupa. Acreditamos que não pode haver essa desresponsabilização do sujeito do poder. A travesti negra fala a partir de sua localização social, assim como o homem branco cis. Se existem poucas travestis negras em espaços de privilégio, é legítimo que exista uma luta para que elas, de fato, possam ter escolhas numa sociedade que as confina num determinado lugar, logo é justa a luta por representação, apesar dos seus limites. Porém, falar a partir de lugares é também romper com essa lógica de que somente os subalternos falem de suas localizações, fazendo com que aqueles inseridos na norma hegemônica sequer se pensem. Em outras palavras, é preciso, cada vez mais, que homens brancos cis estudem branquitude, cisgeneridade, masculinos (Ribeiro, 2017, p. 47).

Todas as pessoas possuem um lugar de fala e, a partir de tal lugar, elas deveriam ter o compromisso ético de falar em nome de princípios inclusivos e da aceitação da diversidade humana. Nessa linha, a reflexão crítica, a compreensão das responsabilidades históricas e o compromisso em ajudar a promover mudanças sociais que tenham o respeito aos seres humanos como medida de todas as coisas, são o caminho para transformar discursos em práticas sociais.

Tais argumentos orientam o espírito do presente texto, que busca relacionar a formação das Madres de Plaza de Mayo, a aproximação entre elas fundada na identidade de gênero, a evolução do movimento em um sentido feminista e político, os significados corporificados no lenço branco e o design como elemento que ajuda, de forma efetiva, nessa construção identitária. É o que ampara a opção do autor por estudar a transformação do lenço

branco das Madres de Plaza de Mayo em um símbolo de defesa dos direitos humanos mundialmente reconhecido: a consciência de fazê-lo a partir dessa condição de privilégios, com o compromisso de ajudar a mudar as realidades que os sustentam.

Mulheres, mães e lutadoras

Mas quem eram até 1977 e quem são, desde aquele ano, as Madres de Plaza de Mayo? Talvez a maneira mais correta de responder esta pergunta seja lembrar que, antes de serem «las Madres de Plaza de Mayo», essas mulheres eram simplesmente mães, a exemplo do que habilmente registra Demetrio Iramain (2017):⁷

Eran madres en singular; mujeres de su casa, trabajadoras. Ellas sólo se dedicaban a las tareas del hogar: la comida caliente para cuando los hijos regresaban de la militancia y el esposo del trabajo; las camas tendidas; el patio barrido, sin las hojas del otoño. Pero algo imprevisto y terrible sucedió. De un día para el otro, entre los misterios de la noche, los hijos e hijas de cada una de ellas desaparecieron. La tierra parecía habérselos tragado. La desesperación, lejos de paralizarlas, las sacó de su lugar abrigado en la cocina y las llevó a la intemperie de la Plaza (Iramain, 2017, p. 11).

O que Iramain registra não é uma informação menor. Pelo contrário, é de grande relevância para entender o processo de construção identitária que levou um grupo heterogêneo e, no geral, sem experiência política de *mujeres de su casa* a comandarem aquele que, provavelmente, foi o mais forte movimento de oposição à ditadura civil-militar. Um movimento tão forte que continua vivo e potente na Argentina de hoje, com atualizações e ressignificações, naturalmente (figura 3).

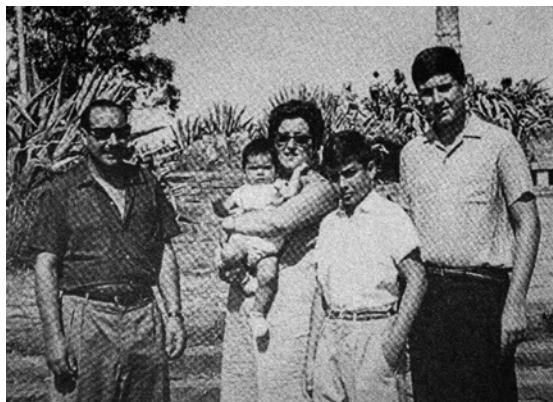


Figura 3. Hebe de Bonafini e sua família, em Tandil, por volta de 1966: o marido Toto, os filhos Jorge e Raul e a filha Alejandra.

Fonte: Livro *Hebe de Bonafini - Los caminos de la vida* (2021, p. 72).

Porém, se a maternidade e, alguns anos depois dela, o desaparecimento de seus filhos são os acontecimentos que acabaram por definir seus destinos como militantes, antes deles estava o fato de serem mulheres em uma sociedade que esperava que elas cumprissem papéis pré-definidos de submissão, fragilidade e discrição, entre outras características tidas como *femininas*. A subversão dessa identidade *natural* foi a resposta ao trauma do desaparecimento, mas ela também ocorreu dentro de um contexto em que novos movimentos transformaram a vida e a política profundamente, conforme ressalta Stuart Hall (2005):

Cada movimento apelava para a identidade de seus sustentadores. Assim, o feminismo apelava às mulheres, a política sexual aos gays e lésbicas, as lutas raciais aos negros, o movimento antibelicista aos pacifistas e assim por diante. Isso constitui o nascimento histórico do que veio a ser conhecido como a *política de identidade* –uma identidade para cada movimento (Hall, 2005, p. 44).

O que Hall registra como política de identidade está umbilicalmente ligado a temas tradicionalmente identificados com os direitos humanos nas sociedades contemporâneas. Temas dos quais as pessoas que são profissionais do design não podem mais esquivarem-se quando executam seus projetos. Sem respeito aos direitos humanos não há discurso de design centrado no humano, por exemplo, que se sustente. Afinal, mais do que desenhar para usuários, projetamos para as pessoas e suas diversidades. Gui Bonsiepe, referência do design na América latina, faz uma defesa contumaz desse compromisso:

O humanismo projetual seria o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos. Por que emancipatórias? Porque humanismo implica a redução da dominação e, no caso do design, atenção também aos excluídos, aos discriminados, como se diz eufemisticamente no jargão economista, os economicamente menos favorecidos, ou seja, a maioria da população deste planeta (Bonsiepe, 2011, p. 21).

Retomando a visão de Stuart Hall sobre as políticas identitárias, provavelmente as mães ainda não sabiam que a busca por seus filhos e filhas acabaria por inseri-las dentro do contexto dos novos movimentos sociais e políticos. Mais especificamente, do feminismo, possivelmente o movimento que mais fortemente impactou as sociedades a partir dos anos 60 do século XX. Hall (2005) acredita que o feminismo teve uma relação mais direta com o «descentramento conceitual do sujeito», entre outras coisas por ter questionado as distinções entre o pessoal e o público, o que ocorria dentro e fora das casas. Segundo o autor jamaicano, o slogan do feminismo era «o pessoal é político» (Hall, 2005, p. 45), politizando, assim, «a subjetividade, a identidade e o processo de identificação» (p. 45).⁸ Com o passar dos anos, o fim da ditadura argentina e a evolução histórica, o movimento das Mães passou por novas transformações e, através do seu grupo majoritário, assumiu definitivamente um caráter político. Assim, as Mães seguiram buscando por seus filhos e filhas, mas também passaram a lutar pelos ideais que eles e elas defendiam quando se tornaram alvos do terror de Estado.

De fralda a lenço, de lenço a símbolo

Se as mães se transformaram nas Madres e construíram uma nova identidade –não mais restrita aos papéis socialmente aceitos na Argentina dos anos 1970 e que, desde a desapareição de seus filhos e filhas, se tornou definitivamente política– provavelmente todos os aspectos de suas vidas foram impactados. Seus cotidianos passaram a ser marcados pela busca dos desaparecidos e desaparecidas e pelo enfrentamento aos tiranos, de forma mais explícita e consciente, logo em seguida. Não é estranho, portanto, que a manifestação simbólica mais evidente dessa transformação se materialize em um objeto comum, do cotidiano, porém profundamente ligado às memórias de suas crianças. Demetrio Iramain (2017) nos apresenta a simplicidade que está na origem desse processo:

Hacia octubre de 1977, las Madres decidieron aprovechar una multitudinaria procesión católica a la Basílica de Luján para hacerse notar y visibilizar su demanda por la vida de los hijos secuestrados. Pero, ¿cómo reconocerse entre la multitud informe que asistiría a la concentración religiosa? Pensaron y evaluaron diversas estrategias, hasta que una dijo: «¿Y si nos ponemos en la cabeza un pañal de nuestros hijos?». Pura creación colectiva. Eran tiempos de los pañales de tela, blancos, que todas las Madres conservaban entre los recuerdos de aquellos hijos que fueron bebés y que ahora ya eran hombres y mujeres maduros, jóvenes pero adultos, bellos de sueños y esperanzas, comprometidos con su pueblo. Así nació el emblema que aún hoy identifica a las Madres de Plaza de Mayo: el pañuelo blanco, insignia de libertad reconocida y respetada en el mundo entero (Iramain, 2017, p. 13).

O relato de Iramain nos possibilita o acesso a diversos caminhos por onde a discussão pode evoluir. Dentre eles, um está diretamente relacionado às funções mais elementares do design gráfico, identificar e sinalizar. Seguindo esse caminho, é possível que o relato sobre a colocação de fraldas de seus filhos em suas cabeças esteja idealizado,⁹ mas isso não diminui sua capacidade de revelar que um problema comunicacional e prático se apresentava: como iriam reconhecerem-se na multidão? E como seriam identificadas, entre milhares de pessoas, como um grupo que defendia uma determinada causa? (figura 4).



Figura 4. Madres na Peregrinação a Luján, em 1977.

Fonte: Livro Hebe de Bonafini - *Los caminos de la vida* (2021, p. 112).

A simplicidade da resposta trouxe consigo alguns dos atributos mais relevantes de um projeto de design. As fraldas a serem transformadas em lenços para suas cabeças eram acessíveis a todas as mães; eram feitas de um material de fácil manipulação; o processo de execução era conhecido e sem complexidades limitantes; respeitavam a ergonomia e se adaptavam às usuárias; por terem a mesma cor, fariam com que fossem vistas facilmente como um grupo; e, o mais importante de tudo, continham significados que lhes davam uma força comunicacional gigantesca. O que aquele objeto corporificava possibilitou o nascimento de um símbolo ligado aos direitos humanos mundialmente reconhecido. Assim, as mães de filhos e filhas agora eram também as Madres do lenço branco (figura 5).



Figura 5. Ilustração de Patricio Plaza para o livro *Una historia de las Madres de Plaza de Mayo*, de Demetrio Iramain.

Fonte: madres.org/material-educativo/, 10 de novembro de 2023.

Os significados corporificados

Arthur C. Danto foi um filósofo e crítico de arte norte-americano com uma vasta e influente produção intelectual. Seu conceito que identifica significados corporificados nas obras de arte é particularmente relevante para o estudo sobre como objetos do cotidiano podem se transformar em símbolos de causas, lutas e movimentos sociais. Mais especificamente, para ajudar a entender o processo de transformação do lenço branco em um símbolo dos direitos humanos internacionalmente reconhecido.

Em seu livro *O Abuso da Beleza*, Danto (2005) fala sobre o poder de transformação da arte e três maneiras de compreendê-la: segundo suas relações formais, como o faz o formalismo; como expressões de uma cultura, ou seja, de acordo com uma visão antropológica; ou, como ele as entendia, a partir dos significados corporificados nas obras de arte. Nas palavras de Danto, seu modelo:

Es el modelo de los significados encarnados. Como crítico de arte acudo a él una y otra vez, tratando de expresar el significado de una obra dada y el modo en que ese significado se encarna en el objeto material que la transporta. Me interesa conocer el pensamiento que la obra expresa de un modo no verbal. Debemos esforzarnos en captar el pensamiento de la obra, basándonos en cómo está organizada (Danto, 2005, p. 198).

No livro, Danto conta que as famosas *Brillo Boxes* de Andy Warhol provocaram a reflexão inicial de sua teoria sobre a arte. Segundo Danto, não foram outras esculturas de Warhol inspiradas em produtos, mas especificamente as *Brillo Boxes*, embora todas fossem muito similares nas suas construções e propostas:

Y como la Caja Brillo, las cajas se parecían mucho a sus contrapartidas en la vida comercial, aunque éstas por lo general fueran de cartón ondulado. En todo caso, se parecían lo bastante como para inspirarme la pregunta que acapararía mi pasión filosófica durante una época: ¿cómo es que las cajas de Warhol eran obras de arte que debían aparecer en el *catalogue raisonné* de su obra y exponerse como esculturas en incontables exposiciones, mientras que las cajas del supermercado eran humildes contenedores de papel aprovechables para toda clase de propósitos utilitarios, para guardar cosas o para ordenar el correo, o para atarse en fajos y reciclarse? (Danto, 2005, p. 38)

A resposta de Arthur C. Danto é direta: foi o atrativo visual das *Brillo Boxes*, «que es lo que cabría esperar de un buen ejemplo de arte comercial» (Danto, 2005, p. 38). Feitas a partir de um projeto do designer de embalagens americano James Harvey, como produto eram tão comuns quanto as de qualquer outro sabão em pó. Porém, foram transformadas em obras de arte pela reflexão de um artista, que lhes atribuiu novos significados e as colocou em um contexto no qual esse processo adquiriu sentido. Vale observar que tal fato provoca uma conexão importante com o design, o que torna ainda mais interessante e pertinente o *transporte* do conceito de significados corporificados para o estudo dos objetos do cotidiano transformados em símbolos e marcas (figura 6).



Figura 6. James Harvey em frente a uma de suas pinturas expressionistas abstratas, segurando uma Brillo Box. Fonte: Imagem reproduzida no livro de Arthur C. Danto.

Indo adiante, ao partirmos do conceito de Danto sobre os significados corporificados podemos analisar o que o lenço branco passou a corporificar para, assim, ser transformado em símbolo –significados que foram posteriormente transportados para a marca que sintetizou o lenço branco e que, nessa condição, passou a identificar a Asociación Madres de Plaza de Mayo.

Para avançarmos, porém, é preciso fazermos referência à fragilidade citada no título desse texto para, a partir daí, indicarmos como ela foi transformada em força através da ação consciente e corajosa das Madres.

Os papéis para os quais a maioria das mães havia sido preparada estavam dentro daquilo que era considerado como *tipicamente feminino* e partiam de valores e noções discriminatórias profundamente arraigados nas sociedades latino-americanas. Por trás de ideias típicas do senso comum como a necessidade de serem protegidas, a incapacidade de lidar com problemas públicos, a vida restrita ao lar, a exigência de serem cordatas, a negação da sexualidade, a vocação para cuidar da família, entre outras– havia uma noção de incapacidade que recebia o hipócrita rótulo de *fragilidade* por parte de um suposto *cavalheirismo*. No entanto, existiam nessa visão machista e preconceituosa contradições e armadilhas que as Madres souberam explorar positivamente, utilizando ideias que fazem parte do senso comum a favor de suas lutas.

Por um lado, era complicado para os genocidas no poder agredi-las fisicamente ou mesmo moralmente: eram *apenas mulheres frágeis* e agredir alguém nessa condição é visto como um ato de grande covardia,¹⁰ sobretudo nos países da América Latina.¹¹ Quando o faziam, provavelmente não saiam com suas reputações ilesas. Por outro lado, a ideia de que *mães são leões* quando se trata da defesa de seus filhos e filhas lhes dava uma legitimidade incontestável, possivelmente afastando-as do preconceito contra as ações consideradas tipicamente políticas, ao menos sob os olhos de uma grande parte da sociedade.

Em *La indumentaria como voz de protesta*, dissertação de mestrado sobre o lenço verde como símbolo da luta pela legalização do aborto na Argentina, Cyntia Valladares (2020) assinala o uso político de uma peça da indumentária feminina, o que põe «en tensión el carácter disciplinador de la vestimenta y sus asociaciones naturalizadas a lo femenino» (p. 8). A pesquisadora utiliza como o exemplo dessa transgressão de sentidos e atributos o lenço branco das Madres de Plaza de Mayo:

Puntualmente en Argentina, el antecedente de un movimiento articulado por mujeres, que emplearon estratégicamente el rol de madre y de mujer –simbolizado en un pañuelo blanco–, es el constituido por las Madres de Plaza de Mayo. En el contexto del terrorismo de Estado, se hace visible cómo la utilización de los cuerpos de las mujeres –estereotipados como débiles y apelando a la sensibilidad del concepto de madre–, sirvieron desde una estrategia en la que el género tuvo lugar, a fin de evitar –o mejor dicho, disminuir– represalias (Valladares, 2020, p. 8) (figura 7).



Figura 7. A armadilha semiótica: o que poderia ser mais frágil do que um grupo de senhoras com lenços brancos na cabeça? *Fonte:* Artigo de Jorge Alemán, publicado no jornal *Página 12*: <https://www.pagina12.com.ar/331393-la-gran-resignificacion-el-24-de-marzo-como-experiencia>.

Se admitirmos que essas situações correspondem à verdade, ao menos parcialmente, é possível compreendermos como a aparente fragilidade das mães foi transformada em força pelas Madres. Naturalmente, aqui nos referimos ao período inicial de organização do movimento, quando os ditadores genocidas ainda não sabiam quem eram aquelas mulheres e o quanto estavam dispostas a lutar por suas filhas e filhos. Dentro desse contexto, nessa construção imagética inicial o que poderia remeter mais à fragilidade do que um grupo de senhoras com lenços brancos na cabeça? Porém, à medida que o movimento se consolidava e ganhava consistência política e reconhecimento social, ficava cada vez mais difícil rotulá-las como loucas ou voltar a golpeá-las abertamente.

Ou seja, a *armadilha semiótica* da fragilidade, mesmo que não tenha sido uma estratégia pensada previamente, desencadeou uma construção sólida, onde o destemor da ação, a constância dos ideais e a capacidade de entender cada momento da conjuntura se misturaram em doses equivalentes. Quando a ditadura se deu conta, os lenços já não eram mais frágeis peças de pano e haviam se convertido em verdadeiros escudos para as Madres.

Desde o ponto de vista semiótico, Umberto Eco indica formas de compreender este processo de transformação. O autor italiano, no *Tratado General de Semiótica*, definiu signo como «todo aquello que, en base a una convención previamente aceptada, puede entenderse como ALGUNA COSA QUE ESTÁ EN LUGAR DE OTRA» (Eco, 2000, p. 34).¹² Por outro lado, no mesmo trabalho, Eco também assinalou quais seriam os limites políticos do domínio da semiótica, situando as tipologias das culturas em seus níveis mais complexos. Neles estariam «los comportamientos sociales, los mitos, los ritos, las creencias, las subdivisiones del universo, como elementos de un vasto sistema de significados que permiten la comunicación social, la sistematización de ideologías, el reconocimiento y la oposición entre grupos» (Eco, 2000, p. 29).



Figura 8. A cruz, a meia-lua, a foice e o martelo: emblemas. *Fonte:* ilustrações do autor.

Em outro livro, *Semiótica y filosofía del lenguaje*, Umberto Eco (1990) aprofunda a discussão sobre os signos e as definições sobre seus tipos. Dentre eles há os que caracteriza como emblemas, que são desenhos que reproduzem algo de forma estilizada, onde estariam símbolos poderosos como a cruz cristã, a meia-lua islâmica e a foice e o martelo comunistas (figura 8). Sobre eles, o autor italiano afirma que:

Son icónicos porque, al igual que los diagramas y dibujos, permiten manipulaciones de la expresión que influyen en el contenido; pero son arbitrarios por el estado de catacresización al que han llegado. El habla corriente los llama *símbolos*, pero en el sentido contrario al que se emplea al decir que las fórmulas y diagramas son símbolos. Los diagramas admiten muchos usos, pero conforme a reglas precisas; la cruz y la medialuna son emblemas que remiten a un campo definido de significados indefinidos. (Eco, 1990, p. 25)

É possível, então, que o lenço branco tenha adquirido a condição de emblema, mesmo que desprovido de significados místicos, como a cruz e a lua crescente. Isto porque, além de referir-se ao objeto em si, que é facilmente reconhecível, a síntese gráfica que estrutura a identidade visual das Madres de Plaza de Mayo chegou a simbolizar –ou corporificar– uma série de outros significados. Como a cruz cristã, o lenço branco traz a solenidade e a carga emotiva de sua origem e, como a foice e o martelo, exemplifica a ressignificação de objetos comuns (figura 9).

Postas lado a lado, tanto a definição do signo quanto a classificação dos limites, parecem dialogar com o processo de ressignificação pelo qual passou o lenço branco. Desde que foi utilizado na peregrinação à Basílica de Luján, em 1977, o lenço foi deslocado dos seus significados originais –como vestimenta usada para proteger a cabeça e, no caso específico dos lenços brancos usados pelas Mães, como uma fralda de pano igual à que usavam, quando bebês, seus filhos e filhas desaparecidos– os lenços passaram a comunicar outros conceitos, relacionados às ausências das e dos jovens, ao grito por suas vidas e à denúncia de crimes cometidos por agentes do Estado e seus cúmplices. São coisas no lugar de outras, mas são coisas que falam sobre os dramas de um país e de um povo desrespeitado nos seus direitos mais básicos. Assim, os lenços foram reconfigurados no sistema de significados da comunicação social.



Figura 9. Síntese gráfica do lenço branco presente na marca da Asociación Madres de Plaza de Mayo.

Fonte: <https://madres.org/>, 10 de novembro de 2023.

O lenço branco como marca

Segundo Mark Batey, «uma marca é um agrupamento de significados» (Batey, 2010, p. 31) que precisam de constante renovação e, eventualmente, até de mudanças. Para ele, sem tais significados, não haveria a possibilidade de a marca existir e cumprir plenamente suas funções. Ou seja, o sentido maior da marca seria significar para, assim, comunicar.

Insistindo nesse caminho, se concordarmos também que sem o receptor não há comunicação, podemos dizer que é pelos diferentes usos de uma marca que seus significados se tornam presentes nas vidas das pessoas. Ao ser usada, no sentido amplo desta palavra, a marca se insere nas relações sociais, inclusive podendo modificá-las. Para amparar essa ideia, buscamos o que Rafael Cardoso fala sobre os artefatos,¹³ transportado para as marcas:

O trato que reservamos para cada artefato encontrado revela um acúmulo de juízos, crenças, valores, oriundos de experiências anteriores e memórias, assim como de informações obtidas indiretamente. Tendemos a naturalizar tais significados –ou seja, a considerar que eles decorrem da natureza do objeto e são os mesmos, desde sempre–, mas o fato é que todos eles foram construídos e são reconstituídos continuamente por meio da cultura e suas trocas simbólicas (Cardoso, 2012, p. 116).

Dentro desse contexto de agrupamento de significados corporificados e de trocas simbólicas, o lenço branco, como objeto do cotidiano que se converteu no que Umberto Eco chama de emblema, é o elemento central da marca que identifica a Asociación Madres de Plaza de Mayo. Nesta está a versão gráfica estilizada, sintetizada e estruturada do lenço que, nessa condição, amplifica as possibilidades comunicacionais do símbolo –possibilidades de utilização, portanto.

Trazendo para o dia a dia, são múltiplos os usos que demonstram o grau de apropriação pela sociedade argentina, bem como outros lugares do mundo, dos significados corporificados no lenço branco e na marca que o representa.

Sejam eles formais e controlados por profissionais ou não, são inúmeros os exemplos de utilização da marca da Asociación: ela está presente no website e nas redes sociais; no microfone utilizado em entrevistas e na imagem de perfil do WhatsApp; em canecas, guardachuvas, cartazes e faixas; na fachada da sede da associação e em adesivos nos veículos; em capas de impressos, documentos e numa infinidade de outros objetos, com múltiplos usos e em diferentes contextos; está pintada no piso da Plaza de Mayo, no local onde há mais de 45 anos ocorrem as marcas das quintas-feiras,¹⁴ e em diversos muros e paredes das cidades argentinas e do mundo; com diferentes graus de fidelidade ao original, está redesenhado numa quantidade de ilustrações impossível de ser mensurada. Na verdade, os exemplos poderiam seguir por páginas e páginas, se houvesse como individualizá-los (figura 10).



Figura 10. O caminho das marchas na Plaza de Mayo.
Fonte: Foto do autor obtida na Plaza de Mayo, em Buenos Aires.

Identidade ou identidades de uma nação

A designer gráfica brasileira Ana Luisa Escorel publicou, no ano 2000, uma coletânea de artigos sob o título *O efeito multiplicador do design*, onde aborda diferentes assuntos relacionados à atividade. Uma de suas preocupações, naquele momento, era a construção de uma identidade para o design brasileiro, uma missão difícil e que, segundo ela, se tornou ainda mais complexa com o avanço da globalização e das tecnologias da informação e da comunicação. Em um dos textos, que recebeu o título «Equilíbrio delicado», ela situa os e as designers dentro desse contexto:

Como todos nós sabemos, a identidade de qualquer pessoa é construída a partir de vivências afetivas e culturais: das músicas e das histórias que escuta em criança; dos jogos que aprende nas ruas e na escola; do contato com a natureza que tem à sua volta; sua luz, sua temperatura, seu cheiro; do nível de cordialidade que permeia a relação das pessoas com que convive; da forma como se dá com as várias etnias que compõem seu povo; da língua que escuta dentro e fora de sua casa, melhor dizendo, das formas de apropriação do código comum, tal como ele se apresenta em muitas variações. Para o designer gráfico, fugir desse conjunto de valores tão preciosos e estruturantes significa, no fundo, fugir de si mesmo e da responsabilidade de reproduzir, através do projeto, aspectos da cultura em que foi educado (Escorel, 2000, p. 26).

Segundo a autora, a construção da identidade do design é algo um pouco mais complicado para aqueles países que são vulneráveis «em dois flancos essenciais: o da cultura e o da economia» (Escorel, 2000, p. 24). Para amparar essa ideia, ela segue a classificação sobre as nações utilizada por Aloísio Magalhães, pioneiro do design brasileiro, onde o Brasil seria enquadrado como um país *novo e pobre*.¹⁵ Tais características o tornariam particularmente

exposto às influências de nações economicamente mais poderosas e culturalmente mais agressivas, o que exigiria uma resistência consciente para a afirmação de uma identidade própria.

Passados mais de 20 anos de sua publicação, talvez o texto e a divisão à qual ele faz referência não sejam suficientes para solucionarem completamente o assunto. De qualquer forma, são válidos para trazer à discussão a relação entre a identidade nacional –ou as identidades nacionais– e o design. Ou melhor, sobre como o design pode construir produtos –inclusive comunicacionais– que passem a fazer parte da identidade de uma nação. Transportando essa reflexão para a Argentina e as Madres de Plaza de Mayo, é possível afirmar que o lenço branco, tanto como emblema¹⁶ quanto como marca, se tornou parte de um conjunto de valores preciosos e estruturantes que identificam aquela nação.

Algo que pode, literalmente, ilustrar essa afirmação é o livro *Idarg: identidad argentina*,¹⁷ de Gustavo Ariel Stecher e Hernán Berdichevsky. Na obra estão dezenas de referências culturais, históricas, pessoais, gastronômicas e naturais argentinas transformadas em ícones. É uma lista que reúne figuras como Evita Perón, Maradona, Carlos Gardel e o gaúcho; pratos típicos como o choripán, o mate, as empanadas e o doce de leite; as camisas do River Plate e do Boca Juniors; o tango, o futebol e uma série de outras referências. Entre elas, representado com uma síntese exemplar, está o lenço branco das Madres, equiparado em significado e em importância a todos os demais símbolos (figura 11).

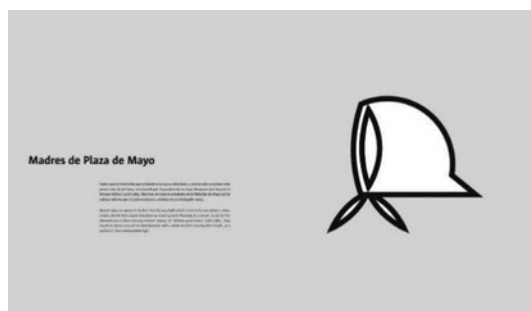


Figura 11. Identidade argentina.

Fonte: issuu.com/herni/docs/idarg,
10 de novembro de 2023.

Assim, além de nascer da dupla ressignificação simbólica de um objeto cotidiano de uso comum (de fralda a lenço, de lenço a símbolo), de encontrar sua essência ao corporificar referências simbólicas ligadas aos filhos e filhas ausentes e de ter sua identidade construída a partir da transformação do que seria esperado do comportamento feminino segundo os padrões sociais da década de 1970, o lenço branco também passou a fazer parte da identidade argentina. Ou seja, pela conjunção de uma série de fatores –entre os quais está o design, como atividade que comunica através do que projeta– o lenço branco das Madres, como emblema e como marca, se tornou parte da alma, por assim dizer, de um povo. A respeito desse tipo de construção identitária, registra Rafael Cardoso:

A identidade está em fluxo constante e sujeita a transformação, equivalendo a um somatório de experiências, multiplicadas pelas inclinações e divididas pelas memórias. Quando se pensa que o sujeito existe, ao longo de sua vida, rodeado por enunciados e informações, produtos e marcas, design e projeto, começa-se a ter uma noção das múltiplas maneiras em que memória e identidade podem interagir para moldar nossa visão do mundo material e condicionar nossa relação com os artefatos que nos cercam (Cardoso, 2012, p. 92).

Dentro desse contexto das coisas e informações que rodeiam os indivíduos, a presença do lenço branco na Argentina é tão forte que aqueles que se opõe às Madres e suas causas não conseguem simplesmente ignorá-lo. Em casos extremados, uma das maneiras utilizadas para demonstrar isso é a vandalização de imagens que retratam o lenço branco. Atacando o símbolo tentam atingir os significados que ele corporifica (figura 12).

Nessa segunda década do século XXI isso se insere, também, dentro de um contexto de polarização ideológica provocado por segmentos sociais situados à extrema-direita do espectro político. O Brasil, os Estados Unidos, o Reino Unido e uma série de outras nações sofreram e sofrem com fenômenos semelhantes, tanto nas ruas quanto no mundo virtual. Isso envolve um negacionismo que vai da tentativa de desacreditar as vacinas até rotular como mentiras os crimes e o número de vítimas dos regimes autoritários. Aliás, recentemente a Argentina vivenciou a tentativa de desacreditar o número estimado de 30 mil desaparecidos durante a ditadura civil-militar e de equiparar genocidas e quem a eles teve a coragem de se opor. Mais uma vez, as Madres foram alvo de atos de violência real e simbólica.¹⁸



Figura 12. Vandalismo contra o lenço branco.

Fonte: <https://curtlink.com/0kCd>, 10 de novembro de 2023.

Considerações finais

A transformação do lenço branco em um símbolo dos direitos humanos mundialmente reconhecido é o foco de uma pesquisa sobre como objetos do cotidiano podem se converter em marcas de causas, grupos e movimentos sociais, em andamento no Doutorado em Diseño da Universidad de Palermo (UP), de Buenos Aires, Argentina, quando o presente texto foi escrito. Portanto, mais do que conclusões, ele busca apresentar aspectos relacionados ao tema que possam servir como amparos iniciais à hipótese da pesquisa: de que o design gráfico recupera imagens de certos objetos cotidianos que se converteram em símbolos de lutas políticas construindo uma narrativa identitária através dos significados que, sob certas condições, tais objetos corporificaram.

Para apresentar essa investigação foi preciso, primeiramente, compreender minimamente o movimento das Madres de Plaza de Mayo, desde suas origens até os dias atuais, quando já ultrapassou os 45 anos de existência. O que não é uma tarefa fácil, pois é um movimento em permanente evolução, mesmo se mantendo fiel à causa que uniu as mães de desaparecidas e desaparecidos políticos em 1977.

Assim, foi necessário apresentar, mesmo que brevemente, o contexto do autoritarismo latino-americano, com destaque para a Argentina nos anos 70, pois somente entendendo a dimensão alcançada por ele é possível compreender a coragem demonstrada pelas Madres. Ao mesmo tempo, também foi preciso recuperar as ocupações e o modo como viviam as mães antes dos desaparecimentos, além das expectativas sociais sobre os papéis reservados às mulheres na sociedade argentina daquela época. Ter consciência disso possibilita entender a radicalidade das transformações pessoais e coletivas pelas quais passaram as mães para converterem-se em Madres.

Partindo-se desse contexto social e político, tornou-se mais claro o porquê de o movimento das Madres de Plaza de Mayo ser um fenômeno único num mundo que assistiu – e que segue assistindo – a tantas violações dos direitos humanos. Não apenas por sua coragem ou por suas ações de resistência, pois há inúmeros outros exemplos de pessoas e grupos que ousaram desafiar os algozes de seus povos. Mas porque, possivelmente, a originalidade presente nas Madres de Plaza de Mayo seja aquilo que configura sua própria essência: mulheres, mães e donas de casa que, diante do desaparecimento de seus filhos e filhas, subverteram expectativas e papéis sociais para se converterem em Madres de luta. Nessa metamorfose, passaram por um renascimento pois, como relata Demetrio Iramain, «se sostenían en la convicción de saberse hijas de sus hijos» (Iramain, 2017, p. 44).

Esse renascimento ganhou um símbolo em outubro de 1977, na peregrinação a Luján. Feitos, inicialmente, com fraldas de pano que as mães guardavam como recordação de quando suas filhas e filhos eram bebês, foram os lenços brancos quem as identificou na multidão, distinguindo-as como grupo. Era um novo uso, um novo contexto, com novos significados que passaram a ser corporificados por aqueles objetos; assim, o lenço branco começou a entrar para a história.

Com os lenços em suas cabeças pelas ruas e na Plaza de Mayo, senhoras usando saias comportadas e sapatos escuros baixos eram o retrato da fragilidade. Não portavam armas, ferramentas pesadas ou qualquer outro objeto agressivo. Que perigo poderiam, então, representar para os milicos no poder? Possivelmente, foi por isso (e por ousarem exigir a

aparição de suas filhas e filhos com vida) que lhes chamaram de loucas, como costumam rotular a todas as mulheres que não cumprem o que lhes *mandam fazer*.

Mal sabiam que aquilo que identificavam como fragilidade viria a ser o escudo das Mães. Afinal, que caráter teria a pessoa capaz de aprovar um ato de violência cometido por um brutamonte contra uma mãe que lutava por seus filhos? Que tipo de pessoa avançaria sobre a fragilidade sem provocar comoção?

Quando os genocidas se deram conta da armadilha semiótica, as coisas haviam começado a tomar um novo rumo e o lenço branco já não estava apenas nas cabeças de algumas loucas. Primeiro como objeto, depois como simples desenho e, um pouco mais adiante, como uma marca propriamente dita, o lenço branco poderia estar em qualquer lugar. E, onde estivesse, corporificaria a presença das pessoas desaparecidas, a luta das mães e, em última instância, os direitos humanos. Como escreveu Rafael Cardoso:

As coisas mudam. As formas permanecem, mas seu sentido pode ser completamente transformado. Se quisermos entender os significados de uma forma qualquer, deveremos iniciar essa busca a meio caminho entre morfologia e metamorfoses, na falha significativa entre estrutura e mudança (Cardoso, 2012, p. 155).

Nessa falha significativa das coisas em transformação e das identidades em construção, atua o design. Ao mesmo tempo que deve compreender a história, as circunstâncias, as características, as expectativas e tudo o mais que envolve o projeto, o design gráfico deve tentar enxergar os futuros possíveis. Ou reconhecer possibilidades que nasceram pela evolução das coisas e ampliar seu alcance comunicacional, o que parece ser o caso do lenço branco das Madres de Plaza de Mayo quando foi transformado em marca.

Símbolo que é um amálgama da identidade criada entre mulheres que subverteram os papéis sociais que delas esperavam, o desaparecimento de suas filhas e filhos, a fragilidade com que eram vistas e o terror de Estado, o lenço branco é uma síntese do pensamento humanista, mesmo sem inicialmente ter sido concebido para isso.

Ele nasceu como elemento de identificação e afirmou-se como farol das Madres e de todas as pessoas que defendem os direitos humanos. E, desse ponto elevado, jamais deixará de lançar sua luz sobre as injustiças e de iluminar os bons caminhos.

Notas

1. United States Agency for International Development.
2. A Operação Condor foi iniciada durante o Primeiro Encontro Interamericano de Inteligência Nacional (realizado no Chile, em 26 de novembro de 1975), com representantes da inteligência militar do Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia e Chile.
3. Segundo a Real Academia Española, «Geopolíticamente, región de América del Sur que comprende Chile, la Argentina y Uruguay, y a veces el Paraguay». Consultado em <https://dle.rae.es/cono> no dia 23 de novembro de 2023. O Sul e o Sudeste do Brasil geralmente também são considerados parte do Cone Sul.

4. O número de mortos e desaparecidos foi estimado a partir dos relatos e avaliações, em especial o relatório *Nunca Más* –também conhecido como *Relatório Sabato*– emitido pela Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas (CONADEP), em 1984.
5. <https://peregrinacionlujan.org.ar/>
6. Romeu Sasaki registra que a expressão foi usada nos anos 80, na África do Sul, em artigo escrito por William Roland, como slogan de afirmação dos direitos das pessoas com deficiência.
7. Optou-se por manter todas as citações em espanhol na versão original.
8. A frase está presente no título de um artigo escrito por Carol Harnisch publicado em 1970 em *Notes from the Second Year: Women's Liberation*. Por outro lado, a feminista estadunidense Kate Millet desenvolveu amplamente a ideia em seu livro *Política Sexual* (1995), onde afirma que «el sexo es una categoría social impregnada de política» (Millet, 1995, p. 68).
9. Há fontes que creditam a Eva Castillo Obarrio a proposta: <https://www.elcivismo.com.ar/notas/29717/>.
10. Estamos falando de percepções sociais, que não impedem que as agressões às mulheres e os feminicídios se multipliquem no subcontinente.
11. Nem mesmo esse constrangimento moral impediu que a ditadura sequestrasse e assassinasse as mães Azucena Villaflor, María Ponce de Bianco y Esther Ballestrino de Careaga e mais nove pessoas, no episódio que ficou conhecido como «el secuestro de la Iglesia de la Santa Cruz»: <https://www.telam.com.ar/notas/201504/103334-madres-de-plaza-de-mayo-aniversario.html>
12. O autor grafa parte da frase em letras maiúsculas.
13. Assim Rafael Cardoso define o que é um artefato: «artefato é um objeto feito pela incidência da ação humana sobre a matéria-prima: em outras palavras, por meio da fabricação. Sua raiz etimológica está no latim *arte factus*, “feito com arte”; e ela está na origem do termo *artificial*, ou seja, tudo aquilo que não é natural» (Cardoso, 2012, p. 47).
14. A primeira marcha ocorreu no dia 30 de abril de 1977, um sábado. Porém, o dia que ficou consagrado para a realização semanal dos protestos das Madres foi a quinta-feira, à tarde. Em novembro de 2023, quando esse texto foi escrito, já haviam sido realizadas 2380 marchas. Para saber mais: <https://madres.org/>
15. Segundo Ana Luisa Escorel, Aloísio Magalhães (1927-1982) dividia os países em quatro tipos: velhos e pobres; novos e pobres; velhos e ricos; novos e ricos. Mesmo que essa classificação possa não abranger todas as realidades, ela possui um sentido prático muito útil para alguns exercícios. Para saber mais sobre Aloísio Magalhães, acesse <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10144/aloisio-magalhaes>
16. Seguindo o conceito de Umberto Eco.
17. Para saber mais: <https://www.instagram.com/nobrandargentina/>
18. Um seguidor de Milei quebrou a marteladas uma placa das Madres de Plaza de Mayo: <https://curtlink.com/ZHGv>

Referencias

- Batey, M. (2010). *O significado da marca*. Best Business.
- Bonsiepe, G. (2011). *Design, cultura e sociedade*. Blucher.
- Cardoso, R. (2012). *Design para um mundo complexo*. Cosac Naify.
- Danto, A. C. (2005). *El abuso de la belleza*. Paidós Ibérica.
- Eco, U. (1990). *Semiótica y filosofía del lenguaje*. Lumen.
- Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Lumen.
- Escorel, A. L. (2000). *O efeito multiplicador do design*. Senac.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP & A Editora.
- Harnisch, C. (1970). The personal is political. En *Notes from the second year: Women's Liberation* (pp. 76-77). New York: Radical Feminism.
- Iramain, D. (2017). *Una historia de las Madres de Plaza de Mayo*. EDULP.
- Millet, K. (1995). *Política sexual*. Ediciones Cátedra.
- Ribeiro, D. (2017). *O que é lugar de fala?* Letramento.
- Stecher, G. A., Berdichevsky, H. (2007). *Idarg: identidade argentina*. STF.
- Valladares, C. (2020). *La indumentaria como voz de protesta: los pañuelos verdes en la subversión del género, en el marco de la lucha por la legalización del aborto en Argentina* (tesis de maestría). Universidad de Palermo.

Abstract: In Argentina, during the 1970s, a group of women began to confront a dictatorship responsible for thousands of deaths and disappearances. Among the 30,000 victims of that violence were their daughters and sons, young activists from different political organizations who opposed the Military Junta that ruled the country.

Seen as weak and dismissed as a potential political force for being women, mothers, and mostly dedicated to domestic care, they managed to transform these supposed weaknesses into a tremendous political strength, creating one of the most important social movements in defense of human rights and democracy in Latin America: the Mothers of Plaza de Mayo. To do so, they added to their original identities another one, born as a reaction to the crimes of the dictatorship: fighters for life, for memory, and for justice for their daughters and sons.

As one of their first public acts, during the pilgrimage to Luján in October 1977, from the white cloth diapers they had kept as keepsakes of their children's early years, they created a symbol capable of embodying all the meanings of their struggle. The white headscarf, re-signified on their heads, ceased to be an ordinary object and began to fulfill several functions typical of graphic design projects, particularly those of identification, signage, and communication. Sometime later, the headscarf was synthesized into a graphic mark widely used throughout the more than 45 years of the Movement's existence and associated, in much of the world, with the defense of human rights.

The Mothers of Plaza de Mayo Movement has been and continues to be the subject of study in various fields of knowledge, but its symbol and its mark have not yet received attention within the field of design. The work proposed here aims to investigate and discuss,

even if only in an initial way, how the Mothers' subversion of the expectations imposed on their identities served as the basis for the construction of the white headscarf symbol and supported the concept present in the Movement's mark.

For this purpose, concepts linked to semiotics will be mobilized, with reference to Umberto Eco's ideas; the discussion of identity formation from Michel Foucault's perspective; and Arthur C. Danto's concept of embodied meanings, transported from the study of art to the field of design. On the other hand, the concept of "place of enunciation" by Brazilian philosopher Djamila Ribeiro will be mobilized to situate the author of this text—a white, heterosexual, cisgender, middle-aged, middle-class man—within this discussion, as part of his assertion that those who practice design, regardless of their identity, must design while respecting and promoting human rights, as well as actively supporting the causes of discriminated groups and individuals in contemporary society.

Keywords: White headscarf - Mothers of Plaza de Mayo - identity construction - design - human rights.

Resumen: En Argentina, en la década de 1970, un grupo de mujeres comenzó a enfrentar una dictadura responsable de miles de muertes y desapariciones. Entre las 30.000 víctimas de esa violencia estaban sus hijas e hijos, jóvenes militantes de distintas formaciones políticas que se oponían a la Junta Militar que gobernaba el país.

Vistas como débiles e ignoradas como una posible fuerza política por ser mujeres, madres y dedicarse mayoritariamente al cuidado del hogar, lograron transformar estas supuestas debilidades en una gigantesca fuerza política, constituyendo uno de los más importantes movimientos sociales en defensa de los derechos humanos y la democracia en América Latina, las Madres de Plaza de Mayo. Para ello, sumaron a sus identidades originales otra, que nació como reacción a los crímenes de la dictadura: luchadoras por la vida, por la memoria y por la justicia para sus hijas e hijos.

Como uno de sus primeros actos públicos, en la peregrinación a Luján en octubre de 1977, a partir de los pañales de tela blanca que guardaron como recuerdo de los primeros años de sus hijas e hijos, crearon un símbolo capaz de encarnar todos los significados de su lucha. El pañuelo blanco, resignificado en sus cabezas, dejó de ser un objeto común y pasó a cumplir varias funciones propias de los proyectos de diseño gráfico, especialmente de identificación, señalización y comunicación. Algún tiempo después, se sintetizó el pañuelo en una marca gráfica ampliamente utilizada en los más de 45 años de existencia del Movimiento y asociada, en la mayor parte del mundo, a la defensa de los derechos humanos. El Movimiento Madres de Plaza de Mayo fue y es objeto de estudio en diferentes áreas del conocimiento, pero su símbolo y su marca aún no han recibido atención dentro del campo del diseño. El trabajo aquí propuesto pretende investigar y discutir, aunque sea de forma inicial, cómo la subversión, por parte de las Madres, de lo que se esperaba de sus identidades sirvió de base para la construcción del símbolo del pañuelo blanco y apoyó el concepto presente en la marca del Movimiento.

Para ello, se movilizarán conceptos vinculados a la semiótica, con referencia a las ideas de Umberto Eco, la discusión sobre la formación de identidades desde la perspectiva de Michel Foucault y el concepto de significados encarnados de Arthur C. Danto, transportados

desde el estudio del arte al campo del diseño. Por otro lado, se movilizará el concepto de lugar de enunciación de la filósofa brasileña Djamila Ribeiro para ubicar al autor del texto -un hombre blanco, heterosexual, cisgénero, de mediana edad y clase media- dentro de esta discusión, como parte de su afirmación de que las personas que se dedican al diseño, independientemente de su identidad, necesitan diseñar respetando y promoviendo los derechos humanos, así como apoyando activamente las causas de los grupos y personas discriminadas en la sociedad contemporánea.

Palabras clave: Pañuelo blanco - Madres de Plaza de Mayo - construcción identitaria - diseño - derechos humanos.

[As traduções dos resumos foram supervisionadas pelo autor de cada artigo.]
