

DOAÇÃO  
DA AUTORA  
20/ABR/99

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

Dados Internacionais de Catalogação em Publicação (CIP)

Gruszyński, Ana Cláudia  
Design gráfico & mediação / Ana Cláudia Gruszyński -  
Porto Alegre, 1999.

Diss. (Mestrado em Comunicação Social) - PUCRS,  
1999.

# Design gráfico & mediação

Ana Cláudia Gruszyński

CDD 659.123

Prof. Dr. Flávio Vinicius Cauduro

*Orientador*

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Biblioteca Central João Otton de Almeida

Data da defesa: 30 de março 1999

Instituição depositária

Biblioteca Central João Otton

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, março de 1999

FBC

T  
659.125.6  
6892D

Handwritten notes and stamps on the right side of the page, including the name 'Cauduro' and various numbers and dates.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação ( CIP )**

G892d Gruszynski, Ana Cláudia  
Design gráfico & mediação / Ana Cláudia Gruszynski -  
Porto Alegre, 1999.  
130p.

Diss. (Mestrado em Comunicação Social) – PUCRS,  
FAMECOS.

1. Design Gráfico 2. Design Gráfico Moderno 3. Design  
Gráfico Pós-Moderno 4. Design Gráfico – História 5. Tipo-  
grafia I. Título

CDD 659.1323

686.22

**Bibliotecária Responsável:**

Débora Kraemer de Araujo  
CRB 10/1191

## AGRADECIMENTOS

Ao Flávio Vinícius Cauduro,

*pelas leituras, pelas sugestões, pelas valiosas inquietudes, pelas "duas de calafre"*

Ao Joaquim da Fonseca,

*por fazer do verbo "o designar que coisa eu sou"*

Ao Antônio, Gabriela e Victor,

*por sempre serem parte de tudo que eu faço*

À grande família,

*que participou ativamente de desenvolvimentos de grande  
de importância profissional e pessoal*

À Karla Müller e Vera Grazina,

*por serem amigas, colegas de trabalho e  
companheiras que sempre fazem o dia a dia mais feliz*

Para

*Alexandre e Cecy, meus pais  
por mais um passo dado juntos*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Flávio Vinicius Cauduro,

*pelo incentivo, pelas indicações, pelas conversas inquietas, pelos "anos de cultivo"*

Ao Joaquim da Fonseca,

*por haver descoberto "o designer que vivia em mim"*

Ao Antônio, Gabriela e Victor,

*por viverem comigo cada linha deste trabalho*

À grande família,

*que participou ativamente do desenvolvimento do trabalho,*

*do amadurecimento profissional e pessoal*

À Karla Müller e Vera Gerzon,

*por serem amigas, colegas de trabalho e*

*companheiras que sabem fazer o dia-a-dia mais feliz*

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
Objetivo	14
Justificativa	17
Metodologia	18
I - O DESIGN GRÁFICO	22
Tipografia	32
II - O DESIGN GRÁFICO MODERNO	41
Origem do design moderno	48
Bauhaus e institucionalização do design	59
A nova tipografia	66
O paradigma funcionalista	83
Legibilidade e transparência	
III - O DESIGN GRÁFICO PÓS-MODERNO	
Pós-modernidade	
Tipografia e midiatividade	
A teoria de desconstrução e o design	
A ilegibilidade "apropriada" e suas implicações	
Monumentos do design pós-moderno	
IV - CONSIDERAÇÕES FINAIS	
Apontamentos para um próximo futuro	
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	

*In graphic design,  
as in all creative expression,  
art evolves from craft.  
Just as there is no art without craft  
and no craft without rules,  
so too there is no art without fantasy,  
without ideas.  
A child's art is much fantasy  
but little craft.  
It is the fusion of the two  
that makes the difference.*

*Paul Rand*

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
Objetivo	14
Justificativa	17
Metodologia	18
<b>I - O DESIGN GRÁFICO</b>	<b>22</b>
Tipografia	32
<b>II - O DESIGN GRÁFICO MODERNO</b>	<b>41</b>
Origens do design moderno	48
<i>Bauhaus</i> : a institucionalização do design	59
A nova tipografia	66
O paradigma funcionalista	68
Legibilidade e transparência	70
<b>III - O DESIGN GRÁFICO PÓS-MODERNO</b>	<b>77</b>
Pós-modernidade	77
Tipografia e mediação	91
A teoria da desconstrução e o design	96
A ilegitimidade “apropriada à função”	106
Momentos do design pós-moderno	111
<b>IV- CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>116</b>
Apontamentos para um próximo trabalho	121
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>124</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. Design gráfico	13
2. Categorias do design gráfico	30
3. Fatores associados à legibilidade	38
4. Página de abertura de livro, 1844	49
5. Página do " <i>Book of Specimens</i> "	49
6. Páginas de livro: Morris e Beardsley	52
7. Página de livro: Beardsley	53
8. Manifesto e programa da <i>Bauhaus</i>	60
9. Cartaz de Herbert Bayer	61
10. Estudos para o <i>Alfabeto Universal</i>	63
11. Capas da revista <i>Skyline</i>	64
12. Página da revista <i>Design&amp;Interiores</i>	65
13. Anúncio da revista <i>Elle</i>	65
14. Peça gráfica de Tschichold, 1928	67
15. Peças gráficas de Bradbury Thompson	68
16. Páginas de revista desenvolvidas por David Carson	73
17. Detalhe de anúncio da Pepsi	107
18. Anúncio da Nike	108
19. Página de revista desenvolvida por David Carson	110
20. Peça gráfica de Tissi	111
21. Peças gráficas da <i>New Wave Typography</i>	112
22. Cartazes: Herbert Matter e Paula Scher	113
23. Capa da revista <i>Emigre</i>	114

## **INTRODUÇÃO**

As recentes inovações tecnológicas que permeiam o campo do design gráfico têm provocado uma série de transformações tanto nas rotinas de trabalho que envolvem a práxis profissional como nos diferentes produtos gráficos gerados pela atividade. Se, por um lado, o uso da tecnologia informática como auxiliar no desenvolvimento de objetos gráficos representou o grande desafio inicial da revolução introduzida na atividade pelo computador<sup>1</sup>, por outro, é o seu estabelecimento como uma nova mídia que impõe com maior intensidade uma redefinição da própria figura do profissional do design gráfico. No encontro entre o impresso e a multimídia, onde, de certo modo, o papel dá lugar à tela do computador, conceitos tradicionalmente abarcados pelo design gráfico são colocados em xeque. A introdução de novos elementos possibilita a reformulação de paradigmas anteriores e, no que se refere à prática profissional, abrem-se outras frentes de atuação.

Sob este aspecto, vale uma ressalva. Embora a expressão *design gráfico*, segundo Ellen Lupton, “possa também ser vista como uma categoria abrangendo qualquer forma de comunicação em que sinais são rabiscados, entalhados, desenhados, colados, projetados ou de alguma outra forma inscritos em superfícies”<sup>2</sup> (1996:12), será utilizada neste trabalho em um sentido mais estrito, como produção de objetos gráficos relacionados à indústria gráfica, ainda que não de modo exclusivo. Assim, ao mencionarmos o surgimento da multimídia relacionado ao design gráfico, vale salientar que tratamos de áreas de atuação distintas. O termo *web design*<sup>3</sup> refere-se à produção de peças multimídia, distanciando-se da atividade que é centro da reflexão aqui tecida.

O design gráfico sempre esteve associado à produção da escrita, como planejamento da disposição de marcas e espaços desta. Era um serviço intrínseco à impressão geralmente executado como parte integrante dos serviços dos impressores e com o objetivo de tornar mais agradáveis visualmente as peças gráficas por eles produzidas. Nos anos trinta, caracterizou-se tanto como um modo de ordenar informações complexas como de associar um estilo a produtos comerciais. Em torno dos anos cinqüenta, a profissão encaminha-se para o que é atualmente, fundada no propósito de dar forma gráfica a idéias e produtos nos vários gêneros de mídia impressa. (Heller&Drennan, 1997:27)

Jeremy Ansley (1987), em um manual editado na década de oitenta dirigido a alunos de design, relaciona a atividade sobretudo à noção de codificação de informações voltada à comunicação:

Jornalistas, escritores, ilustradores ou fotógrafos suprem a mídia com informações, enquanto que técnicos, engenheiros e impressores (ou tipógrafos) especializam-se nos modos mais efetivos de transmitir aquelas idéias. Em algum lugar, muito freqüentemente num estágio intermediário, há pessoas que são responsáveis por codificar informações e idéias, usando padrões, estilos e seqüências que [são] ao mesmo tempo convencionais o bastante para serem entendidas, mas também suficientemente novas para atraírem nossa atenção. É nesse estágio intermediário que o que chamamos de design gráfico acontece. (Ansley in Conway, 1987:134)

Heller & Drennan (1997), passados dez anos da edição daquele manual – e, portanto, já imersos na crise de paradigmas em que vive a área nos últimos anos – nos fornecem agora uma visão bem mais dinâmica da práxis do design gráfico:

Através da história, o design gráfico tem significado compor, esteticizar e estilizar componentes numa página, embalagem ou sinal para atrair a atenção visual e transmitir uma mensagem. O designer gráfico é um navegador que estrategicamente posiciona sinais, cores e essas coisas são marcos, elementos integrais na arquitetura de uma página. Lê-se naturalmente uma página seguindo estas hierarquias de organização até atingir-se um destino ou se as usa como referência para ir para trás ou para frente de uma página a outra. (Heller&Drennan, 1997:27)

Os autores acima citados nos levam a encarar o design através do tempos não como codificação de mensagens (que pode dar a impressão de que exista uma única forma correta de fazer isso), mas evidenciando o aspecto da composição. O termo *navegador* identificando o profissional remete ao ato de transitar em redes ou sistemas multimídia, e sua apresentação como um articulador de elementos sinalizadores para o leitor de uma página evoca a idéia de caminhos possíveis de serem seguidos, sugeridos pelo *layout*. O uso que o leitor (receptor) faz destas indicações, contudo, não segue a idéia de decodificação apenas, mas se abre para interpretação.

Philip Meggs (1983) em *A history of graphic design* trata a invenção da escrita, a comunicação gráfica do antigo Egito e da Ásia, o surgimento do alfabeto e, por fim, os manuscritos medievais, como prólogos a esta atividade. Somente durante o Renascimento, com a invenção dos tipos móveis e da imprensa, ela começa a delinear-se como um campo de atuação que requer conhecimentos particulares<sup>4</sup>. Meggs reconhece cinco momentos fundamentais na história do design gráfico: o primeiro, citado acima, diz respeito a culturas e tecnologias que assentaram as bases para o seu surgimento, ligadas à escrita. O segundo, denominado *Renascença Gráfica* abrange as origens da tipografia europeia e o design voltado à impressão. A seguir, a Revolução Industrial traz um novo impacto tecnológico à comunicação visual: no século XIX surge a fotografia, articulam-se movimentos como o *Artes & Ofícios* e *Art Nouveau*, entre outros.

O quarto período abrange a primeira metade do século vinte, denominada *Era modernista*. A *Baubaus* e a *Nova Tipografia* são expoentes deste período. Por fim, temos a *Era da informação*, onde o autor apresenta o design inserido na aldeia global. São significativos aqui o *Estilo Tipográfico Internacional* (*International Style*), trabalhos desenvolvidos pela *Escola de Nova Iorque* e os sistemas de identidade corporativa. *Diálogo Global*, último item assinalado por Meggs nesta fase, evoca em um dado momento o termo pós-modernismo que começa a ser utilizado por volta da década de setenta referindo-se à quebra dos paradigmas estabelecidos pelo *Estilo Internacional*.

Valendo-se, pois, do momento de transformações significativas no âmbito do design gráfico impulsionadas sobretudo pelas novas tecnologias

informáticas – como mencionamos anteriormente – o presente trabalho resgata a questão da mediação dessa prática no campo da comunicação, procurando refletir sobre seu papel e importância neste novo contexto. Como assinalam Heller & Drennan:

Quando parecia que o design gráfico tinha sido reconhecido como uma profissão de vanguarda, os ventos do progresso sopraram os designers gráficos de volta para as sombras culturais. Na última década pareceu que o interesse popular em design, especialmente em fontes, (...) assinalou uma era para o design gráfico como uma força cultural. (...) A tecnologia digital prometeu uma nova consciência do (de fato um novo papel para o) design gráfico. À luz de avanços críticos na nova mídia, entretanto, os novos tempos tornaram-se um período de realinhamento e reajustamento. (...) Métodos tradicionais serão viáveis, ou novas tecnologias e mídia mudarão a definição e os padrões do design gráfico? E, o mais importante, em que medida o design da multimídia funcionará como um adjunto ao design gráfico ou vice-versa? (Heller&Drennan, 1997:9)

Interessa-nos primordialmente, com esta reflexão, resgatar aspectos relativos ao design gráfico que estão sendo alterados em função do contexto que ora se estabelece, sobretudo no que refere-se à mediação – codificação, navegação, inovação, e/ou outros enfoques que possam vir a ser sugeridos.

Para tanto, tomaremos a tipografia<sup>5</sup> como ponto de vista para discussão. Tal opção pareceu-nos pertinente ao tema, uma vez que, se de um lado, ela imbrica-se com o design desde o seu surgimento, de outro é justamente no seu âmbito que podemos observar as mudanças radicais que estão ocorrendo nos últimos anos. Além disso, ao adotar tal enfoque, é possível ilustrar algumas das discussões teóricas que estão se travando a respeito, com objetos gráficos que as exemplificam.

Já foi dito antes e deveria ser dito de novo: a tipografia é a infra-estrutura do design gráfico, a própria base da comunicação visual. Um pôster que comunica sem palavras é uma raridade. Toda propaganda, todo design de informação depende de palavras. E naqueles casos em que símbolos ou pictogramas quebraram a barreira da linguagem, eles dependeram de palavras para uma explicação inicial. Sinais de trânsito, por exemplo, dependem de pictogramas – mas nós temos de aprender primeiro o que eles significam, e aprendemos pelo uso de palavras. (Henrion, 1986:xv)

A afirmação de Henrion, ao reiterar a importância da tipografia como elemento fundamental do design gráfico (fig. 1) e a associação da atividade em foco como sua dependente, permite-nos traçar algumas considerações iniciais sobre tipografia.



A atividade de criar tipos e organizá-los com arte no espaço alia-se tanto à articulação de uma linguagem formal como ao manejo de forças culturais e estéticas. Sob o primeiro aspecto temos seu lado mais conservador, vinculado à existência de um sistema simbólico de signos verbais regido por uma série de convenções sociais e culturais genéricas. Do ponto de vista icônico/indicial, por outro lado, temos sua face mais maleável e passível de ser trabalhada segundo preferências subjetivas e levando em conta adaptações ao contexto. Na tipografia há, então, a sobreposição entre signos verbais e visuais<sup>6</sup>. Justamente essa duplicidade justifica sua escolha como perspectiva de análise pertinente à questão central do presente trabalho: o caráter de mediação do design gráfico, que parece-nos também refletir semelhante dualidade.

## Objetivo

Este trabalho, como já foi dito, propõe-se refletir sobre o design gráfico procurando evidenciar o caráter mediador<sup>7</sup> desta área de atuação profissional no processo de comunicação. A discussão que se estabelece identifica em seus extremos: mediação *invisível*<sup>8</sup> ou transparente vs. co-autoria da mensagem em seus elementos visuais. Tal reflexão dá-se em torno da tipografia que, conforme visto anteriormente, é um campo de atuação altamente relevante ao âmbito da prática em questão.

Tradicionalmente a atividade do design tem sido vista pela sociedade como um serviço “artístico” prestado a clientes de diferentes áreas – comércio, indústria, editoras, instituições culturais, etc. – e, portanto, não pode ser considerada uma prática desvinculada de outros interesses. Além disso, associa-se ao compromisso de comunicar, visa obter determinadas respostas e efeitos do público a que se dirige. Entretanto, ao buscar certas reações de sua audiência, o designer tem a possibilidade de usar diferentes recursos e estratégias, transitando por uma infinidade de possibilidades de articulação das mensagens em seus aspectos visuais.

Nossa experiência, enquanto profissional, possibilitou o convívio praticamente cotidiano com essa dualidade. De um lado, a palavra e/ou necessidade do cliente; de outro, o desafio de encontrar uma forma singular de expressá-la. Mas qual o grau de autonomia para se criar e desenvolver um layout? Em que medida a configuração escolhida *interfere* na interpretação da *palavra do autor*? Isto é conveniente ou não neste caso específico? Enfim, uma série de questionamentos surge no momento de desenvolver um projeto. E é no exame dos vários elementos envolvidos no processo de design – cliente, intenção comunicativa, público-alvo,

recursos disponíveis etc. – que é possível avaliar qual a posição mais adequada a ser tomada.

Tais decisões são influenciadas também por várias normas e regras que se constituíram junto com o estabelecimento da profissão e que são aprendidas tanto nas instituições de ensino como nas empresas ligadas ao design. No que diz respeito à tipografia, por exemplo, até recentemente tinha-se como consenso a idéia de que sua função seria a de registrar e transmitir idéias, sendo, portanto, somente um instrumento que possibilitaria a difusão de informações sob forma escrita e em grande escala. Também escolas como a *Bauhaus*, que evidenciava a racionalidade, ordem e simplicidade; ou a chamada *Escola Suíça* que a ela sucedeu estabelecendo o *Estilo Internacional*, baseado em arranjos gráficos sustentados por um rígido sistema de diagrama (*grid system*)<sup>9</sup> e formas minimalistas, identificam orientações que ainda hoje regem muitos praticantes do design<sup>10</sup>.

Os trabalhos contemporâneos, contudo, se têm caracterizado sobretudo pelo questionamento daqueles modelos de legibilidade e pela exploração de novas relações entre história e *avant garde*.<sup>11</sup> O comentário de Véronique Vienne acerca do tema, coloca em relevo a presença de um acirramento da relação cliente/autor e designer:

Os autores não são mais figuras de autoridade. Diretores de arte e designers de tipos, mantidos por muitos anos numa posição subordinada, tomaram conta e reivindicaram a autoria da página. A revolução eletrônica deu-lhes vantagem. A vitória deixa o resto de nós a examinar o naufrágio visual – manchetes emaranhadas, letras borradas, citações flutuantes e imagens aflitas – incapazes de descobrir do que trata um artigo. Em algum lugar no inchado mar de informações digitalizadas, a

intenção original do autor emborcou. Este meio ilegível é a nova mensagem – à deriva numa garrafa. (Vienne, 1997:9)

A computação gráfica aumentou as possibilidades de manipulação das formas e recursos gráficos, centralizando nas mãos do designer gráfico uma série de decisões que lhe asseguram uma maior autonomia no desempenho de suas funções. Isto se dá – como desenvolveremos no decorrer do presente trabalho – em um contexto associado à introdução das teorias pós-estruturalistas no âmbito da atividade. Tais teorias e os objetos gráficos gerados sob sua inspiração (muitos de modo intencional e consciente, outros tantos impulsionados pelo contato com a produção de diferentes profissionais) têm sido caracterizados como design pós-moderno.

Nossa hipótese é que, impulsionada e potencializada através dos novos recursos técnicos disponíveis, o design gráfico revisa sua identidade, com o intuito de estabelecer novos paradigmas que se alinhem ao contexto que ora se estabelece. Se, de um lado, durante anos pensou-se a atividade vinculada à neutralidade, sobretudo no que se refere ao manejo da tipografia, de outro, os diferentes layouts contemporâneos reivindicam sua intervenção e contribuição ativa para a produção do sentido nas mensagens.

A práxis do design gráfico, portanto, revela um duplo caráter: o de mediação de um texto verbal, de signos lingüísticos – associado à noção de transparência; e o de co-autoria, uma vez que as opções gráficas estabelecidas pela atividade trazem um sentido próprio que influi sobre o leitor. O design gráfico trabalha justamente na conjunção dos signos gráficos e lingüísticos.

Neste trabalho procuramos articular as tendências introduzidas pelo pós-modernismo e a influência da computação no design gráfico, tendo em vista o reposicionamento da atividade no contexto atual. Com isso, esperamos contribuir para a melhor compreensão do período que estamos vivendo, tanto no meio acadêmico como no profissional.

Desde já cabe discutir o viés significativo da expressão *práxis do design gráfico*. Não vamos sair a campo para perguntar aos profissionais da área como se dá seu trabalho, sua formação, tampouco as exigências do mercado ou dos clientes – nossa concentração não está na análise de casos. Embora os elementos mencionados possam contribuir para a reflexão central, nosso interesse de fato é a difícil formulação de um conceito para o design gráfico, contrapondo-se os paradigmas moderno e pós-moderno. Ao referir-nos à *práxis do design gráfico*, temos em mente o problema de que perdemos a segurança e a ordem modernas. Vivemos atualmente sem a certeza de que as definições ortodoxas da *Bauhaus* ou do *Estilo Internacional* traduzem verdades intocáveis. Por outro lado, temos como compensação a possibilidade de experimentar, rompendo com padrões pretensamente universais.

### **Justificativa**

Os paradigmas que orientaram a *práxis do design gráfico* até o início da década de oitenta estão sendo questionados em função das amplas transformações introduzidas pelo uso da computação gráfica no desenvolvimento de projetos gráficos. Impõe-se agora a necessidade de inventariar, organizar e refletir sobre estas mudanças, de maneira a sistematizar o conhecimento que está sendo produzido. Na

medida em que isso é feito, é possível estabelecer reflexões que permitam realimentar a própria prática profissional, bem como reavaliar elementos relativos ao ensino do design gráfico.

Outro aspecto relevante diz respeito à possibilidade de trazer informações e reflexões que estão circulando em bibliografia acadêmica de língua inglesa para o círculo dos designers e comunicadores brasileiros. Uma vez que o design brasileiro se ressentia da falta de publicações<sup>11</sup> traduzidas para a língua portuguesa e, sobretudo, de escritos produzidos por autores brasileiros, parece-nos relevante colocar à disposição do nosso meio local elementos para discussão que estão sendo polemizados em nível nacional e internacional, mas que aqui são pouco conhecidos ou debatidos. Isso permitirá também que tenhamos nossa própria perspectiva a respeito da inserção do design gráfico no pós-modernismo. Projetos e produtos culturais poderão, assim, ser observados tanto a partir de um contexto mais amplo (global) como considerados dentro de uma perspectiva mais específica (local).

## **Metodologia**

A reflexão que estamos tecendo caracteriza-se por ser uma abordagem qualitativa, já que se pretende descrever, compreender e interpretar a evolução da concepção do design gráfico por meio da análise crítica de autores sobre o tema e da observação de peças gráficas. Tal opção pareceu-nos adequada ao objetivo que nos propomos levando em conta também que nossa condição de pesquisador leva em conta uma experiência pessoal/profissional de envolvimento com o assunto e suposições referentes aos aspectos apresentados acima. Elas foram geradas a partir

daquela prática e reiteradas pela leitura de autores como Ellen Lupton, J. Abott Miller, Tibor Kalman, Véronique Vienne, Steven Heller e Daniel Drennan, entre outros. O desenvolvimento do trabalho apoia-se no resgate crítico da produção teórica e do conhecimento já produzido sobre a problemática em questão com o objetivo de fundamentar e estabelecer os elementos sobre os quais desenvolve-se a reflexão sobre o assunto.

Os procedimentos metodológicos envolvem, também, a coleta de exemplos de peças gráficas buscando clarificar e/ou complementar os pontos que estão sendo debatidos com base no referencial teórico. O critério utilizado na sua seleção é basicamente sua pertinência ao aspecto que está sendo focado. Uma vez que as questões tratadas são amplas, sobre a natureza do design e não sobre um problema local, utilizamos peças de origem e de nacionalidades diversas como exemplo de questões abordadas. Isso, entretanto, não impede que sejam apresentados alguns objetos gráficos locais. Utilizaremos sempre peças gráficas de suporte impresso. A restrição é útil na medida que a alteração de suporte implicaria na introdução de categorias de análise ligadas ao vídeo, ao cinema, etc., que fogem ao âmbito desta pesquisa. Nossa prioridade é ilustrar alguns dos argumentos tecidos ao longo do texto, sem pretensão de análise de um gênero (cartaz, folder, anúncio, etc.) em particular. Cabe ainda destacar que eles serão reproduzidos no corpo geralmente em preto-e-branco sempre que isso não comprometer a eficácia da argumentação ou quando uso de cor não for aspecto essencial do exemplo.

Este estudo não tem a pretensão de intervir diretamente na realidade. Com isso, não nos preocupamos em analisar extensamente exemplos comprobatórios

nem organizamos uma seção autônoma para isso. Nossa pesquisa é uma análise bibliográfica, em que se discute o conceito de design gráfico em relação às noções moderna e pós-moderna. Peças gráficas são reproduzidas ao longo do trabalho apenas como suporte à argumentação desenvolvida, tendo simples caráter ilustrativo.

## NOTAS

<sup>1</sup> A fotocomposição já utilizava o computador. Referimo-nos aqui ao *desktop publishing* (DTP), denominado atualmente de editoração eletrônica, que se deu a partir de 1984 com o surgimento do microcomputador Macintosh da Apple e dos programas gráficos voltados à ilustração, diagramação, e tratamento de imagens.

<sup>2</sup> Todos os textos originalmente em inglês foram traduzidos pela autora do presente trabalho conforme recomendação do Curso de Mestrado em Comunicação Social, FAMECOS, PUCRS.

<sup>3</sup> Embora esteja havendo uma redefinição em torno das funções exercidas por um designer gráfico e um *web designer* – devido sobretudo a grande *migração* ocorrida por profissionais ligados às artes gráficas que passaram a atuar com multimídia, ou mesmo que atuam em ambas funções –, as rotinas e atividades ligadas à mídia impressa e à multimídia são distintas e, embora coincidam em vários aspectos, requerem conhecimentos e habilidades específicas. Cf. Heller, Steven & Drennan, Daniel, *The digital designer*.

<sup>4</sup> Segundo Lupton&Miller (1996), no início do século vinte o design gráfico emerge institucionalmente associado ao movimento de arte moderna. Contudo, se solidifica como uma profissão somente nos últimos cinquenta anos. Sua base teórica vem de escritos e movimentos de *avant-garde* como o *Construtivismo*, *De Stijl* e *Baubaus*. (Lupton&Miller, 1996:62)

<sup>5</sup> Por ora, cabe dizer que utilizaremos o termo tipografia no presente trabalho entendendo tanto o design *de* tipos como o design *com* tipos. Não nos referimos ao sistema de impressão tipográfico. No decorrer da reflexão, o tema será desenvolvido de forma mais ampla.

<sup>6</sup> Cf. CAUDURO, Flávio V. Design gráfico: duas concepções. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 9 (dez. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

<sup>7</sup> O termo mediação pressupõe a relação entre partes. O designer atua como articulador visual de mensagens que são concebidas preliminarmente por autores – escritores, jornalistas, redatores, etc. ou eventualmente por ele próprio – e dirigidas a leitores, conforme o público-alvo a que a peça gráfica se destina.

<sup>8</sup> A utilização dos termos *invisível* ou *transparente* aplicados ao design gráfico associam-se à expressão *the crystal goblet* – cálice de cristal –, que tem sua origem na idéia de que a tipografia deve ser transparente, ou seja, servir como um elemento que contém um determinado conteúdo sem nele interferir, deixando-o transparecer em toda a sua completude. "Você tem dois cálices diante de você. Um é de ouro maciço, forjado nos padrões mais requintados. O outro é de vidro claro como o cristal, fino como uma bolha, e tão transparente quanto uma (...) [Um] amante das vindimas finas (...) escolherá o de cristal, porque tudo a respeito dele é calculado para revelar mais do que esconder a coisa bela que ele foi feito para conter (...) as virtudes do perfeito cálice de vinho também têm um

paralelo na tipografia." (Beatrice Warde, *The crystal globe*, 1932 apud Lupton&Miller, 1994). O texto de Beatrice Warde é ponto de discussão também no texto *Invisible designers* publicado na Print de novembro/dezembro de 1998. Roy R. Behrens, questiona a importância – razão da existência – da profissão *designer* e, reunindo alguns depoimentos de profissionais e não-profissionais, afirma não ter uma resposta. Fazendo um contraponto com as afirmações de Warde sobre a *invisibilidade* do design gráfico, sugere – de modo irônico – que a melhor solução é ser *invisível*: "ostentação vulgar é tão fácil como disciplina" (Warde, 1932 apud Behrens, 1998). Podemos observar, portanto, que esse tema é ponto de discussão recorrente no âmbito do design gráfico.

<sup>9</sup> Padrão de linhas e coordenadas que o designer usa como guia para o desenvolvimento do layout. Cf. Hulburt, Allen. *The grid*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1978.

<sup>10</sup> Cf. Carter, Robert. *Experimental Typography: working with computer graphics*. New York: Watson Guptill Publications, 1997.

<sup>11</sup> Exceção seja feita a Editora 2AB do Rio de Janeiro que tem se dedicado a livros especializados em design contendo textos reflexivos que abordam discussões contemporâneas nacionais e internacionais sobre o assunto.

Lupton & Miller, 2004) e outros argumentos desenvolvidos por Michel Foucault em *A arqueologia do saber*, que levaram ao debate desta obra levando em consideração que "uma disciplina é um conjunto de objetos, práticas e informações que define um campo de conhecimento" (Lupton & Miller, 2004). Levando-se em conta a ideia de Michel Foucault a respeito de uma disciplina, podemos afirmar que "o conhecimento disciplinar de uma disciplina não é um tipo de saber, mas um procedimento de saber, isto é, pela maneira de um sistema de relações de poder que organiza os saberes, investindo-os e organizando-os" (Foucault, 1979).

**I - O DESIGN GRÁFICO**

*A maioria dos trabalhos sobre design se inicia pela conceituação da profissão. Talvez esse tipo de ocorrência não se dê em outras áreas, mesmo mais novas, como a informática e o marketing. Acreditamos que esta recorrência advinha do fato de que cada autor precise, de início, explicitar a sua concepção da profissão e descrever os compromissos que estão implícitos na sua prática profissional.*

Lucy Niemeyer

A práxis do design gráfico – e sua metamorfose ao longo da história – agregou ao redor de si uma série de objetos, práticas e informações que permitiram sua definição como um campo de conhecimento específico. O design gráfico é uma atividade que envolve o social, a técnica e também *significações*. Consiste em um processo de articulação de signos visuais que tem como objetivo produzir uma mensagem – levando em conta seus aspectos informativos, estéticos e persuasivos (Doblin, 1980) – fazendo uso de uma série de procedimentos e ferramentas.

Lupton & Miller, ancorados nos argumentos desenvolvidos por Michel Foucault em *A arqueologia do saber*, questionam os limites desta área levando em consideração que “uma disciplina é um conjunto de objetos, práticas e informações que define um campo do conhecimento” (Lupton&Miller, 1996:66). Baseando-se nas idéias de Michel Foucault a respeito do tema, eles evidenciam que “o conhecimento cumulativo de uma disciplina não é um livro enorme, gradual e continuamente escrito, mas, pelo contrário, é um sistema de dispersão.” Na seqüência do ensaio, os autores apresentam a suposição de Foucault de que a unificação de uma disciplina não se dá pelo seu objeto, mas talvez pelo seu sujeito.

O design moderno emergiu em resposta à Revolução Industrial, quando artistas e artesãos com mentalidade reformista tentaram conferir uma sensibilidade crítica à feitura de objetos e a mídia. O design tomou forma como uma crítica à indústria, ganhou entretanto seu status maduro e legítimo ao tornar-se um agente da produção em máquina e do consumo em massa. Hoje, os ramos eletrônicos da Idade da Máquina ameaçam dissolver a autoridade do design como seqüência definida de objetos e sujeitos. O design está disperso através de uma rede de tecnologias, instituições e serviços que definem a disciplina e seus limites. (Lupton&Miller, 1996:67).

Concentrando nossa atenção no processo do design, verificamos que ele envolve uma série de escolhas e decisões tendo em vista a alteração de uma situação existente para outra mais desejável. A produção de uma mensagem, portanto, está sempre visando otimizar a intenção comunicativa, seja nos aspectos estéticos, persuasivos ou informativos (Doblin, 1980). Vejamos um modelo do processo de design como este proposto por Thiel (1981):

1. Identificação do problema e dos seus limites contextuais;
2. Especificação dos objetivos e dos critérios para uma solução aceitável;

3. Hipótese ou invenção de possíveis soluções alternativas;
4. Simulação ou produção de uma representação testável da solução proposta
5. Teste ou aplicação dos critérios de aceitação à simulação da solução proposta por uma pessoa apropriada.

Essas operações são executadas nessa ordem... Falhas no teste inauguram o laço de realimentação [feedback], conduzindo a re-hipotetização e à geração de uma solução alternativa, (...) Quando todas as possíveis soluções aceitáveis tenham sido geradas, o processo continua com as fases de implementação e operação:

6. Comparação e ordenação valorada das soluções aceitáveis;
7. Implementação da solução alternativa mais adequada;
8. Avaliação da alternativa implementada, em condições reais de uso.

(Thiel, 1981 apud Cauduro, 1996).

Embora úteis para fins de análise, estes passos apresentam etapas demasiadamente lineares e, de certo modo isoladas, o que não caracteriza adequadamente o trabalho cotidiano desenvolvido pelo designer.

A articulação de uma mensagem visual tem como ponto de partida um problema, um contexto, objetivos e critérios que visam a sua solução. No entanto, o entendimento entre os envolvidos no processo (habitualmente designer, cliente e redator) geralmente não se dá de modo linear, segundo um *briefing* sistemático e metódico. Ainda que este último exista e sirva como orientação, outros elementos não intencionalmente expressos contribuem para isto. Gestos, modo de vestir, imprevistos, novos dados, erros de interpretação, etc., enfim, *as entrelinhas*, participam da construção de um hipertexto que vai além do texto linear “oficialmente” seguido em um plano de comunicação.

No momento, então, em que o designer inicia as fases de invenção e simulação – se é que durante a conversa com os outros envolvidos no processo ele já não fez alguma conexão que o conduzisse neste sentido – ele percorre redes

associativas internas, subjetivas, selecionando informações diversas em seu *próprio contexto* segundo *nós* ativados associativamente. Sua atividade prossegue alternando permanentemente estas escalas: em um nível, o que ocorre no cérebro/mente do indivíduo, onde informações novas trazidas através de *inputs* de diferentes naturezas associam-se a seu *contexto pessoal*, conduzindo-o através de uma rede em permanente metamorfose. Em outro, o jogo da comunicação interpessoal, onde o contexto compartilhado também está em contínuo movimento, redefinindo a cada instante a rede de *significação social*.

Estamos habituados, na maioria das vezes, a tecer reflexões teóricas de modo cartesiano e, a exemplo de Ferdinand de Saussure, pensamos em objetos e estruturas homogêneas. No caso do design, lidamos com um processo híbrido, que se compõe de elementos de natureza heterogênea – lingüísticos e visuais, como já mencionamos anteriormente.

Contudo, quando pesquisamos a respeito da história do design gráfico, enfrentamos basicamente duas situações: a primeira é que, na imensa maioria dos livros, ela não se encontra escrita, mas reunida em uma série de reproduções de trabalhos. A segunda é que o historiador, ao selecionar e classificar as várias peças, ao reuni-las em um grupo ou escola, termina por impor uma visão sobre o passado que sugere a idéia de homogeneidade.

Kalman, Miller & Jacobs afirmam:

A história do design constrói uma lente através da qual eles vêem o design — e nós vemos o design. Esta lente é seletiva: ela aproxima um objeto e bloqueia nossa visão periférica. O que vemos é um estreito segmento da história do design: um período, uma classe de designers dentro daquele período. O que não vemos é o

contexto, ambos dentro da profissão do design e dentro da história social. (Kalman, Miller&Jacobs, 1994:26)

Sob este ponto de vista, a história do design apresentada por Philip Meggs em seu *A history of graphic design* – livro amplamente utilizado como referência sobre o assunto – estabelece uma série de molduras que refletem apenas parte do vasto universo do design. Os autores acima citados reivindicam um foco sobre a atividade que não trate apenas das suas qualidades formais e artísticas, mas também do seu papel como um meio.

O design gráfico não é tão rarefeito nem tão especial. Não é uma profissão, é um meio. É um modo de tratamento, um meio de comunicação. É usado através da cultura em vários níveis de complexidade e com vários graus de sucesso. É isso o que é importante sobre o design gráfico. É isso o que o torna interessante. E ele está em atividade em todo lugar onde há palavras e imagens. (Kalman, Miller&Jacobs, 1994:27)

Ao evocar a noção de design como um meio, é possível resgatar a sua relação com a audiência e, assim, retomar o contexto como parte fundamental desta história. A aparência visual de uma determinada peça não representa apenas um estilo estético, mas também fala da sua época através de aspectos indiciais, isto é, da cultura, dos meios de sua produção, e da sociedade na qual se insere. Com isso quer-se chamar a atenção não somente para a importância de avaliar os trabalhos de um determinado período segundo as possibilidades significantes sugeridas pelo contexto que o envolveu, como também considerar a reutilização de elementos (ou estilos) de design *do passado* em layouts contemporâneos. Ambos pontos merecem reflexão quando se pretende interpretar os possíveis significados conotados de uma determinada composição.

Com tal ressalva, reiteramos a importância de considerar o design gráfico não apenas como uma função vinculada à estética, mas também como uma atividade que lida fundamentalmente com a informação<sup>1</sup>. Ao colocarmos em relevo justamente este elemento, potencializamos a visão do design como uma atividade, um processo de fazer e comunicar signos híbridos, e não somente o de produzir um conjunto de vestes gráficas de um determinado estilo para signos lingüísticos ou de simples dimensionamento de ilustrações:

Como processo ativo, o design gráfico envolve forjar relações entre imagens e textos ao cortar e colar, aumentar e reduzir, dispor em camadas e enquadrar, comparar e isolar. Os designers usam lápis, câmaras, tesouras e *scanners* para gerar novas imagens e formatos de letras ou para juntar elementos já prontos. Desde a ascensão dos meios de massa na metade do século dezenove, as tecnologias de artes gráficas têm promovido a manipulação e colagem de materiais existentes. Nunca a habilidade de misturar elementos díspares foi maior do que nos últimos quinze anos. [O uso da] imagem digital, programas de layout de página, *softwares* de design de tipos e tecnologias de produção de vídeo deram aos designers novas formas de encontrar, criar, manipular e disseminar imagens e informações. (Lupton, 1996:11)

Segundo Lupton, desde o século XIX, o design define-se (em função das novas tecnologias) como “manipulação e colagem de materiais existentes”. Nessa perspectiva, ela enfatiza a capacidade do designer em construir um conjunto pelo uso de elementos heterogêneos. Talvez seja possível dizer, então, que no modernismo o sujeito impôs um princípio orgânico de união das partes, homogeneizando sua mensagem. No pós-modernismo, ao contrário, o designer ressalta o caráter díspare dos materiais heterogêneos em que a totalidade não é orgânica, mas composta de fragmentos de natureza diversa e complexa.

Outro enfoque sobre a atividade nos é dada pelo pesquisador brasileiro André Villas-Boas em seu livro *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Nele, a disciplina é delimitada segundo quatro aspectos básicos: formais, funcionais-objetivos (ou simplesmente funcionais), metodológicos e, finalmente, funcionais-subjetivos (ou simbólicos) (Villas-Boas, 1998:8). Para o autor, um objeto só é fruto de design gráfico se atende a esses quatro requisitos.

Sua argumentação em torno de sua definição enquanto disciplina baseia-se também no documento do simpósio de 1993 do *International Council Design Associations (ICOGRADA)* sobre o ensino da disciplina na América Latina, o que demonstra sua preocupação com traços particulares da práxis na citada região.

Sob o ponto de vista formal, o design gráfico agrega elementos estético-formais ordenados segundo um projeto com o objetivo de ser reproduzido. No aspecto funcional-objetivo, são projetos gráficos que buscam “comunicar através de elementos visuais (textos ou não) uma dada mensagem para persuadir o observador, guiar sua leitura ou vender um produto” (Villas-Boas, 1998:13).<sup>2</sup>

Ao tratar dos elementos metodológicos, Villas-Boas afirma a necessidade expressa da presença do trinômio problematização, concepção e especificação – metodologia projetual. Não descarta, contudo, a existência e importância dos elementos de causalidade no design gráfico. Reitera o autor que: “Para que uma peça seja de design gráfico, ela necessariamente tem de obedecer à metodologia que é a própria razão de ser do design. Ou seja: ela tem de ser projetada de alguma forma” (Villas-Boas, 1998: 20-21).

Os aspectos funcionais-subjetivos, também denominados simbólicos, enfocam a função subjetiva de uma peça gráfica junto ao usuário. Para Villas-Boas:

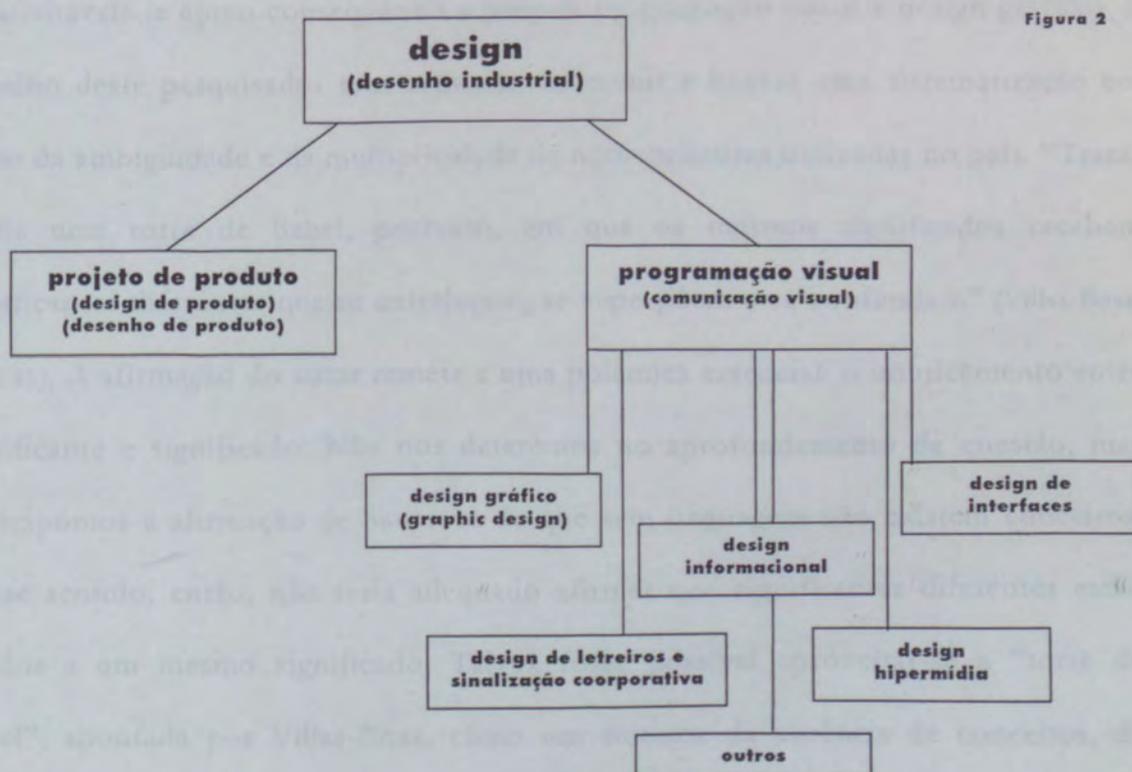
O design gráfico está diretamente ligado ao estabelecimento do valor de troca, ainda que pela via simbólica. Esta função subjetiva acompanha tanto os objetos de design gráfico que visam vender uma mercadoria quanto aqueles que buscam persuadir ou guiar a fruição do material pelo usuário, ainda que pareça mais clara no primeiro caso. (...) O design gráfico, enquanto tal, necessariamente tem como função – transcrever a mensagem a ser transmitida – seja de qual enfoque for – para o código simbólico estabelecido sob pena de não efetivar-se enquanto prática comunicacional. (Villas-Boas, 1998: 26-27)

Relacionada sobretudo às abordagens metodológicas e simbólicas, está associada a questão da carência de uma denotação específica que o termo design indica no Brasil não caracterizando profissão ou conceito particular. Este problema é apontado por Lucy Niemeyer em *Design no Brasil: origens e instalação*. A palavra tem sido usada freqüentemente para identificar atividades formais ou gráficas que carecem de um trabalho conceitual e originado de um projeto. “Em publicidade de um salão de cabeleireiros, o profissional é referido como *hair designer*, o que não é cabível nem mesmo na língua inglesa” (Niemeyer, 1997:27).

Essa discussão, por sua vez, está ligada diretamente à variedade de denominações associadas aos profissionais que desenvolvem projetos de produto e de comunicação visual; bem como à confusão de terminologia das habilitações de cursos da área. Niemeyer cita, por exemplo: “designer, desenhista industrial, designer industrial, designer de produtos, comunicador visual, programador visual, designer gráfico” (Niemeyer, 1997:25-26). Para a pesquisa desenvolvida na publicação citada, é suficiente o uso dos termos aprovados no V Encontro Nacional dos Desenhistas

Industriais (ENDI, 1988): design (a profissão), designer (o profissional) e especializações como o design gráfico, para mencionar alguma.

Villas-Boas, por sua vez, parte desta terminologia, mas opta por utilizar-se também da nomenclatura do Ministério da Educação dos cursos de nível superior do Brasil. No esquema abaixo (fig. 2) – baseado naquele do autor<sup>3</sup> e acrescido de elementos apresentados em seu próprio texto – podemos visualizar as categorias por ele estabelecidas:



De acordo com esta proposta, o design gráfico é uma sub-área da programação visual (e não equivale à mesma conforme proposta do V ENDI) ao lado de projeto de produto. Ambas são habilitações do design ou desenho industrial.

Palavras como “planejador visual, comunicador gráfico, arquiteto gráfico, projetista gráfico” são apontadas também como inadequadas para identificar o profissional do design gráfico. Outro equívoco é a confusão entre profissão e função, onde “arte-finalista, diagramador, layoutista, diretor de arte, editor de arte” acabam sendo usados como termos equivalentes a designer gráfico (Villas-Boas, 1998: 42-43).

Ainda que os limites das sub-áreas da programação visual pareçam-nos questionáveis (e como consequência a própria programação visual e design gráfico), o trabalho deste pesquisador tem o mérito de reunir e buscar uma sistematização em torno da ambigüidade e da multiplicidade de nomenclaturas utilizadas no país. “Trata-se de uma torre de babel, portanto, em que os mesmos significados recebem significantes diferentes que se entrelaçam, se superpõem e se confundem” (Villas-Boas, 1998:41). A afirmação do autor remete a uma polêmica essencial: o imbricamento entre significante e significado. Não nos deteremos no aprofundamento da questão, mas contrapomos a afirmação de Saussure de que sem linguagem não existem conceitos. Nesse sentido, então, não seria adequado afirmar que significantes diferentes estão ligados a um mesmo significado. Talvez fosse possível aproveitar-se a “torre de babel”, apontada por Villas-Boas, como um sintoma da ausência de conceitos, de princípios organizadores de uma teoria do design. A mistura de termos pode apontar, então, para uma dificuldade de se dialogar sobre o design gráfico, por falta de uma base comum; bem como para a necessidade de se construir conceitos claros, como o citado autor empreendeu.

No momento em que a práxis do design gráfico revisa sua identidade impulsionada principalmente pelo uso das novas tecnologias informáticas – conforme já abordamos anteriormente – os limites entre as diferentes especializações propostas por Villas-Boas apresentam-se artificialmente demarcadas, tênues e geralmente desfazem-se na prática. Além disso já acenamos, na discussão entre design informacional e gráfico, que há autores que apresentam posições distintas<sup>4</sup>.

Na presente pesquisa, temos em mente a definição de Ellen Lupton apresentada na introdução deste trabalho. Seu caráter aberto e amplo parece pertinente às questões que estão sendo tratadas. Tendo em conta, porém, a utilização de exemplos e a análise de pontos mais específicos, adotaremos a definição de Doblin transcrita na abertura deste capítulo, atentando para sua relação com produção de objetos relacionados à indústria gráfica.

## **Tipografia**

Ao tratarmos especificamente da tipografia como elemento essencial do design gráfico, deparamo-nos com um problema relativo ao vocabulário. O termo, em sua origem, equivalia à impressão. Johannes Gutenberg (século XV) desenvolveu um sistema através do qual caracteres em metal – armazenados em caixas de madeira com vários compartimentos – eram montados manualmente em blocos de texto. A tinta era, então, espalhada na superfície das letras para ser transferida para o papel com o auxílio de uma prensa.

Várias palavras cujos significados remontam à impressão por tipos móveis são usadas contemporaneamente, ainda que a tecnologia empregada, os modos de criação e produção tenham se modificado de forma radical.

No Brasil, as primeiras oficinas gráficas começaram a funcionar no início do século XIX. Priscila Farias (1998) associa essa falta de tradição tipográfica sólida à série de lacunas no vocabulário da língua portuguesa que concerne ao tema. Sugere, então, algumas especificações:

Definiremos, assim, tipografia como o conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação), para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (à mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel, gravados em um documento digital) (Farias, 1998:11-12).

Farias utiliza ainda design tipográfico como sinônimo de tipografia, com o objetivo de nominar trabalhos de design gráfico em que esta é o elemento principal. Na prática do design tipográfico faz a distinção entre design *de* tipos (*typeface design*) e design *com* tipos.

A tipografia envolve também uma significativa quantidade de termos que identificam sua anatomia. Em linhas gerais, conforme sistematizam Carter, Day e Meggs (1993:25-42), temos a identificação das diferentes partes de um carácter (*letterforms*), fontes tipográficas, classificação dos estilos de fontes (*typefaces*), medidas tipográficas e famílias de tipos. Interessa-nos, contudo, de modo particular para o presente estudo a articulação da mensagem tipográfica. Crystal (1979) e Twyman (apud Cauduro, 1996) sugerem níveis de expressão de retórica gráfica. São eles:

- detalhe da letra, traços distintivos;
- letra, tipo ou grafema;
- grupo de letras ou tipos;
- sílaba gráfica;
- palavra;
- grupo de palavras;
- linha;
- grupo de linhas;
- parágrafo;
- grupo de parágrafos;
- coluna;
- página ou layout;
- grupo de páginas;
- seção ou capítulo;
- volume;
- conjunto de volumes;
- série ou coleção;
- etc.

Em cada nível, deve-se levar em conta os elementos positivos que o identificam e também os espaços ou elementos negativos (internos/externos) associados. Existem convenções visuais que normatizam a escrita em cada um deles. As decisões do designer ao desenvolver um layout, entretanto, é que vão reafirmá-las ou transformá-las.

Ao mencionarmos “escrita”, introduzimos outro ponto relevante sobre o tema. Saussure descreveu a escrita como um sistema distinto da fala, ao qual estava subordinada para ele:

A linguagem e a escrita são dois sistemas de signos distintos; o segundo existe com o propósito de representar o primeiro. O objeto lingüístico não é ambas as formas, escritas e faladas, das palavras; as formas faladas tão somente é que constituem o objeto. Mas a palavra falada está tão intimamente associada à sua imagem escrita, que a última termina por usurpar o papel principal. (Saussure, 1916/1985)

Se, por um lado, Saussure afirmava o fato de os signos verbais não refletirem idéias de modo transparente, de outro, ele não aceitava relação similar na escrita. Para esse autor, a lingüística adota como objeto de estudo a língua, não as falas singulares, ou seja, a estrutura subjacente que permite a elaboração de ilimitadas realizações. O caminho para alcançar o conhecimento da estrutura sincrônica é estudar a fala, atentando para as regras implícitas. Assim, para a lingüística, não importam as variadas formas de se pronunciar um fonema como /f/. Se há sotaque carioca, paulista, gaúcho, mineiro ou pernambucano, não é relevante, desde que se mantenha o traço distintivo que o opõe ao fonema /v/ que permite a distinção entre 'vaca' e 'faca'.

Sobre escrita,<sup>3</sup> relegada por ele a segundo plano, Saussure mantém a mesma desconfiança platônica<sup>6</sup>. Platão não nega a escrita como tal, como uma tecnologia capaz de registrar os discursos humanos, mas a dissociação entre o autor e o seu discurso. A fala deixa de se ligar ao locutor para se tornar um artefato separado de si, que pode ser interpretado à revelia da vontade do criador. Assim, a preservação do discurso em signos visíveis traz ao mesmo tempo a traição do sentido original pretendido pelo autor, pois falta sua presença. Havelock<sup>7</sup> mostra como o surgimento da escrita na Grécia provoca uma lenta revolução na cultura, estando na base da origem da filosofia, da lógica e da história. Conseqüentemente o pai da história não

foi Heródoto, “mas o próprio alfabeto” (Havelock, 1986:30), e as formas fixas da poesia e do mito seriam substituídas pela retórica e pela lógica, dando origem à filosofia.

Curiosamente, em Saussure, na origem do estudo objetivo da linguagem, repetem-se o preconceito platônico e a revalidação da metafísica da presença pela ênfase na importância da oralidade. Talvez seja possível dizer que ele deixa de lado o estudo de uma face da linguagem, não percebendo que a escrita não tem estrutura homóloga à da fala, tendo regras próprias para sua composição desde o detalhe da letra até a ordenação das idéias. As convenções escritas são fruto de um processo lento e gradual de fixação de padrões móveis e instáveis. Não nos parece casual que se consolidem a partir da constituição dos Estados Nacionais, no estabelecimento de línguas nacionais, durante o Renascimento, e, portanto, ligadas à origem da tipografia.

A tipografia encontra-se ainda um passo além da escrita. É um conjunto de signos de função notacional, cujo significante não é palavra (semema, morfema ou fonema) mas o desenho das letras do alfabeto. Seu conjunto de caracteres seria, então, um artifício mecânico que converte a escrita caligráfica – por si só registro da fala – em signos tipográficos; ou seja, a fala metamorfoseia-se em escrita reproduzível através dos tipos mecânicos. Segundo os termos platônicos, a autonomia do texto escrito torna-se potencialmente ilimitada pelo número de leitores a serem atingidos.

O filósofo Jacques Derrida foi um dos críticos de Saussure e deteve-se atentamente na relação entre fala e escrita, procurando demonstrar o quanto a escrita permeia – invade – a fala. Neste momento, queremos apenas acenar para essa polêmica, pois se trata de um ponto fundamental perceber a escrita tipográfica como

um objeto autônomo de estudo, não apenas como um registro neutro da fala, mas que inversamente pode influenciar a própria constituição da oralidade.

Resta-nos, por fim, apontar algo sempre em evidência quando o assunto é tipografia: legibilidade, entendendo-se com o termo as qualidades e atributos inerentes à tipografia que possibilitam ao leitor reconhecer<sup>8</sup> e compreender as formas e o arranjo dos tipos com maior facilidade. Elaboramos abaixo um quadro que indica os principais elementos envolvidos nas questões sobre legibilidade. Com isso, buscamos visualizar o conjunto de fatores a ela relativos que aparecem, nas discussões traçadas nos capítulos seguintes, já de maneira dispersa, seguindo a lógica argumentativa a que este trabalho se propõe.

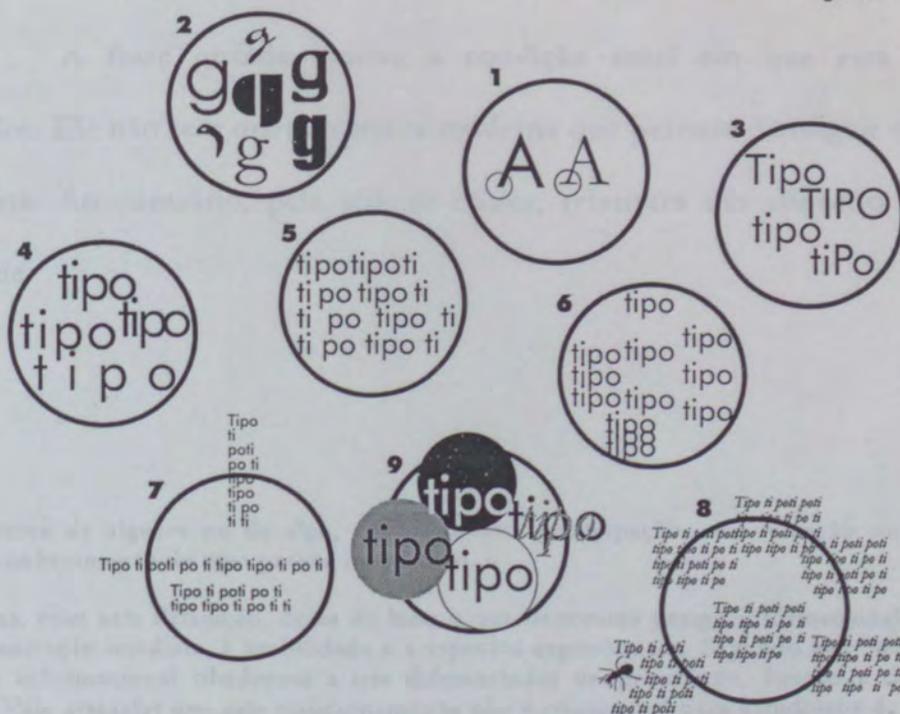
#### **Fatores associados à legibilidade**<sup>9</sup> (fig. 3)

1. presença ou não de serifa
2. características particulares do design da fonte
3. composição em letras maiúsculas, minúsculas ou maiúsculas/minúsculas
4. espaço entre letras (*kerning*)
5. espaço entre palavras
6. espaço entre linhas (*leading*)
7. extensão da linha (largura da coluna)
8. alinhamento dos parágrafos
9. relação figura (elemento tipográfico) e fundo

Uma vez que as letras são signos que representam convencionalmente sons da linguagem verbal, sua função primária é a de remeter a uma imagem visual mental padrão reconhecível pelo leitor enquanto tal. É necessário, então, apresentar determinadas formas e traços distintivos entre os diferentes caracteres, de modo a possibilitar sua identificação sem dúvidas ou confusão. A tradição tipográfica sugere

três qualidades essenciais ao design de tipos: contraste, simplicidade e proporção. O uso de fontes com essas características, contudo, não basta para assegurar uma ótima legibilidade. É fundamental a sua composição no layout, o contexto (Carter, Day&Meggs, 1993:86).

Figura 3



O vocabulário técnico mantém – em língua inglesa – uma distinção entre *readability* e *legibility*<sup>10</sup>. A primeira refere-se à facilidade de ler textos extensos; associa-se, portanto, ao arranjo dos tipos. A segunda diz respeito a seu rápido reconhecimento, sendo relacionado a textos curtos e, então, ao design dos tipos. Durante nossa pesquisa, esse aspecto é recorrente, uma vez que representa papel fundamental quando tratamos de tipografia e mediação. Por ora interessa-nos enfatizar o caráter evolutivo, ou quem sabe, transitório, do que vem a ser legibilidade:

...legibilidade como uma arte de síntese espacial. *Sendo uma arte, ela não é absoluta.* (grifo meu) A informação resultante da pesquisa de legibilidade deve, portanto, ser considerada apenas como um guia. O conhecimento que os designers têm de legibilidade está baseado num legado de história da tipografia e hábil percepção do mundo visível. Esse conhecimento evoluirá continuamente, criando novos padrões para facilidade de leitura e tipografia funcional. (Carter, Day&Meggs, 1993:86)

A frase grifada mostra a condição atual em que está inserido o pesquisador. Ele não tem mais a certeza moderna que permite distingüir os conceitos e definí-los. Ao contrário, pela atitude crítica, relativiza um conceito como o de legibilidade.

## NOTAS

<sup>1</sup> Dados acerca de alguém ou de algo, conhecimento, participação, comunicação ou notícia a ser trazida ao conhecimento de uma pessoa ou público.

<sup>2</sup> Villas-Boas, com esta definição, deixa de lado o que denomina design informacional – aquele que visa à comunicação imediata, à usabilidade e a aspectos ergonômicos. Segundo ele, “o design gráfico e o design informacional obedecem a leis diferenciadas de projeção, função e desdobramento histórico”. Vale assinalar que este posicionamento não é consensual para estudiosos da área. Embora não nos detenhamos com maior profundidade na questão, uma vez que não é determinante para o objetivo do presente trabalho, pode servir como ilustração para os dois extremos que servem de parâmetro para esta pesquisa: design informacional vs. mediação transparente; design gráfico vs. co-autoria. Cf. Cauduro, Flávio. Desconstrução e tipografia digital. In: *Arcos: cultura material e visualidade*. Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, v. I, n° único, 1998, p. 76-101.

<sup>3</sup> Diagrama proposto por André Villas-Boas (1997):



<sup>4</sup> Cf. Heller, Steven e Drennan, Daniel. *The digital designer*; e Lupton, Ellen. *Mixing messages: graphic design in contemporary culture*.

<sup>5</sup> Cf. Cauduro, Flávio. *Linguagem e comunicação gráfica*. O autor faz um interessante levantamento dos termos pejorativos atribuídos por Saussure à escrita. Poder-se-ia dizer que se trata de lapsos fixados que traem uma ausência de objetividade científica quanto à esta questão.

<sup>6</sup> Cf. Platão. *Fedro*. Nesse diálogo, Sócrates compõe a alegoria da invenção da escrita, não como solução para a falta de memória, mas como uma mal que viria a agravá-la, pois o homem relega ao papel a tarefa que antes era essencialmente sua.

<sup>7</sup> Cf. Havelock, Eric. *A revolução da escrita na Grécia*.

<sup>8</sup> O tema será abordado também em outros momentos do trabalho. Vale salientar, por ora, que a noção de *reconhecimento* do tipo está associado não tanto a alguma essência ótica intensa, mas a familiaridade que o leitor tem com determinadas fontes.

<sup>9</sup> Convenções tipográficas, familiaridade do leitor com tipos.

<sup>10</sup> Cf. Farias, Priscila. *Tipografia digital*. p. 61-79.

manifestações singulares em situações singulares por um princípio de unidade. Esta unidade, como não é fruto de um determinismo causal, não é fruto de um determinismo causal. No âmbito do design gráfico as consequências também são práticas.

1.) A história do design gráfico remete sempre de alguma forma à história da civilização humana do Ocidente, mas não se trata de uma história linear, e sim de uma história de bifurcações do tempo e de pontos de viragem. A história do design gráfico tem uma grande importância histórica, e que não se limita apenas à arte. Tal importância pode ser vista em qualquer obra de arte, e não apenas na história da arte e do design gráfico, e sim em qualquer obra de arte, e não apenas na história da arte e do design gráfico.

## II - O DESIGN GRÁFICO MODERNO

qualifica o design como moderno, pois a sua essência reside na forma de atuação e na própria da modernidade, não existindo antes da Revolução Industrial uma profissão substituída.

Ao se analisar o design moderno e pós-moderno, está-se verificando como a forma – a tipografia, no caso – não é uma matéria *transparente*, mas traz nela mesma a cristalização da virada de uma concepção estética e retórica da visualidade gráfica. Ao observarmos os objetos gráficos gerados pela práxis de profissionais que podem atuar em agência de publicidade, em ateliê próprio, vinculados a uma publicação periódica ou editora acadêmica, por exemplo, buscamos evidenciar a atividade de design enquanto mediação. Ora está mais próxima do que comumente chama-se de neutra, ora visualmente tão impactante que chama a atenção primeiro sobre a forma da composição, deixando a compreensão do signo lingüístico relegada a um plano secundário (ou efetivamente *ilegível*).

Ao se estudar a história de movimentos culturais, termos como moderno, modernismo, pós-moderno, antemoderno, etc., são usados em diferentes áreas do conhecimento, identificando características que organizam as diversas

manifestações singulares em períodos marcados por um princípio dominante. Essa ordenação, como não é fruto de um conhecimento exato, está longe de ser consensual. No âmbito do design gráfico as controvérsias também estão presentes:

(...) a análise do design gráfico como objeto de estudo do desdobramento histórico do Modernismo traz também, de saída, uma conclusão singular, ausente da historiografia do design e da própria bibliografia crítica do Modernismo: a de que o design gráfico tem sua gênese na própria experiência modernista, e que ele não existia antes dela. Tal constatação põe por terra uma categoria muito utilizada pelos estudiosos da área: a de um design gráfico moderno. (Villas-Boas, 1998:14)

Segundo o ponto de vista acima apresentado, seria redundância qualificar o design como moderno, pois a sua constituição como área de atuação é própria da modernidade, não existindo antes da Revolução Industrial uma profissão constituída. Apesar de não nos determos nos fatores históricos ligados à ascensão da produção capitalista e estarmos voltados ao design gráfico através de um outro viés, entendemos que formalmente a atividade constitui-se quando é reconhecida e passa à condição assalariada de seus profissionais, que atribui um valor de troca para seu trabalho.

André Villas-Boas toma como referência justamente a constituição da área profissional do design gráfico como uma parte da divisão do trabalho para afirmar que todo ele é modernista. Assim, o *Projeto Werkbund* e a *Bauhaus* seriam os marcos fundadores do “design canônico”, como qualifica o autor. Uma questão, no entanto, parece-nos pertinente: é a profissão constituída que determina a área de atuação?

Desde tempos pré-históricos, as pessoas têm procurado modos de dar forma visual a idéias e conceitos, de guardar conhecimento em forma gráfica e de trazer ordem e clareza a informações. No decurso da história, essas necessidades têm sido preenchidas por várias pessoas, incluindo escribas, impressores [ou tipógrafos] e artistas. Foi somente em 1922, quando o ilustre designer [ou ilustrador?] de livros William Addinson Dwiggins cunhou o termo "design gráfico" para descrever suas atividades como um indivíduo que trazia ordem estrutural e forma visual a comunicações impressas, que uma profissão emergente recebeu um nome apropriado. Entretanto, o designer gráfico contemporâneo é herdeiro de uma linhagem distinta. Escribas sumérios que inventaram a escrita, artesãos egípcios que combinavam palavras e imagens em manuscritos sobre papiros, impressores [ou tipógrafos] de blocos chineses, iluminadores medievais e impressores [ou tipógrafos] e compositores [ou linotipistas] do século quinze que desenhavam [ou ilustravam] os primeiros livros impressos europeus, todos tornaram-se parte da rica herança e história do design gráfico. (Meggs, 1992:xiii)

Conforme afirma Philip Meggs, a área do design gráfico constitui-se como uma profissão – prática reconhecida e remunerada – a partir do modernismo. Sua autonomia permite, contudo, descobrir seus precursores, considerando a colocação do conhecimento em uma forma gráfica. Quer-se destacar que, segundo Meggs, a área do design gráfico existia antes do modernismo, remontando inclusive a papiros egípcios. Criando um meio-termo entre Villas-Boas e Meggs, pode-se dizer que a atividade está ligada à reprodução mecânica em série, mas tem uma história anterior ao período modernista, ligada à constituição da modernidade desde suas raízes no século XVI, com a reforma, o renascimento, os Estados Nacionais, os descobrimentos, Gutenberg, etc. Não havia ainda sido separada, contudo, pela divisão do trabalho e do conhecimento pela crescente especialização das técnicas, ciências e profissões.

Na presente pesquisa, interessa-nos verificar a constituição do design em sua ligação com a modernidade, considerando-a a partir da metade do século XIX. Na sua caracterização de modernidade, David Harvey toma de empréstimo a definição de Charles Baudelaire, que diz que é "o transitório, o fugidio, o contingente; é uma metade da arte, sendo a outra o eterno e o imutável" (Baudelaire apud Harvey, 1996:21). De um lado, destaca-se a percepção da realidade em constante mutação, instável. Nesse sentido, a ruptura dos padrões antigos (tanto na economia, quanto nos padrões ético-sociais) leva a uma mudança de regras para compreensão da sociedade, em que a referência tradicional perde valor.

A moda é um emblema da situação na medida em que vive da atualidade, de um modelo fugaz. Determina vestimentas, atitudes, e logo se torna anacrônica na busca do novo. Essa percepção da modernidade liga-se diretamente, como aponta Walter Benjamin (Benjamin, 1989:84), às transformações da cidade realizadas em Paris por Haussmann. A construção das grandes avenidas, dos novos prédios, das galerias implicou na destruição da antiga cidade. Ficou visível o caráter efêmero da cidade, dos prédios que cristalizavam uma tradição cultural. A ruptura com o antigo ficou materialmente explicitada, quando a transformação urbana fez de Paris um canteiro de obras, em que o novo e o antigo conviviam e a destruição era a base da nova cidade, ordenada de modo racional.

O caráter fragmentário da cidade, da ruptura com a tradição, do isolamento do indivíduo na multidão, da perda da experiência e da aura da obra de arte são marcas da transitoriedade da vida moderna, em que os homens se apegam às explicações materiais e prosaicas em um mundo desencantado. Ao mesmo tempo, a

percepção das novas condições da existência urbana convive com um anseio de unidade – “o eterno e o imutável” –, de uma totalidade capaz de ordenar e ligar todos os fragmentos das vivências modernas. Em Baudelaire, poeticamente esse desejo é figurado pelas correspondências entre cores, sons, perfumes, que se ligam entre si e criam uma harmonia na floresta de símbolos, percorrida pelo homem. De certo modo, sua busca era de um princípio unificador capaz de ligar as diversas e heterogêneas imagens que representava em as *Flores do Mal*. Essa tensão entre os fragmentos da modernidade e o anseio de totalidade, no entanto, não se resolve em Baudelaire.

Em Marx, outro moderno, como aponta Harvey (1996), existe uma análise acurada das novas experiências do capitalismo com pretensão de se encontrar o princípio unitário de explicação de todo o conjunto. Há a constatação da mutabilidade constante da tecnologia, das formas de produção e de acumulação do capital como um princípio inerente do capitalismo. Esses elementos de uma metateoria mostram como o anseio de lucro, o valor de troca e a mediação universal do dinheiro unificam os processos aparentemente heterogêneos da nova ordem social.

Existem constantes transformações, inovações e qualificação tecnológicas, em que a ciência se alia às técnicas produtivas. O domínio da racionalidade instrumental afasta os limites impostos pela moral, pela religião ou por regras tradicionais das corporações a fim de privilegiar apenas o princípio de produção lucrativa. Os costumes são secularizados e o individualismo, com ilimitada liberdade de atuação, passa a ser regra.

As transformações da sociedade urbana e industrial levam a relevantes inovações no âmbito da comunicação tipográfica e visual: aumenta-se o tamanho

(corpo) dos tipos, eliminam-se as serifas, são criadas inumeráveis fontes, surge a fotografia, a litografia em cores, enfim, uma associação entre as novas técnicas disponíveis e sua utilização de forma inovadora expandem o campo de atuação do design gráfico.

Um exemplo sobre a relação técnica e uso que se estabelece na primeira metade do século – tempo ainda precursor do que estamos aqui tratando como moderno – diz respeito aos pôsters. Uma vez que os tipos utilizados na sua confecção eram bem maiores do que aqueles usados na composição de livros, surge o problema de como moldar caracteres com aquele tamanho em metal (mantê-lo líquido enquanto se criam as superfícies côncavas), além do fato de que eram muito pesados para se trabalhar. Darius Wells, um impressor americano, desenvolveu um meio (*lateral router*) que possibilitou a manufatura de tipos de madeira duráveis, mais leves e econômicos que aqueles em metal. Tipos em metal e em madeira passaram a ser usados, então, de forma conjunta.

O desenvolvimento de indústrias de livros e o predomínio do jornal como mercadoria impulsionaram o desenvolvimento de sistemas mais eficientes de produção, que permitiam a impressão de uma maior quantidade em um menor tempo. Também o público leitor, com a alfabetização massiva, ampliou-se incorporando faixas amplas da sociedade. Havia necessidade de se desenvolver um padrão formal que tornasse a página impressa uma mercadoria de fácil consumo. O tipo de letra, a diagramação das páginas, etc. – e não apenas o conteúdo de um folhetim ou de uma notícia – foram elementos essenciais na transformação de livros e jornais em produtos de consumo massivo.

Assim, a adequação da forma à função, a legibilidade, a clareza, a distribuição harmônica são princípios que perpassam todos os níveis, da escrita à impressão da página. Segundo o princípio hegeliano, defendido na *Filosofia da História* (Hegel, 1996), a prosa era superior à poesia por sua capacidade de representar de modo preciso a realidade humana, mostrando como o Espírito penetrava os fenômenos triviais, ampliando assim os limites da consciência e da realidade, em que apenas era real aquilo que era racional. O jornal seria um instrumento de divulgação e de progresso no desenvolvimento humano. Não se passavam informações<sup>1</sup>, mas a crença iluminista de se exorcizar as explicações míticas, místicas ou supersticiosas da realidade. Como ampliação da visão de mundo, ele mostraria como os princípios da razão pragmática penetrariam em todos os recantos do mundo, ou em outros termos, como os padrões capitalistas estavam dominando o mundo. Assim, a ambição de um jornal era o de um maior número de leitores, e gradualmente ao longo do século XIX, ele perde a conotação política para se tornar *neutro*, como uma *pretensa janela objetiva aberta ao mundo*.

Com a noção da totalidade orgânica, em que as partes definem-se por participarem do todo, também a forma de apresentação deveria acompanhar esses princípios. A neutralidade da tipografia, sua suposta transparência, sua ordenação, sua clareza não seriam arbitrárias, mas espelho de uma necessidade inerente da expressão em que a palavra era adequada para representar o real. De acordo com essa convicção não poderia ser a letra impressa uma barreira entre o pensamento e a compreensão do leitor, mas apenas uma ponte de livre acesso.

Um jornal delimita necessariamente a realidade, selecionando apenas alguns de seus elementos, propondo uma ordem pela divisão do real em níveis diferentes através de suas seções. Ele se apresenta como um instrumento civilizatório capaz de organizar o caos da empiria e orientar a percepção do leitor. A limpeza, a ordem, a distinção das áreas, a seleção do essencial, o distanciamento do jornalista, a legibilidade da notícia marcam o projeto moderno que embasa a experiência do jornal.

Se lembrarmos o conceito de design gráfico de André Villas-Boas, a intenção *pedagógica* e o projeto gráfico, como fetiche da mercadoria, terminam por ocultar o empreendimento comercial que constitui o jornal. A partir disso, esse projeto moderno pode ser desconstruído se for revelado o discurso do jornal como uma versão dos fatos – uma representação entre muitas possíveis da realidade, algumas vezes sendo até um discurso ficcional – o que mostra ao mesmo tempo como a sua ordem formal (com os princípios de transparência, neutralidade, limpeza) também não é a única possível, ou uma necessidade estrutural, mas uma opção arbitrária. Assim como a higiene burguesa impõe-se no cotidiano vitoriano como uma solução *natural*, apenas descoberta pelo progresso médico, a limpeza da página é vista como o caminho correto para a expressão transparente do conteúdo.

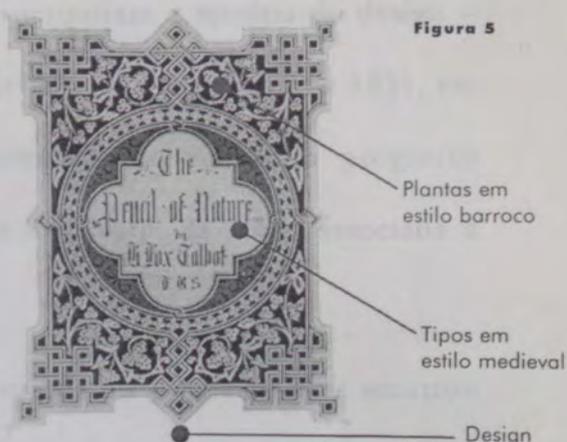
### **Origens do design moderno**

A *Era Industrial* é marcada por inovações tecnológicas que alteraram as técnicas de impressão, até então bastante similares àquelas desenvolvidas por Gutenberg. O desenvolvimento de máquinas impressoras, a mecanização da composição com a invenção da *Linotipo*, o surgimento da fotografia e da litografia

têm influência significativa na constituição do design gráfico enquanto profissão. Philip Meggs (1992) assinala três estilos (movimentos) representativos que se desenvolvem durante esse período: *Era Vitoriana, Artes & Ofícios e Art Nouveau*.

*A Era Vitoriana (1819-1901)*

envolveu um conjunto de estilos, tendo como referência sobretudo a arte gótica (fig. 4). O ecletismo e o ornamentalismo são características comuns às peças impressas da época. O desenvolvimento da litografia a cores, por sua vez, possibilitou a reprodução de imagens com uma qualidade exemplar, além do aumento da tiragem de peças impressas. A ornamentação elaborada e complexa caracterizou o desenho das fontes (fig. 5).



Página de abertura de livro, 1844. Fonte: Meggs, 1992:154.

Figura 4



Página do "Book of Specimens", 1881, da MacKellar, Smiths & Jordan. Fonte: Meggs, 1992:171.

Apesar de ser um estilo originado na

Inglaterra, outros centros comerciais da Europa sofreram sua influência. Ao observarmos alguns layouts impressos, é possível perceber um certo caos estético, impulsionado sobretudo pela necessidade de chamar a atenção dos novos consumidores. Podemos dizer que esta forma de expressão visual não é fruto de uma intenção voltada ao surgimento de uma nova estética, mas produto de uma "euforia" relacionada às técnicas então disponíveis, bem como ao espírito da época.

Um marco apontado por autores que pesquisam a história do design – como Meggs (1992), Souza (1997), Heller & Chwast (1988) – é a exposição de 1851, em Londres, no *Crystal Palace*, um evento que intencionava marcar o progresso resultante do domínio da natureza pelo homem e da vitória da razão associada à tecnologia.

Heller & Chwast afirmam que a exposição no *Crystal Palace* mostrou não apenas o que havia de mais notável em termos de produção industrial, mas também a pobre qualidade estética dos produtos apresentados: “Mais que aperfeiçoando os produtos industriais, a maquinaria moderna virtualmente destruiu o gosto mediante a eliminação do papel do artista no processo produtivo” (Heller&Chwast, 1988:31).

No que refere ao design, surgem dois relevantes críticos da produção em série: John Ruskin e William Morris, que vêm a ser justamente dois expoentes do movimento *Artes & Ofícios*. Ruskin não aceitava a separação entre arte e sociedade, que havia se iniciado depois do Renascimento provocando um isolamento dos artistas. O ecletismo de modelos históricos, a falta de senso estético dos engenheiros responsáveis pela produção seriada e o declínio da criatividade seriam, segundo ele, resultados dessa situação. Em sua opinião, arte e trabalho deveriam unir-se em favor da sociedade. Morris aderiu às propostas de Ruskin e buscou implementá-las. Suas atitudes em relação ao uso de materiais, à função e ao valor social do artesanato serviram de referência para os designers do século XX. Vale destacar de modo particular o trabalho de Morris relacionado à tipografia e ao design de livros.

O paradoxo de William Morris é que ele, enquanto buscava refúgio na habilidade manual, desenvolvia atitudes de design que engajavam o futuro. Seu apelo por habilidade humana, autenticidade quanto aos materiais, tornando belo o útil, e adequação do design à função, são atitudes adotadas pelas gerações seguintes que procuravam unificar não arte e trabalho manual, mas arte e indústria. (Meggs, 1992:182)

O estilo que se desenvolveu entre 1890 e 1910 compreendeu diferentes áreas das então denominadas artes decorativas: arquitetura, moda, mobiliário, objetos utilitários, etc. *Art Nouveau* é um movimento voltado ao design e, nas artes gráficas, é lembrado sobretudo por seus pôsters. Visualmente, caracteriza-se pelo uso de linhas e formas orgânicas, incorporando motivos florais, pássaros, figuras femininas, enfim, temas adequados ao uso da linha solta e fluida. Embora visto pelos designers da *Bauhaus* como um *último suspiro* das artes decorativas, é considerado por Meggs fundamental na evolução do design:

*Art Nouveau* é o estilo de transição que se desenvolveu a partir do historicismo que dominou o design pela maior parte do século XIX. Substituindo o historicismo — o uso quase servil de formas e estilos do passado em lugar de inventar novas formas para exprimir o presente — por inovação, *Art Nouveau* tornou-se a fase inicial do movimento moderno, preparando o caminho para o século XX ao varrer, do design, esse espírito historicizante. (Meggs, 1992:190)

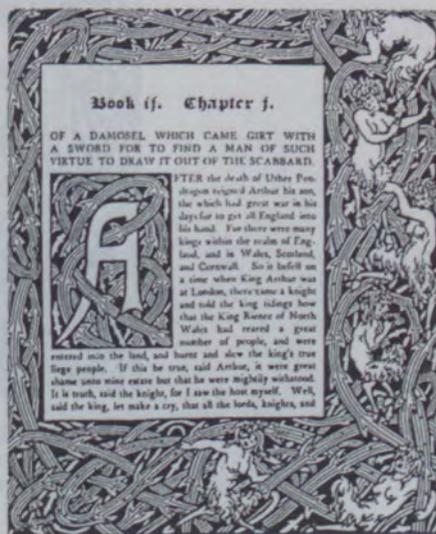
O movimento *Art Nouveau* teve um caráter internacional, possibilitado também pelos grandes avanços tecnológicos no âmbito da comunicação e dos transportes. Exposições internacionais e intercâmbio de publicações entre os *artistas* fortaleceram este aspecto do movimento.

Evidentemente cada um dos três momentos apontados acima possibilita uma análise e uma *leitura* de suas características, influências e produtos segundo

diferentes pontos-de-vista, conforme o objetivo de cada autor consultado. Buscamos pinçar, na quantidade de informações e exemplos de peças gráficas disponíveis a seu respeito, aquilo que nos pareceu mais relevante para a discussão que estamos traçando. Deparamo-nos, contudo, nesse momento da pesquisa, com algo inquietante, já apontado na delimitação do objetivo deste trabalho: como determinar com certeza, afinal, o que é produto de um movimento ou de outro? Que critérios estabelecer? Como fazer isso sem cair no uso das *molduras* como já apontamos anteriormente, no capítulo I? Observando peças gráficas que os autores pesquisados usavam como exemplo de diferentes estilos na história do design, deparamo-nos com os trabalhos a seguir:



William Morris,  
*Recuyell of the Historyes of Troye*,  
página, 1892.  
Fonte: Meggs, 1992:196.



Aubrey Beardsley, *Mort d'Arthur*,  
abertura de capítulo, 1893.  
Fonte: Meggs, 1992:195.

Figura 6

Meggs aponta-os como pertencentes a fases distintas, sendo o de Morris *Artes & Ofícios* e o de Beardsley *Art Nouveau* (fig. 6). Apontando o fato de Beardsley ter substituído a borda formal e naturalista por uma mais estilizada, onde os *liricos buquês* são substituídos por ninfas mitológicas, afirma que a “a comparação de design

de páginas por Morris e Beardsley demonstra que as diferenças refletem uma dicotomia de filosofia, estilo de vida e valores sociais” (Meggs, 1992:196).

Heller & Chwast, por sua vez, comentam que a página abaixo reproduzida (fig. 7), do mesmo livro, é representativa do movimento *Artes & Ofícios*. Dizem eles: “A síntese do gótico e do romântico realizada por Aubrey Beardsley em *Mort d'Arthur* tipifica a força imaginativa da nova arte. Na obra de Beardsley, o ornamento naturalístico servia a um objetivo antes formal que simplisticamente decorativo.” (Heller&Chwast, 1988:34)



Figura 7

Aubrey Beardsley, *Mort d'Arthur*,  
página 1893.

Fonte: Heller&Chwast, 1988:34

O contraste entre Meggs e Heller & Chwast nos leva a considerar a aplicação de dois critérios distintos para estudar a história do design. Em Meggs, a descida ao detalhe revela a diferença entre Morris e Beardsley, sendo que o primeiro teria até criticado o trabalho de seu *seguidor*. Em Heller & Chwast, a abordagem mais genérica está apegada ao uso de molduras como um traço em comum entre Morris e Beardsley. O tipo de desenho – naturalista ou estilizado – é desprezado como um detalhe incapaz de destruir a suposta identidade de ambos, *Artes & Ofícios*.

O *Artes & Ofícios* responde à mecanização do trabalho humano, ao destacar o valor do ofício manual e a necessária destreza artesanal. Contra o aspecto padronizado, regido pela produção de mercadorias em série, o movimento de cunho romântico prega a revalorização da obra única. Morris dá relevo ao valor medieval, da maestria, para combater a produção industrial. Em Breadsley, pela excessiva estilização, ele aponta a falta de cuidado ao compor o desenho de uma folha, como uma fuga do *Artes & Ofícios*.

Tais fatos históricos podem ser destacados ou não nas *histórias* do design gráfico. Como sujeitos da enunciação, os historiadores não apenas reproduzem fotograficamente fatos, mas os selecionam, ordenando-os e interpretando-os, a fim de construir um conjunto organizado. Ao fazerem isso, privilegiam algumas categorias que traduzem sua própria visão de mundo.

Nesse sentido, a diferença entre Meggs e Heller & Chwast não mostra a existência de fatos diferentes, nem mentira de um ou outro. Revela, sim, a inevitável subjetividade da construção da narrativa histórica. Por isso, tentar criar uma síntese objetiva das diversas leituras do passado é uma tarefa impossível. Tal fato leva-nos ao cuidado de adotar com ressalvas as informações das fontes estudadas e principalmente a expor com clareza nossa necessária seleção, ordenação e interpretação dos elementos históricos do design, de acordo com o objetivo da dissertação.

Acompanhando o pensamento de Meggs, temos uma distinção do trabalho desenvolvido por Frank Lloyd Wright e a *Escola de Glasgow* como parte da *genesis* do design do século XX. Tanto nos trabalhos de Wright como no grupo

chamado *The four* (Charles Mackintosh, Herbet McNair, Frances McDonald e Margaret McDonald) há uma transformação relacionada à forma gráfica de organização espacial, que passa a ser mais retilínea. O *Sezessionstil* (Viena) também evolui rumo a um padrão mais geométrico e modular em seus layouts:

A linguagem de design resultante usava quadrados, retângulos e círculos repetidos e combinados. A decoração e a aplicação de ornamentos era posta em dependência de elementos similares, usados em seqüência paralela, não rítmica. A geometria desses elementos não era mecânica nem rígida, mas sutilmente orgânica. (Meggs, 1992: 223)<sup>2</sup>

Estes movimentos, que apresentamos brevemente, compõem uma intrincada rede de tensões e influências que não seguem uma ordem evolutiva sistemática e linear rumo ao estabelecimento da profissão que se dá no período moderno. O início do século XX foi marcado por uma série de transformações nas diversas esferas da sociedade mundial: política, economia, ciências, cultura, arte, etc. Entre elas podemos citar a Revolução Russa, os avanços na área científica, como a *Teoria da Relatividade* de Albert Einstein (1905) e a obra de Sigmund Freud *A interpretação dos sonhos* (1909), o estabelecimento de legislações sociais, a substituição do trabalho manual pelo trabalho mecânico, entre tantas outras. No campo da arte, novos movimentos modernistas questionaram a visão *retórica, ilusionista* do mundo assinalada pelo uso da perspectiva central renascentista, voltando-se para concepções analíticas e inclinadas ao uso de formas e cores elementares. Há uma desconfiança quanto a aparência e a atenção volta-se para as estruturas.

As vanguardas do início do século tiveram papel fundamental na consolidação do design gráfico enquanto disciplina específica. O *Cubismo* – que teve

seu início assinalado historicamente em 1907 com *Les Femmes d'Alger* de Picasso –, ao deixar de lado a ilusão tridimensional e enfatizar o plano bidimensional explorando-o em composições essencialmente planas, abriu caminho para a consolidação de uma das características essenciais da área: a bidimensionalidade de sua estética. Além disso, a utilização de colagens (fragmentos de impressos) e o uso de letras estampadas ou gravadas apontaram outras possibilidades da composição e de tratamento dos elementos visuais. O *Cubismo*, que teve como expoentes Picasso e Braque, influenciou vários dos movimentos que vieram a seguir. O *Futurismo*, cujo início é marcado pelas obras de Giacomo Balla e Marcel Duchamp (*Nu Descendo uma Escada*, 1911), utilizou-se de formas cubistas aplicadas ao movimento e integrou a máquina como componente do design:

Das vanguardas do primeiro terço do século, o *Futurismo* é, juntamente com o *Construtivismo*, o movimento que expressa veementemente em suas intervenções a utopia da era da máquina como a via para a pasárgada da humanidade. Seus enfoques, porém, são diferentes entre si. Ainda que o *Futurismo* tenha sido um dos principais inspiradores da vanguarda russa, este o reinterpreta de forma profunda. Tal como os dadaístas, os futuristas farão uso extremamente rico da tipografia, e esta é a sua principal contribuição técnico-formal para o design gráfico. (Villas-Boas, 1998:42)

Embora o *Futurismo* e o *Dadaísmo* tenham uma certa similaridade quanto ao aparente *caos tipográfico*, suas visões a respeito da industrialização, da tecnologia e da guerra são opostas. Os futuristas eram a favor da guerra, otimistas frente à revolução industrial e se utilizavam de uma estética que remetia à tecnologia e ao racional. Os dadaístas, por sua vez, consideravam a guerra absurda, condenavam a sociedade industrial e voltavam-se para o irracional e o subconsciente nas suas produções. Segundo Hurlburt, “ele ensinou aos designers o valor do humor e do

chocante como forma de despertar a atenção do observador e anular sua apatia; (...) os designers aprenderam a reavaliar suas próprias fórmulas tipográficas” (Hurlburt, 1986:46). O *Surrealismo* evoluiu do *irracionalismo* do *Dada*, estabelecendo uma nova concepção de imagens gráficas – ilustrações, desenhos, fotografias inspirados em sonhos e recalques.

O termo *Construtivismo*, por sua vez, tem sido usado para indicar trabalhos de origens diversas, mas é mais amplamente conhecido – e aqui utilizado – por sua ligação com os artistas da vanguarda russa, entre eles Kandinsky, El Lissitsky, Rodchenko. Este movimento trouxe de modo especial para o design a utilização de tipos e figuras em grandes dimensões, experiências no campo da fotografia, a presença de um ponto de atração no layout, a noção de uma lógica interna e organicidade entre texto e composição, além de ter introduzido uma linguagem visual extremamente sintética. O *Art Deco* (décadas de 20 e 30) apresenta um número considerável de obras – descritas algumas vezes como *kitsch* – que fogem da tendência à simplicidade característica do moderno. Sua tipografia utiliza largamente filigranas e extremidades com desenhos complexos.

Do *De Stijl*, constituído na Holanda em 1917, fizeram parte artistas como Mondrian, Bart van der Leek e o arquiteto Jacobus J. P. Oud. Mas é Théo Van Doesburg seu fundador e expoente maior. Trabalhando com um estilo abstrato e geométrico, este movimento centrou-se na procura por leis universais de equilíbrio e harmonia na arte que servissem de referência para a construção de uma nova ordem social:

Os designers do grupo *De Stijl* fizeram-se notar pela rigorosa precisão com que dividiam o espaço, algumas vezes contrastando as divisões com linhas negras; pela tensão e pelo equilíbrio, alcançados com a assimetria; por seu arrojado e criativo uso das formas básicas e das cores primárias; e pela máxima simplicidade de suas soluções. (...) A livre assimetria da arquitetura de Frank Lloyd Wright teve forte influência nos primeiros designs do *De Stijl*. Van Doesburg e Mondrian utilizaram essa concepção formal em suas pinturas e, quando Van Doesburg estendeu o princípio à tipografia, abriu maiores oportunidades para o desenvolvimento criativo do moderno design gráfico. (Hurlburt, 1986:35)

O início de século foi determinante também no encaminhamento de questões associadas à função da arte na sociedade. Interessa-nos acenar para este aspecto, na medida em que o design mantém uma relação estreita com a arte, e se constitui como um campo de atuação específico também na medida em que dela se distingue<sup>3</sup>. Embora originário das vanguardas artísticas, somente quando a atividade desloca-se do campo da arte para o âmbito da produção é que se dará sua profissionalização. Simultaneamente, tem-se a constituição de um campo do saber, marcado por uma linguagem própria e autônomo, e a profissão do designer, do perito que domina a prática da nova área de produção em suas exigências específicas.

A crise que se instaura no campo artístico origina-se com a Revolução Industrial no século XVIII e está diretamente vinculada ao estabelecimento do modo de produção capitalista e, portanto, à construção da modernidade. A distinção entre arte e sociedade, arte e produção, arte pura e arte aplicada está na base do surgimento dos diferentes movimentos estético-culturais apresentados nesta parte do trabalho. A busca da (re)integração da arte à vida orienta, conforme os princípios de cada um deles, suas variadas produções. O design gráfico moderno é fruto, portanto, da crise de paradigmas no campo da arte que ocorre durante o período. Afirma Villas-Boas:

(...) a construção do novo paradigma artístico abre a senda para a composição de outro paradigma (...): o do design gráfico como fator de razão, ordenação e clareza do processo comunicacional, orientado prioritariamente para uma dada concepção de função, enunciadamente distante da esfera artística da qual se originou e voltado para a esfera produtiva, com sua aplicação destinada à regulação do fenômeno de fetichização da mercadoria e à reprodução do capital exclusivamente segundo estas normas consideradas mais eficientes para a comunicação visual. (Villas-Boas, 1998:57)

A solidificação da atividade de design enquanto campo de atuação profissional dá-se sobretudo com a *Bauhaus*. Não a incluímos junto aos movimentos por acreditarmos que, conforme afirma Hurlburt, “menos do que um movimento, foi um centro de estudos que reuniu, em uma escola dedicada a testar novas concepções artísticas, as idéias acumuladas nas duas primeiras décadas do século” (Hurlburt, 1886:38).

### ***Bauhaus*: a institucionalização do design**

Quando se fala em *Bauhaus* evoca-se, geralmente, o mito de um período épico do design, quando um grupo de artistas/professores – em um conjunto harmônico e homogêneo – desenvolve uma experiência didática nova na área de projeto de produtos e objetos utilitários. Sua fundação – através da fusão de uma escola de artes plásticas com outra de artesanato – data de 1919, dá-se em Weimar, sob a coordenação de Walter Gropius.

Em 1907, a Alemanha já havia demonstrado uma preocupação relativa à estética dos produtos industriais ao fundar o *Deutscher Werkbund*, uma associação que contava com a participação de artesãos, artistas, arquitetos, enfim, pessoas de

algum modo envolvidas com a questão. Peter Behrens – de quem Gropius foi assistente – teve papel fundamental nessa associação junto com Hermann Muthesius e Henry van der Velde. A *Werkbund* reconhecia o valor da máquina e considerava o design como um modo de dar forma e sentido aos produtos por ela gerados, aplicando-se também às edificações. A *Bauhaus*, portanto, pode ser vista também como uma evolução dessa atenção ao aprimoramento dos produtos industriais. O manifesto *Bauhaus* e o programa do curso (fig. 8) podem ser vistos na reprodução a seguir<sup>4</sup>.



Manifesto Bauhaus e programa, 1919.  
Fonte: Droste, 1992:18-19.

#### PROGRAMM DES STAATLICHEN BAUHAUSES IN WEIMAR.

Das Bauhaus in Weimar ist ein Institut für Gestaltung und Kunst, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht. Es ist ein Institut für die Ausbildung der Künstler und Handwerker, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht.

Das Bauhaus in Weimar ist ein Institut für Gestaltung und Kunst, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht. Es ist ein Institut für die Ausbildung der Künstler und Handwerker, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht.

Das Bauhaus in Weimar ist ein Institut für Gestaltung und Kunst, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht. Es ist ein Institut für die Ausbildung der Künstler und Handwerker, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht.

Das Bauhaus in Weimar ist ein Institut für Gestaltung und Kunst, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht. Es ist ein Institut für die Ausbildung der Künstler und Handwerker, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht.

Das Bauhaus in Weimar ist ein Institut für Gestaltung und Kunst, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht. Es ist ein Institut für die Ausbildung der Künstler und Handwerker, das die Verbindung von Kunst und Handwerk zu einem neuen Ganzen zu bringen sucht.

Figura 8

A xilogravura de Lyonel Feininger expressa nos três raios de luz que convergem para a catedral: a pintura, a arquitetura e a escultura. Segundo Gropius (1919): “Vamos criar juntos a nova *estrutura* (grifo meu) do futuro que será tudo numa única forma.” O termo *bauen* que pode ser traduzido por *estrutura* ou *construção*, dá origem à denominação *bau*, *bauhaus*. O curso tinha um ciclo básico de seis meses onde os alunos estudavam diferentes áreas das artes visuais, bem como o trabalho

com variados materiais. Depois o aluno passava para outras duas fases: na primeira, estudos de ordem mais geral porém dentro de uma área específica; na segunda, a exploração de uma ou mais áreas determinadas como cerâmica, metal, mobiliário, tecelagem, etc. Durante todo o período haviam as oficinas onde se desenvolviam os cursos práticos.

Como podemos observar, o design gráfico não fazia parte, então, da estrutura do curso. A oficina de tipografia funciona a partir de 1925, último ano de funcionamento da escola em Weimar. Villas-Boas afirma que:

Se a atuação da escola teve papel fundamental na consolidação do design gráfico canônico, isso decorreu da necessidade de criação de folhetos, cartazes, manuais e outros materiais para a inserção no mercado dos produtos criados nas oficinas de arquitetura e projeto de produto, bem como na confecção de impressos internos [fig. 9] para fim didático e de divulgação da própria instituição. (Villas-Boas, 1998:77)



Figura 9

Cartaz feito por Herbert Bayer para exposição de Kandinsky, 1926.  
Fonte: Meggs, 1992, encarte.

Embora a história da *Bauhaus* seja rica e interessante sob vários aspectos associados à comunicação visual, enfatizaremos somente aquilo que consideramos relevante para o estabelecimento do design no período moderno. Assim, não entraremos no mérito do deslocamento da escola de um local para outro, nem das questões que envolvem a passagem de Walter Gropius, Johannes Itten, Lazlo Moholy-Nagy, Hannes Meyer e Mies van der Rohe na sua coordenação. Interessa-nos deixar claras, contudo, a não-uniformidade e a heterogeneidade ideológica da escola.

Costuma-se indicar seus períodos distintos segundo suas sedes: Weimar, 1919-25; Dessau, 1926-32; Berlim, 1923-33. Maldonado (1975) identifica-as como correspondentes às ênfases conceituais que preponderaram na escola: a primeira, ligada ao expressionismo tardo-romântico; a segunda, de forte influência construtivista e marcada pelo racionalismo; e a terceira, marcada pelo racionalismo técnico-produtivista. O fechamento da *Bauhaus* em 1933 leva à emigração de alguns professores/artistas para várias partes do mundo, sobretudo rumo aos Estados Unidos. Com isso, também o *espírito bauhausiano* disseminou-se através da continuidade das experiências de seus expoentes. Em 1938, no Museu de Arte Moderna em Nova Iorque, realiza-se uma exposição sobre a *Bauhaus* que, ao enfatizar apenas a fase de Gropius, termina por reiterar o mito da uniformidade da escola.

Nessa linha de pensamento, por exemplo, é interessante observar a própria apresentação de Hurlburt (1987) a respeito da *Bauhaus*. Depois de apontamentos mais genéricos, opta por dispor a contribuição individual para o design gráfico de cinco de seus mestres (assim eram efetivamente tratados): Paul Klee, Wassaly Kandinsky, Lázlo Moholy-Nagy, Josef Albers e Herbert Bayer.

Figura 10



abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
a dd

abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
xyzag dd

wir beabsichtigen eine serie  
verschiedener seifen in weis-  
sen wärtern.

man beabsichtigen eine  
serie verschiedener seifen  
in weissen wärtern auf  
den markt zu bringen.

No alto, estudo para o  
desenvolvimento do  
*Alfabeto Universal*.  
Logo acima, o *Alfabeto*  
e suas variantes.

Fontes: Drost, 1994:149;  
Meggs, 1992:295

Uma proposta que nos interessa de modo particular é o desenvolvimento do *Alfabeto Universal* (1925), idealizado por Moholy-Nagy e desenvolvido por Herbert Bayer. O próprio nome indica a pretensão de universalidade a ser alcançada através do desenvolvimento de uma forma ideal, fruto da racionalidade posta na base da tecnologia. A chamada *Escrita Universal* já havia sido adotada na Escola no mesmo ano, fundada no uso apenas de letras minúsculas sob o princípio de maior economia (pouparia tempo), legibilidade e facilidade de assimilação:

O funcionalismo na *Bauhaus* aceitou experiências culturais padronizadas. Ele não se preocupou com o sistema de valores do povo e os obstáculos culturais que excluem algum objeto ou imagem da integração cultural. Fez também um pouco de esforço para atender a tradições, linguagens e costumes. Sua tipografia mostra uma profunda ignorância não só da evolução das formas das letras, mas também da mecânica de ler, da legibilidade e da percepção. A crença em que uma única perspectiva pode satisfazer a muitos problemas caiu entre a realidade e o desejo de ter todos os segmentos da cultura funcionando do mesmo modo e dentro do mesmo sistema de valores. (Winkler, 1994:40)

Os princípios norteadores do design sistematizados na *Bauhaus* envolvem a concepção dos projetos e a determinação dos elementos gráficos que dele fazem parte. Sua raiz é a noção de funcionalidade que é anterior à própria Escola. Contudo, o caráter praticamente dogmático e intrinsecamente ligado ao *good design*

toma corpo a partir daí. Elaboramos a lista de recomendações a seguir que assinala características de um layout profissional (*bem feito*) segundo as noções funcionalistas (figs. 11, 12 e 13):

- economia no uso de diferentes fontes tipográficas;
- utilização de um sistema de *grid* ou similar que assegure a ordenação racional do projeto de modo a garantir sua unidade;
- articulação de um repertório determinado de elementos gráficos que, repetindo-se, assegurem a identidade do projeto;
- legibilidade, clareza, hierarquia (ordenação) e facilidade de decodificação pela repetição sistemática dos signos utilizados, permitindo o rápido entendimento por parte do leitor/receptor;
- prioridade à comunicação, colocando os aspectos estéticos sob sua “subordinação” (sem ignorar, entretanto, o necessário apelo ao *novo* como fator de persuasão).



Figura 11

É exemplar da noção de identidade visual e do sistema de *grid* a coleção de capas da revista *Skyline* desenvolvidas em 1979 pela *Vignelli Associates*. A prioridade à comunicação reserva o caráter de novidade apenas às imagens utilizadas. Fonte: Meggs, 1992:396.

Figura 13

Figura 12

### Momentos de um projeto inacabável

Em São Paulo, o processo personalista do arquiteto Vitor Amaral Lotufo em suas pizzarias de sucesso.

Foto: Carlos Kipnis

Desde 1989 a Oficina de Pizzas do arquiteto Vitor Lotufo, no sucesso no bairro paulista de Vila Madalena, acabou dando origem de outras pizzarias, famosas e terapêuticas, pela sua forma e maneira de representar a hospitalidade de sua cozinha. Espaço, luz e de novo e estagnação.

Um espaço vago, mesmo para quem entra e pela primeira vez, ele parecia a ser indicado à luz e conforto de uma recepção, cada um mais nos grandes espaços. Adaptada de uma maneira para a Oficina de Pizzas, quando a luz dos seus espaços, quando dos ritmos e da mudança de luz. A arquitetura começa a ser imposta por um limite de luz e espaço. O que de qualquer maneira, não é uma forma, porém a prática da arquitetura.

Muito um pizzaria é um momento de contemplar e pizza mensal de Lotufo, professor de arquitetura e arquiteto no PUC de Campinas e dono de um pequeno escritório de arquitetura. A pizza é uma forma de vida e um espaço que é capaz, além de fazer, também há um, através de um espaço de vida e um espaço de vida.

**Arquitetura de essência**  
"O essencial se dá arquitetura, não há nada como no momento", diz Lotufo, que foi quem criou os seus espaços, um espaço vago, mesmo para quem entra e pela primeira vez, ele parecia a ser indicado à luz e conforto de uma recepção, cada um mais nos grandes espaços. Adaptada de uma maneira para a Oficina de Pizzas, quando a luz dos seus espaços, quando dos ritmos e da mudança de luz. A arquitetura começa a ser imposta por um limite de luz e espaço. O que de qualquer maneira, não é uma forma, porém a prática da arquitetura.

"Neste momento não há valor ao nível de projeto de arquitetura, mas, talvez, um 'sim', diz Lotufo. "Para mim, não há algum ter um valor agrícola, é resultado do trabalho humano e deve ser valorizado, não destruído."

As pizzas de sua Pizzeria foram suas pizzas apenas conversadas, quando a luz dos seus espaços, quando dos ritmos e da mudança de luz. A arquitetura começa a ser imposta por um limite de luz e espaço. O que de qualquer maneira, não é uma forma, porém a prática da arquitetura.



Um espaço vago, mesmo para quem entra e pela primeira vez, ele parecia a ser indicado à luz e conforto de uma recepção, cada um mais nos grandes espaços. Adaptada de uma maneira para a Oficina de Pizzas, quando a luz dos seus espaços, quando dos ritmos e da mudança de luz. A arquitetura começa a ser imposta por um limite de luz e espaço. O que de qualquer maneira, não é uma forma, porém a prática da arquitetura.

Arquitetura de essência  
"O essencial se dá arquitetura, não há nada como no momento", diz Lotufo, que foi quem criou os seus espaços, um espaço vago, mesmo para quem entra e pela primeira vez, ele parecia a ser indicado à luz e conforto de uma recepção, cada um mais nos grandes espaços. Adaptada de uma maneira para a Oficina de Pizzas, quando a luz dos seus espaços, quando dos ritmos e da mudança de luz. A arquitetura começa a ser imposta por um limite de luz e espaço. O que de qualquer maneira, não é uma forma, porém a prática da arquitetura.



## O caminho para o coração do seu cão passa pela boca.

Um cão não troca o carinho do dono por nada. Nem mesmo por um bom pedaço de Frolic.

Mas ele vai viver mais feliz se puder ter os dois.

É que saber, para o cão, é também uma forma de carinho.

E não é o que não falta em Frolic. É só o único alimento feito com carne

leica, tenro e muito mais. Frolic é do jeito que o cachorro gosta.

E para o filhote crescer forte e saudável, agora tem Frolic Junior. Com a mesma qualidade de Frolic e ainda mais rico em nutrientes.

Frolic Junior é do jeito que o filhote precisa.

Prove o seu amor pelo seu cão com Frolic. Ou só esquecer do

que semis quando gostos de sua mãe a comida de que mais gostava!



Neste anúncio temos o uso predominante de uma mesma família de tipos com serifa em estilos regular, bold e itálico. As outras fontes que aparecem fazem parte do selo e da embalagem (figuras). Sua composição arranja imagem, chamada, corpo de texto e logomarca (na embalagem), acompanhando a linha de leitura. O selo especial fica à esquerda, sem maior destaque, mas assegurando equilíbrio do layout. Fonte: Revista Elle, edição 25.

Destaque-se aqui legibilidade, clareza e hierarquia, além do uso de uma única família tipográfica – ressalva modernista feita, contudo, ao corpo do texto sem serifa (compreensível se considerarmos que o público-alvo é na sua maioria arquitetos). Fonte: página da revista Design&Interiores 29, 1992.

As inovações propostas pelos movimentos do início do século e da Bauhaus – inicialmente acessíveis a uma audiência restrita – foram estendidas a impressores e outros envolvidos com as artes gráficas através de Jan Tschichold:

(...) o que distinguiu Tschichold foi mediar idéias complexas e expressá-las em formulações claras, detalhadas. Se Lissitzky e Moholy-Nagy (...) foram visionários

artísticos, Tschichold foi o prático lúcido, capaz de formular e desenvolver essas visões no mundo ordinário. Onde aos outros faltou habilidade para especificar configurações exatas de tipo e de imagem, e ficaram eles assim à mercê de impressores muitas vezes desprovidos de sensibilidade, Tschichold sabia o que queria e podia consegui-lo. (Kinross, 1995)

Em 1923, este filho de um *designer* e pintor de sinalizações, com formação na *Leipzig Academy* e calígrafo da *Insel Verlag*, visitou uma exposição da *Bauhaus* em Weimar e ficou bastante impressionado (Meggs, 1992). Em 1925 lançou, como encarte da *Typographische Mitteilungen*, um volume de vinte e quatro páginas destinado a impressores, compositores e designers onde buscava explicar e demonstrar elementos da tipografia assimétrica. Em 1928 é a vez de seu primeiro livro: *Die Neue Typographie* (Berlim, 1928).

### **A nova tipografia**

Dividido em duas partes, uma composta de elementos teóricos e históricos, e a outra apresentando categorias tipográficas junto com exemplos, o livro *Die Neue Typographie* tem um caráter essencialmente pedagógico – trata-se de um *handbook*, de um Manual.

Robin Kinross (1995) afirma que a presença de termos – como *uso*, *necessidade*, *função* – explicita as idéias modernistas orientadas à criação de peças gráficas identificadas com os novos tempos. Todavia, o autor expressa também o desejo de chegar à forma abstrata, que anula a si própria:

O trabalho individualístico, a “linha” do artista, são o perfeito oposto do que estamos procurando alcançar. Somente o anonimato nos elementos de que fazemos

uso e a aplicação de leis transcendendo o próprio, combinados com o abandono da vaidade pessoal (até agora falsamente denominada "personalidade") em favor do design puro, asseguram o surgimento de uma cultura geral, coletiva, que abrangerá todas as expressões da vida — incluindo a tipografia. (Tschichold, 1995:28-29)

Para Tschichold, a nova tipografia não representava apenas uma questão estética: fazia parte de outra, mais ampla e complexa, que dizia respeito à funcionalidade (uso e finalidade). Seus princípios básicos eram (fig. 14):

- assimetria;
- uso positivo do espaço em branco;
- uso de cores visando a objetivos definidos;
- contraste e espaços sem interesse para obter *visual balance*.

Figura 14

**VORZUGS-ANGEBOT**

Im VERLAG DER BILDUNGSVERBÄNDE DER DEUTSCHEN BUCHDRUCKER, Berlin SW 8, Drobachstr. 8, erscheint demnächst:

**JAN TSCHICHOLD**  
Lehrer an der Meisterschule für Deutsche Buchdrucker in München

**DIE NEUE TYPOGRAPHIE**

Handbuch für die gesamte Fachwelt  
und die Drucktechniker-Verbandsräte

Das Problem der neuen gestaltenden Typographie hat eine tiefere Dimension als allen Betrachtern hervorgeht. Wir glauben dem Bedarf, die aufgeworfene Frage ausführlich behandeln zu sehen, zu entsprechen, wenn wir jetzt ein Handbuch der NEUEN TYPOGRAPHIE herausgeben.

Es kann dem Verfasser, einem ihrer beliebigen Verleger, in diesem Buche zunächst darauf an, das ganze Zusammenhänge der neuen Typographie mit dem menschlichen geistigen Leben aufzuzeigen und zu bezeichnen, daß die neue Typographie ein überaus bedeutender Ausdruck einer neuen Gestaltung ist wie die neue Baukunst und alle Künste, die mit unserer Zeit verbunden sind. Diese geschichtliche Betrachtung der neuen Typographie bringt weiterhin eine kritische Darstellung der alten Typographie. Die Entstehung der neuen Baukunst, die für unser heutiges Leben gänzlich bestimmend geworden ist, wird in einem reich illustrierten Aufsatze des Buches leicht faßlich dargestellt. Ein kurzer Abschnitt „Der Bauwesen der neuen Typographie“ setzt zu dem wichtigsten Teile des Buches, der Begründung der neuen Typographie über. Diese werden über den Zusammenhang, die wichtige und höchste Beziehung einander gegenübergestellt. Zwei weitere Artikel behandeln „Photographie und Typographie“ und „Neue Typographie und Hermann“.

Der Hauptwert des Buches für den Praktiker besteht in dem zweiten Teil „Typographische Hauptgesetze“ jenseits des selbstverständlichen Intellektuellen. Es enthält daher an einem Werke, das wie dieses Buch die schon fast unüberwindlichen Schwierigkeiten der geschichtlichen Fragen in geläufiger Ausführlichkeit behandelt, jeder Teilnehmende erhält einen allgemeinen typographischen Ratsgeber, der allen die Abhängigkeiten aller in Betracht kommenden Bestandteile der Deutschen Normenschriften, alle anderen (z. B. postalischen) Vorschriften und sonstige Beispiele, Gegenstände und Zeichen.

Für jeden Buchdrucker, insbesondere jeden Ausführenden, wird „Die neue Typographie“ ein unverzichtbares Handbuch sein. Von weit geringerer Bedeutung ist es für Rationalisten, Gebrauchsgraphiker, Künstler, Photographen, Architekten, Ingenieure und Schriftsteller, wie für alle, die mit dem Buchdruck in Verbindung stehen.

Das Buch enthält über 125 Abbildungen, von denen etwa ein Viertel zweifach gedruckt ist, und enthält gegen 200 Buchst. auf gelbem Kontrastpapier. Es erscheint im Format 200 x 140 mm und wird bei Klappen in Ganzleinen gebunden.

Preis bei Vorbestellung bis 1. Juni 1928: **5,00 RM**  
durch den Buchhandel nur zum Preise von **6,50 RM**

Berlin-Verlagshaus vertrieben 1928

Em *Typographische Gestaltung* (Basel,

1935), o autor aprofundou e reviu suas idéias. Em 1967, este livro foi publicado em língua inglesa sob o nome de *Asymmetric Typography*. Uma série de ensaios escritos por Tschichold foi reunida no livro *The form of the book*, publicado em 1991. Robert Bringhurst, em sua introdução, diz que:

Aquilo sobre que nós refletíamos e com que trabalhávamos cotidianamente era, para ele, não apenas metal, tinta e papel, mas a história da literatura, das formas das letras e do livro como uma força cultural tanto para a conservação como para a mudança. (Bringhurst, 1991: X)

A peça gráfica desenvolvida por Tschichold para divulgar seu livro é exemplo de suas idéias sobre a nova tipografia. Foi impressa nas cores preto e amarelo em 1928. Fonte: Meggs, 1992: 299.



Nos anos cinqüenta, os EUA já têm papel de destaque no design gráfico mundial, com objetos gráficos como revistas de grande circulação (*Vogue*, *Life*, entre outras), projetos de identidade visual e anúncios. Entre os designers da *New York School* estão Paul Rand, Alvin Lustig, Bradbury Thompson (fig. 15), Saul Bass, Ivan Chermayeff e Herb Lubalin.

No mesmo período, na Suíça, emergiu o *Estilo Internacional* cujo ideal era ordem e clareza. Seus trabalhos caracterizavam-se visualmente pelo uso da *grid* sustentando a organização assimétrica dos elementos visuais, fotografias objetivas, uso de tipos sem serifa e alinhamento à esquerda. Com o que já vimos ao analisar a *Bauhaus*, torna-se evidente o paradigma funcionalista adotado pelo design suíço. Ernst Keller, Théo Ballmer, Max Bill (Escola de Ulm), são alguns de seus precursores. Adrian Frutiger e Hermann Zapf lembram-nos conhecidas fontes. Outros expoentes são Armin Hoffman, Josef Müller-Brockmann, Carlo Vivarelli, Hans Neuburg.

A constituição do design gráfico enquanto campo de atuação profissional, portanto, tem como raiz o funcionalismo, que estabeleceu uma série de parâmetros que garantiriam a execução de um *bom design*. A noção da "práxis profissional *transparente*" vincula-se diretamente aos projetos que seguem este tipo de orientação (*form follows function*) que, como abordamos nesta parte do trabalho, não é intrínseca à área de atuação, mas resulta de um período histórico específico, assinalado pela constituição dos meios de produção capitalista. Embora predominante durante a modernidade, não foi sua expressão única, embora a mais evidente, predominante e ortodoxa, enfim, a que consta nos currículos de formação de profissionais, nos anuários de design, etc.

## Legibilidade e transparência

A noção de legibilidade tem papel essencial na *transparência* da práxis, onde o designer procuraria exercer seu papel de mediador quase que invisivelmente. Sob este prisma, as orientações relativas à tipografia que garantiriam consistência e competência no exercício da profissão são regidas pela “tradição” do ofício: representar claramente o pensamento do autor.

A primeira coisa que alguém aprende a respeito de tipografia e design de tipos é que existem muitas regras e máximas. A segunda é que essas regras são estabelecidas para serem quebradas. E a terceira é que “quebrar as regras” foi exatamente mais uma das regras. Ainda que as regras sejam estabelecidas para serem desrespeitadas, escrupulosamente observadas, mal-entendidas, reavaliadas, readequadas e subvertidas, a melhor regra básica é a de que as regras nunca devem ser ignoradas. (Keedy, 1994:27)

Rob Carter, em seu livro *Experimental typography* (1997), buscou reunir orientações que não são “absolutas ou definitivas, mas que são representativas de um conjunto firme, testado no tempo, de regras tipográficas” (Carter, 1997:10). A partir da seleção feita pelo autor (Carter, 1997: 10-21) – que relaciona elementos que apontamos no nosso quadro sobre legibilidade no capítulo I, só que indicando o *modo correto* de usá-los – observaremos como a atividade de design buscou e consagrou algumas fórmulas para aproximar-se da máxima legibilidade e, portanto, funcionalidade.

1. Para ótima legibilidade, escolha tipos clássicos, formas de tipos testadas pelo tempo, com uma trajetória comprovada.
2. Tenha em mente não usar muitas fontes diferentes ao mesmo tempo.
3. Evite combinar fontes que tenham aparência muito similar.

4. Texto composto todo em maiúsculas retarda severamente a leitura. Use caixa alta e baixa para ótima *readability*.
5. Para corpo do texto, use tamanhos que os estudos de legibilidade mostraram ser os mais *readable* (entre 8 e 12 pontos, considerando também diferentes alturas – *x-height*).
6. Evite usar diferentes tamanhos e estilo (peso) de tipos ao mesmo tempo.
7. Use corpo do texto em estilo (peso) *book*. Evite fontes que pareçam extremamente pesadas (*heavy*) ou claras (*light*).
8. Use fontes de largura média. Evite fontes que pareçam extremamente expandidas ou condensadas na largura.
9. Para corpo do texto, use espaço entre letras e palavras consistente para obter uma textura parelha, ininterrupta.
10. Use largura de linhas apropriadas. Linhas muito curtas ou muito compridas rompem o processo de leitura.
11. Para corpo do texto, use espaço entre linhas que facilmente conduza o olhar de uma linha para a seguinte.
12. Para ótima *readability*, use alinhamento à esquerda (direita não alinhada)
13. Esforce-se para que as terminações das linhas (*rags*) sejam rítmicas.
14. Indique claramente os parágrafos, mas tenha cuidado para não perturbar a integridade e a consistência visual do texto.
15. Evite linhas *órfãs* e *viúvas* sempre que possível.
16. Enfatize elementos do texto com discrição, sem perturbar o fluxo de leitura.
17. Mantenha sempre a integridade do tipo. Evite distorcer arbitrariamente as letras.
18. Sempre alinhe letras e palavras pela linha de base.
19. Quando trabalhar com tipo sobre cor, assegure-se da existência de contraste suficiente entre os tipos e o fundo. (Carter, 1997:10-21)

Os princípios acima, se vistos como um conjunto de *dogmas* a serem seguidos em toda e qualquer situação, enfatizam apenas o design como um meio transparente. Os princípios articulam-se para alcançar a máxima legibilidade, que é nesse caso, elevada a critério de valor da boa composição de um texto. Assim, o design deveria ter o máximo de homogeneidade, retirando todas as barreiras que impedissem o acesso à "mensagem" do autor. Vale lembrar, entretanto, que esse conjunto de *regras* se aplica em um contexto de produção, veiculação e recepção da

peça gráfica. Isto é, buscamos – através da articulação da mensagem em seus aspectos visuais – comunicar algo a alguém valendo-nos de um determinado gênero de suporte impresso: cartaz, folder, livro, revista, etc.:

Há muitas formas, diferentes, de ler, ligadas a objetos de leitura bastante variados. Pode-se ler para pesquisar, ler para estudar, ler para informar-se ou ler para descansar. Às vezes olha-se mais do que se lê, outras vezes lê-se apenas um pedacinho, ou com interrupções, e então lê-se de novo por algum tempo. A leitura de listas telefônicas e de dicionários é evidentemente diversa, quanto ao modo, da leitura de um jornal, e um romance, igualmente, exige um modo próprio, peculiar, de leitura. (Unger: 1994:112)

Com a afirmação de Unger, queremos enfatizar o fato de que as diferentes situações de comunicação (contexto) possibilitam também diversos modos de composição dos signos visuais. A sintaxe gerada pode ser adequada a um contexto e não a outro. Além disso, ao envolver aspectos informativos, estéticos e persuasivos, a ênfase estrita a legibilidade deixaria em segundo plano a *introdução do novo*, o que pode ser eventualmente desejável (design informacional), porém na maioria dos casos não o é.

A consistência do layout é outro critério pertinente na avaliação da *gestalt* desenvolvida. Há nela compatibilidade entre os elementos, firmeza, constância, conforme sugerem os termos. Podemos usar tal princípio também na análise de objetos gráficos pós-modernos: segundo características *ironicamente (pseudo) modernistas*, poderíamos afirmar que seus elementos visuais repetem-se (são caoticamente redundantes) segundo uma *grid* (ausente) gerando unidade visual, por exemplo. A consistência, portanto, indica a presença de coerência no projeto, seja ela segundo *o menos é mais* – mote funcionalista – ou amparada no aparente caos visual (fig. 16).



Figura 16

*As páginas de revista desenvolvidas por David Carson em 1993 demonstram consistência apesar da ausência de uma grid fixa, do uso de tipos com tamanhos diversos, e da quebra de outros preceitos modernistas. Fonte: Blackweel&Carson:1995 (:tente encontrar o número da página do livro!?)*



Por fim, gostaríamos de retomar brevemente a questão da tecnologia informática como viabilizadora de grande parte das experiências de design que fogem aos padrões modernos e que veremos com mais profundidade a seguir. Sugerimos um paralelo: quando a revolução industrial estava em seu início e novas técnicas de impressão foram introduzidas, houve uma grande euforia em torno das potencialidades então disponíveis:

O design de notas, pôsters com tipos e panfletos nas empresas dedicadas a esse serviço não envolvia um designer gráfico no sentido que a expressão tem no século XX. O compositor, muitas vezes em entendimento com o cliente, selecionava

e compunha o tipo, a régua, os ornamentos e a ilustração, gravada em madeira ou estereotipada em metal que, a partir do estoque disponível, preencheria os componedores. Armada com esse infinito arsenal tipográfico de tamanhos, estilos, pesos e efeitos ornamentais novos, a filosofia do design era fazer uso dele! A necessidade de prender bem todos os elementos na prensa conduzia a uma ênfase horizontal ou vertical no desenho; esse tornou-se o princípio básico de organização. (Meggs, 1992: 137).

O espírito que moveu os *artistas* gráficos e impressores durante o período acima mencionado era essencialmente o de experimentar e usar ao máximo a tecnologia, dominando os meios recém desenvolvidos. O que vemos exemplificado aqui é a tese fundamental de que a transformação técnica altera a forma de produção, não apenas de modo externo, mas transformando materialmente sua natureza. Pela observação de Meggs – “a filosofia do design era fazer uso dele” – o arsenal de técnicas tinha valor em si mesmo, não apenas para quem produzia um cartaz, como também para quem o recebia, pois impressionava sobretudo o uso de um recurso novo – independente de quem o utilizava, com que finalidade. Assim, não apenas o conteúdo da mensagem, ou sua composição, mas o instrumento técnico em si funciona também como enunciado que gera efeito no receptor. Considerando a busca moderna do sempre novo, uma técnica recente vem a ser valorizada em si mesma por representar indicialmente, pelo seu emprego numa dada peça gráfica, um progresso.

A informática, ao ser introduzida como ferramenta de design, causou um momento inicial de certa padronização nos layouts, assentada na utilização desmedida dos recursos de vários *softwares*. A alteração técnica, disseminada rapidamente pelos computadores domésticos, fascinou pela facilidade com que uma ampla variedade de recursos gráficos tornou-se disponível ao usuário *comum*. Um

universo técnico, que exigia formação profissional específica, abriu um campo de atuação para pessoas sem habilidade manual para desenhar, sem educação estética para compor um página equilibrada, sem paciência ou tempo para compor capas, relatórios, gêneros variados. De certo modo, essa noção mágica, fetichista, da execução fácil, criou a ilusão de que qualquer um seria capaz de desenvolver uma *boa* peça gráfica sem esforço e com rapidez.

Ao contrário dessa euforia, supomos que o domínio da tecnologia pelo homem/profissional exige dele certo *tempo* até que consiga gerar, através de sua utilização, novas alternativas e produtos, bem como sistematizar o conhecimento resultante destas experiências. O *tempo* é citado repetidamente nos movimentos modernos. O tempo moderno exige a formação do homem pela sucessão de etapas que o levam do desconhecimento ao conhecimento, da imperícia à experiência profissional. O tempo exige ainda mais que cada um seja um homem afinado às questões de sua época, que se mantenha sempre renovando, progredindo no domínio de sua área de atuação autônoma no uso dos meios, gerando produtos que sejam expressão do seu *tempo*. O tempo histórico, caracterizado pela transformação, é internalizado pelo sujeito moderno. O registro das mudanças traz a ruptura com a vida imediata, permitindo ao homem consciência do caráter e da finalidade das ações feitas. Essa noção, própria das grandes narrativas de emancipação, caracteriza a crença moderna da formação de espíritos conscientes e livres.

Quanto à pós-modernidade, as transformações por que passam as sociedades pela disseminação da informática não afetam as pessoas comuns apenas, mas alteram a natureza do saber (Lyotard, 1989), em que o armazenamento de

informações é facilitado à baixo custo. Deve-se ressaltar ainda que a impressão de disponibilidade democrática dos novos recursos esconde uma cisão ainda maior entre o saber dos peritos, que fazem os *softwares*, e o senso comum dos que consomem apenas o resultado. A noção do tempo formador é perdida junto com a perda da credibilidade das metanarrativas e das totalidades orgânicas. Restam a velocidade alucinante das mudanças, bem como os acontecimentos múltiplos, diversos e simultâneos. Ao sujeito fica a impressão, marcadamente pós-moderna, da incomensurabilidade das novas vivências, que podem ser referidas sem serem representáveis.

### Pós-modernidade

#### NOTAS

<sup>1</sup> David Harvey, em *Condição pós-moderna* (1996), faz o seguinte paralelo:

$$\begin{array}{l} + \text{ meio} = \text{significante} \\ \text{mensagem} = \text{significado} + \\ \text{informação} \quad \text{signo} \end{array}$$

<sup>2</sup> A geometria implica o domínio de formas exatas, racionais. O desenho naturalista, por sua vez, envolve aspectos subjetivos, ornamentais e irracionais.

<sup>3</sup> Cf. Villas-Boas, André. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: ZAB, 1997.

<sup>4</sup> Cf. Droste, Magdalena. *Bauhaus, 1919-1933*. Berlim: Bauhaus-Archiv Museum für Gestaltung & Benedikt Taschen, 1992. (p.18-19)

### III - O DESIGN GRÁFICO PÓS-MODERNO

#### Pós-modernidade

*Simplificando ao extremo, considera-se que o "pós-moderno" é a incredulidade em relação às metanarrativas.*

*Lyotard*

Escrever sobre a pós-modernidade é defrontar-se com um paradoxo básico: como generalizar um espírito de época para um período que descrê nas generalizações? Os teóricos consultados – Lyotard, Foucault, Eagleton, Harvey, Bauman, Canclini – não podem ser ser unificados, pois estaríamos homogeneizando reflexões díspares. Existe, no entanto, um traço em comum perceptível: eles constróem a reflexão sobre a pós-modernidade pelo confronto com a modernidade, mostrando como essa foi dissolvida.

Por isso, considerando a importância dos jogos de linguagem, partimos da análise do termo usado para caracterizar as mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais do novo período. Ao usar o termo “pós”, cria-se como elemento constitutivo da pós-modernidade o fato de ter sucedido à modernidade, de se colocar depois dela. Sua historicidade é um traço fundamental, pois ela é vista não apenas como sucessão, mas principalmente como negação, sem visar a uma síntese final. Como, no entanto, a pós-modernidade não tem um princípio dominante que subsuma as manifestações heterogêneas, ela pode trazer, e traz, dentro de si, elementos modernos.

Num primeiro sentido, “pós” indica a sucessão temporal linear e cronológica. Essa primeira acepção deriva da arquitetura (Lyotard, 1993; Harvey, 1996). Na modernidade, a cidade é pensada como um projeto global capaz de abrigar cidadãos, sujeitos emancipados, rompendo com as antigas estruturas. O planejamento não leva em conta apenas um prédio específico, mas sua inserção dentro de um lugar específico, em que a concepção geométrica domina e disciplina a natureza. A urbanização pressupõe um conjunto ordenado capaz de abrigar todos os cidadãos. A pós-modernidade trabalha com a *citação* de estilos anteriores em um mesmo edifício e na relação com ambientes heterogêneos que convivem lado a lado, sem que haja a pretensão de que um estilo dominante se imponha sobre o conjunto. Essa noção de pós-moderno implica na ruptura, na introdução de um novo aspecto distinto dos padrões anteriores, estando vinculada ainda a *epistème* moderna: “de quem é possível romper com a tradição e instaurar uma maneira de viver e de pensar absolutamente novas” (Lyotard, 1993: 94).

O outro sentido de “pós” está relacionado ao fim das grandes narrativas, daquelas que legitimavam as instituições modernas. Existe uma oscilação entre o luto, capaz de superar a perda do objeto querido, e a melancolia, como uma tristeza sem causa definida ou superação. Não se nega, entretanto, a perda do projeto de emancipação da humanidade. Em *Educação após Auschwitz* (Adorno, 1986), o problema do campo de extermínio, o seu contínuo terror, não está apenas no fato de ter acontecido, mas no de novamente poder ocorrer, pois não foi um acontecimento anômalo, mas algo coerente com o desenvolvimento da sociedade globalizada. O gesto frio e a dissolução do sujeito são postos por Adorno dentro da sociedade industrial. Num mundo cuja falsa mediação universal é a mercadoria, tudo passa a ser considerado por seu valor de troca. Assim, cada coisa ganha identidade quando serve de mercadoria, mediação ao lucro.

O caráter abstrato, negativamente conceituado por Adorno, apaga qualquer traço heterogêneo. Não há aparentemente fuga do valor de troca, que reduz a dinheiro obras artísticas e filosóficas, instrumentos, alimentos, vestes, trabalho. Como falsa mediação universal, o acesso a qualquer coisa dá-se pela sua entrada no mercado. Enfim, Auschwitz é o marco da dissolução da expectativa moderna de que o progresso da ciência levaria a um mundo melhor. A totalidade destrói o sujeito, transformando-o apenas em uma abstração de um princípio dominante e pseudo-universal. A eliminação do outro em nome da pureza da raça ariana (Bauman, 1998) revela o retorno ao mito – em sua característica despótica – em que a identidade é una, revelada pelo modelo original e exclui aqueles que dela diferem (Lyotard, 1993:87). O sonho de pureza, em que cada coisa ocupa seu devido lugar, exclui tudo que

ameaça a ordem estabelecida (Bauman, 1998). Assim, em Auschwitz, vê-se como de dentro da razão iluminista o mito retorna em sua face mais terrível. De todo modo, a pós-modernidade recebe a marca de fogo pela aniquilação de seres humanos e pela perda do ideal moderno, que preconizava a união das instâncias científica e ética em um avanço harmônico. O imperativo moral não se alcança pelo progresso científico, mas, ao contrário, esse último levou à barbárie, ao analfabetismo, ao empobrecimento dos povos... (Lyotard, 1988:114).

Em vez das grandes narrativas, capazes de absorver um sem número de enunciados prescritivos, denotativos, performativos, a pós-modernidade afirma o valor das pequenas narrativas, em que o enredo não está previamente estabelecido. Não existe a crença de que o mundo tem uma História universal, regida pelas mesmas regras traçadas por Hegel, pela adequação entre a escrita prosaica e o fato representado, em que se narra a formação do Estado, como encarnação do Espírito. Ao contrário, o termo-chave pós-moderno é a incredulidade, como um distanciamento cético do ponto de vista totalizador que abrange qualquer elemento singular. Talvez seja possível acrescentar a insegurança. A satisfação do princípio do prazer faz com que cada indivíduo concentre sobre si a busca de regras para ordenar sua experiência. O ganho na liberdade corresponde à insegurança, em que a ordem genérica se desfez, deixando os indivíduos desorientados (Bauman, 1998).

Em uma terceira acepção, a pós-modernidade marca a expressão cultural, como uma maneira plural distinta da moderna. A modernidade não é vista nesse caso apenas como um período, mas como um modo de expressão. Ela traz em si a consciência do próprio fazer estético, do projeto responsável das vanguardas de

anamnese dos pressupostos esquecidos da modernidade, em que a pesquisa de novos meios expressivos, explicitada em manifestos, era um índice de um plano que extrapolava às artes para conscientizar a sociedade. A pós-modernidade traz um novo modo em que o fragmentário, a citação e a desestruturação da totalidade orgânica referem-se à procura de expressão singular. A arte, capaz de romper com o já pensado, manifesta algo ainda não desfigurado pela falsa universalidade. Não se fala da representação realista, ilusionista, mas de uma forma em que o sujeito preserva sua singularidade (Lyotard, 1993). Inexiste, no entanto, um projeto, um manifesto ou um movimento conjunto em que as singularidades artísticas se englobem.

Nas três acepções (cronologia, melancolia ou cultura), o pós-modernismo aponta o período em que a modernidade, como época e como modo, se esgotou. Os princípios de realidade e de prazer foram usados por Freud para descrever o mal-estar da civilização moderna que renuncia à satisfação livre dos prazeres em nome da ordem, da segurança e da harmonia. Com o fim desses projetos modernos, a noção de sacrifício perde a validade, pois a promessa futura mostra-se um engodo perigoso que leva a humanidade à ruína e a negação dos estranhos. A pós-modernidade em contrapartida está centrada na afirmação individual da liberdade, que traz em si o mal-estar de perder a segurança, a ordem e harmonia. O mal-estar liga-se à perda das narrativas modernas que contavam a emancipação da humanidade, pelo povo ou pelo Espírito livre. Essa perda leva cada um a se voltar para uma busca individual, sem que haja rumo definido. Nos jogos de linguagem da ciência e da arte, as regras constróem-se durante o fazer da obra.

Para Lyotard, o mercado impõe o valor de troca como referência hegemônica, e a opinião transforma-se em uma expressão ditatorial do mesmo através dos meios de comunicação de massa. Essas reflexões aproximam-no, em alguns pontos, de Theodor Adorno, na medida em que este denuncia a totalidade como uma fachada enganadora, dominada pela falsa universalidade da mercadoria. Apenas em sua negação, pelo fragmento, pela particularidade ou pela expressão de algo não desfigurado pela ideologia, o homem reencontra algo de sua humanidade. A diferença crucial é que, mesmo a partir de sua *Dialética negativa*, Adorno ainda tem como referência a dialética entre o particular e o universal. Ao contrário de Hegel, para ele, a totalidade é sempre falsa, pois ela não exprime uma verdade do sujeito, mas o sufoca, na medida em que ele se torna apenas parte do todo. Pela negação, no mergulho no individual, no excluído, Adorno crê encontrar ainda traços da universalidade não degradada.

Interessa nesse momento colocar a posição de um crítico da pós-modernidade, Terry Eagleton, que adota o ponto de vista socialista:

Parte da força do pós-modernismo resulta do fato de que ele existe, ainda que, no que tange ao socialismo, tal afirmativa se afigure bem mais questionável. Com a devida vênua a Hegel, pareceria agora que o real é irracional, e, o racional, irreal. (Eagleton, 1998: p. 8).

Desde a introdução de seu livro, *As ilusões do pós-modernismo*, Eagleton aponta enfaticamente sua perspectiva crítica de considerar, a contragosto, a existência da pós-modernidade. Prossegue tendo de admitir a irracionalidade da realidade que escapa à noção hegeliana de que apenas os fenômenos apreendidos pelos conceitos fazem parte da realidade. Além disso, Eagleton evita a mera descrição neutra e

apresenta-se como socialista que, portanto, nega a validade do pós-moderno. O teórico inglês não teme mostrar sua crença na legitimidade da metanarrativa socialista.

O socialismo, em sua visão, vem a ser a síntese positiva que une apenas os melhores elementos do comunismo e do liberalismo. Enquanto o Estado fornece os elementos necessários para os cidadãos alcançarem a felicidade, o resultado é uma pluralidade de respostas, pois não há um único padrão imposto aos indivíduos. O socialismo une, então, o dever do Estado e a formação do sujeito livre. O pós-modernismo, ao contrário, realiza a síntese negativa, pois as determinações do mercado impõem-se sobre os indivíduos, bem como não existe um sujeito livre e autônomo. O homem formado estaria preso aos desejos consumistas, que o fazem escravo da mercadoria e vítima das contingências.

O pós-modernismo é a condição existente, fruto do fracasso da política moderna, do colapso da concepção de sujeito e identidade, do fim da narrativa de emancipação e cultura transformada em mercadoria, no capitalismo financeiro. No confronto entre dois termos, resta apenas a dualidade em que fragmentação, não-identidade e diferença passam a ser critérios de valor frente aos desvalores da totalidade e identidade definida. Na visão de Eagleton, um autor como Lyotard, em sua descrição da pós-modernidade através dos jogos de linguagem, torna-se um apologista. Deve-se salientar, no entanto, que, pela negação da identidade e pela afirmação da diferença, Benjamin e Adorno quiseram desmitologizar a razão pragmática, oriunda do iluminismo, pois a totalidade e a identidade eram as fachadas reprodutoras do mesmo, da mercadoria, em que o interesse é pretensamente alçado à

universalidade. Lyotard descreve objetivamente a pós-modernidade, para depois criticar sua face negativa.

O traço singular de Lyotard está na utilização dos jogos de linguagem, de Wittgenstein, na medida em que considera apenas os efeitos do discurso sobre os interlocutores. Assim, a legitimação de um discurso dá-se pelo contrato entre os jogadores, sendo que sem regras não há jogo. Ao alterar a regra, o jogo é transformado. Dentro desse contexto, cada lance corresponde a um enunciado, e falar passa a ser um combate. Os vínculos sociais são construídos por esses jogos. Essa base serve para a compreensão do caráter legitimador da narrativa que ordena a experiência e absorve fenômenos diversos dentro de si, bem como enunciados descritivos, performativos, normativos, volitivos... O mito constrói uma identidade despótica; as grandes narrativas do século XIX propõem a emancipação do homem, como romances de formação. Na pós-modernidade, o desenvolvimento do saber científico, com suas próprias regras e com sua exigência de provas por parte de peritos, ajuda a dissolver a legitimidade das metanarrativas (Lyotard, 1989).

Nesse sentido, a realidade conhecida dos consumidores está fechada nos jogos discursivos do mercado, e o real passa a ser apenas a expressão do mesmo, efeitos da linguagem padronizada pela mídia. Em um texto sobre *1984*, de Orwell, Lyotard defende a resistência do indivíduo frente ao *Big Brother*, através da escrita e do corpo, quando expressa o universo interior em forma de diário, como se as palavras o construíssem, e quando vive o inominável, na experiência do amor.

É interessante confrontar-se as posições de Eagleton e Lyotard, pois a convivência de suas teorias distintas da pós-modernidade mostra a pluralidade pós-

moderna em que perspectivas diferentes podem estar juntas. Eagleton representa a perspectiva moderna tardia, na medida em que propõe a superação dos dilemas presentes em nome de uma promessa redentora. Citando Marx, ele afirma que a História é o pesadelo do qual tentamos despertar, pois se trata de um cortejo de atrocidades e vivemos como sujeitos descentrados, desencantados em um mundo degradado, dominado pela mercadoria. Lyotard também critica as conseqüências da pós-modernidade, do mercado e dos meios de comunicação de massa. Sua crítica, cética, não afirma a superação da cisão entre o desenvolvimento da ciência (geradora de catástrofes) e os limites dos valores éticos. Enquanto *A condição pós-moderna* (Lyotard, 1989) faz uma descrição objetiva, própria do saber científico, com provas e profusas referências bibliográficas, vários ensaios de *O pós-modernismo explicado às crianças* (Lyotard, 1993) mostram a tomada de posição, em que defende o resgate da infância como uma possibilidade de descobrir novas perspectivas sobre o real, mas critica os adolescentes e jovens marcados pela pressa e avessos à paciente reflexão e leitura filosóficas. Tanto Eagleton quanto Lyotard utilizam Adorno e citam Orwell como argumento de sustentação de suas posições, mas enquanto o primeiro afirma o valor da humanidade em geral, do apego à totalidade, o segundo destaca a resistência do indivíduo que escapa por exprimir o inominável. De todo, estamos frente a duas interpretações distintas da pós-modernidade que exemplificam, elas mesmas, a condição pós-moderna, plural e diversa.

Para Foucault (Foucault, 1997), a interpretação é um processo sem fim em que um interpretante remete a outro, que já é ele mesmo uma interpretação. É um processo sem fim, sem um sentido original a ser encontrado nem uma resposta final a

ser buscada. A base da hermenêutica é a desconfiança de que a linguagem não diz exatamente o que diz, ou de que existam outras linguagens para além da verbal que devem ser analisadas. Enfim, não há um centro de sentido, nem um significado último:

A morte da interpretação é o crer que há símbolos que existem primariamente, originalmente, realmente, como marcas coerentes, pertinentes e sistemáticas. (Foucault, 1997:26)

A insistência é a de que não há uma realidade estável que se mova por si, nem empiricamente, nem no mundo das idéias. A crença na imediatez de sentido leva o sujeito “a repetir a própria linguagem” (Foucault, 1997:36). O indivíduo, ao ficar preso em uma expressão realista ou aceitar a legitimidade de uma metanarrativa, toma por naturais e verdadeiros fenômenos culturais que são, eles mesmos, interpretações. O que surpreende não é a afirmação de que a cultura ocidental atual é marcada por uma pletera ilimitada de interpretações, mas de Marx e Freud serem incluídos nesse grupo. Ambos, vistos ainda como modernos, descobrem que a autonomia do indivíduo burguês é um engodo, pois ele é conduzido por forças que estão além de seu domínio consciente. A ideologia traduz o poder social de sua raiz, de sua classe, que determina seu comportamento. O inconsciente é o *iceberg* submerso, que desmente a aparência de decisão livre e autônoma ao revelá-la como fruto de pulsões irreprimíveis, que escapam a seu domínio. Marx e Freud, ao utilizarem o processo hermenêutico, abrem caminho, no entanto, para uma classe libertada e consciente de seu papel histórico ou para um sujeito capaz de superar o princípio do prazer em nome do princípio de realidade.

Assim, Foucault, ao utilizar Marx e Freud como exemplos de seu conceito de interpretação, realiza um processo de decomposição de ícones da cultura moderna e conseqüentemente destrói a possibilidade de se compor uma totalidade coerente para representar a realidade ou a chance de o indivíduo encontrar sua identidade sólida. De certo modo, Foucault encontra na modernidade os traços de sua própria dissolução que levam à pós-modernidade.

Nesse espaço pluralista da interpretação, Néstor Canclini se instala para refletir sobre a cultura como um fenômeno híbrido, que escapa aos rígidos conceitos de popular, culto e massivo, pois se não há espaço para existência de um produto puro do popular ou do erudito, então se deve criar conceitos aptos a discutir os fenômenos híbridos:

Nessa linha, concebemos a pós-modernidade não como uma etapa que substituiria o mundo moderno, mas como uma maneira de problematizar os vínculos equívocos que ele armou com as tradições que ele quis excluir ou superar para constituir-se. A relativização pós-moderna de todo fundamentalismo ou evolucionismo facilita revisar a separação entre culto, popular e massivo, sobre a qual ainda simula assentar-se a modernidade, elaborar um pensamento mais aberto para abarcar as interações e integrações entre os níveis, gêneros e formas de sensibilidade coletiva (Canclini, 1997: 28)

O interesse de Canclini é o de analisar as manifestações culturais latino-americanas que escapam aos limites da tripartição culto, popular e massivo. O ponto de partida é o de considerar a pós-modernidade como um modo de avaliar a realidade. Na medida em que não propõe uma sucessão linear, o pós-moderno pode trazer dentro de si manifestações modernas. Lyotard apresenta o exemplo do realismo utilizado nas narrativas fílmicas e romanescas, em que a aparência de reprodução

mimética preserva a crença na identidade estável (Lyotard, 1989). A heterogeneidade permite que se interprete a realidade como uma pluralidade de manifestações, abrindo inclusive a possibilidade de se revisar o passado, à maneira de Foucault, por exemplo, para desvendar a natureza arbitrária de um conceito como o de popular, construído, em fins do século XVIII, pelos românticos alemães, com a intenção de preservar manifestações que se extinguíam e baseadas na crença de que a história trazia a autêntica sabedoria do povo, capaz de renovar a arte erudita.

Como consequência, a perspectiva relativista incrédula, irônica, do pós-modernismo permite um novo olhar sobre a cultura. No caso de Canclini, o conceito de hibridação permite analisar as manifestações culturais como resultado da mistura, sem ver nisso uma perda de ordem ou de valor. Enquanto a modernidade se constituiu pela autonomia do campo artístico, a pós-modernidade traz obras populares sendo vendidas no mercado, perdendo o valor de uso. Por exemplo, em uma aldeia mexicana, a maioria da população produz objetos artesanais não para o uso mas para venda a turistas europeus. Para os europeus, o valor de troca torna-se uma mediação para alcançar um valor estético. Enfim, um mesmo objeto, um pote de barro, pode ser visto como utilitário, como econômico ou como estético. Ao se romper a fronteira, não se lamenta mais a pureza perdida, nem se busca uma homogeneidade restauradora da identidade fixa, mas se procura a compreensão do significado cultural da condição híbrida.

Vejamos, por fim, como a pluralidade e heterogeneidade pós-moderna contrastam com uma posição moderna:

A meta do artista gráfico é exprimir a si próprio, enquanto o designer de livros responsável, cômico de sua obrigação, despe-se a si próprio de ambição (...) O objetivo de todo design de livro deve ser perfeição: encontra a representação tipográfica perfeita para o conteúdo do livro em mãos. Ser “novo” e surpreendente é a meta de grafismo de anúncios (Tschichold, 1991:8).

Ao encerrar essas notas a respeito da pós-modernidade, impressiona nessas linhas a segurança com que Tschichold delimita os campos do design de livros e das artes gráficas. Convicto, ele separa cada área, mostrando os traços essenciais que identificam a natureza de cada uma delas. Ao designer de livros, cabe o papel de mediação *neutra* entre o leitor e o texto do autor, seguindo as regras da máxima legibilidade. Ao artista gráfico é facultada a expressão livre. Não deve haver confusão ou hibridação possível, pois existe um modelo universal que pauta as escolhas e os padrões adotados pelo professor, profissional e teórico da tipografia. Se for lembrado o título do livro, *The form of the book: essays on the morality of good design* (Tschichold, 1991), percebe-se a convicção latente de que existe uma possibilidade de totalidade em que um padrão qualificado e técnico do design unir-se-ia a uma finalidade moral, democratizadora, fruto de um paradigma universal.

Imagine-se agora que Tschichold tivesse de avaliar um livro com design gráfico pós-moderno: mistura de tipos de letras, margens irregulares, negrito e itálico usados simultaneamente, letras invertidas e sobrepostas, inexistência de espaços entre palavras, etc. O que diria a partir de seu ponto de vista moderno? A resposta, provavelmente, seria essa: “Tipografia pessoal é tipografia falha. Só iniciantes e tolos (*fools*) insistirão em utilizá-la” (Tschichold, 1991:4). Na sua perspectiva, por transgredir seus referenciais modernos, a forma pós-moderna é vista como ruim, fruto dos tolos

ou dos iniciantes inexperientes. Os três termos são reveladores da mudança de valores da modernidade para pós-modernidade.

Na medida em que abandona a ordem, em nome da liberdade individual, o designer está rompendo a convenção naturalizada e naturalizadora da tipografia funcionalista. Com isso, cria um design *defeituoso*, pois o signo visual, ao chamar a atenção sobre si, cria uma barreira para a leitura, um ruído, exigindo a decifração. A deformidade leva o design a compor um enunciado *visual* em que inventa as regras à medida que realiza a composição do livro, escapando da normalidade moderna e se tornando estranho aos olhos do leitor. De certo modo, ao deixar de ser *transparente*, a letra chama sobre si a atenção, alertando que a linguagem escrita talvez esteja a dizer mais do que parece dizer. De todo modo, a imediatez do sentido é impedida de modo intencional.

O caráter de iniciante retoma o elogio de Lyotard à infância, não diretamente às crianças, que podem repetir padrões hegemônicos, mas à condição infantil aberta às novidades, capaz de se espantar com detalhes, de alterar o valor de um objeto pela imaginação. Uma criança, ao aprender a escrever, escreve às vezes da direita para a esquerda, fora das linhas, embaralhando as palavras ou escrevendo-as de modo espelhado. São erros? Sim, mas não deixam de revelar que a escrita está assentada em regras convencionais, de acordo com cada cultura, que, à força de repetição e insistência até a maturidade, o sujeito passa a considerar como naturais. Assim, o iniciante, ao tornar pessoal o design, enfatiza a liberdade do autor (co-autor) no sentido de experimentar, de ensaiar, mesmo que de modo bisonho, novas possibilidades expressivas para além do modelo *adulto* e já naturalizado.

Como os *clowns* de Shakespeare, o design do tolo diz duas coisas ao mesmo tempo: brincando, ele revela a natureza teatral do mundo, em que se encenam papéis e o bobo torna-se o sábio. Como aspecto essencial da pós-modernidade, ligado ao traço titubeante, a brincadeira beira à tolice, mas torna-se um lugar capaz de revelar, por uma nova perspectiva, a natureza híbrida de um objeto cultural como o design. Assim, ele não deixa de ser mediação entre o texto do autor e o leitor, mas lembra a ambos tanto a natureza convencional da escrita, quanto das regras de composição.

Pela visão moderna, segura e competente de Tschichold, os traços da pós-modernidade revelam erros, tolices ou infantilidades de quem quer ser artista, sendo designer de livros. A pós-modernidade, no entanto, dissolve justamente a regra que permite a crítica acima. Pela fragmentação da totalidade, pela insegurança da liberdade, pela perda de legitimidade das grandes narrativas, pelo vazio de um sentido último, pelo caráter híbrido da cultura, o design pós-moderno opta pela expressão individual, estética (uma vez que sensível), colocando-se no lugar da criança que experimenta novas formas, que brinca beirando a tolice, que erra porque está sempre ensaiando, e que basicamente inventa e reinventa novas regras à medida que se realiza. Erro, acaso e jogo fazem parte do processo de design pós-moderno.

### **Tipografia e mediação**

“É o mundo das palavras que cria o mundo das coisas. O lema de Jacques Lacan — extremo, absoluto, irreal — condensa, tão claramente como qualquer formulação simples, a tendência da teorização pós-estruturalista” (Kinross, 1997:18).

Robin Kinross, em seu texto *Fellow readers: notes on multiplied language* (Kinross, 1997) parte da afirmação acima para tecer uma severa crítica à teoria desconstrutivista aplicada ao design. Explica brevemente a teoria Saussuriana, relevando sobretudo o fato de o signo ser resultado de uma relação imotivada entre significante/significado e de a linguagem ser criada pela comunidade, sendo portanto fruto da coletividade. Saussure se interessa realmente pela linguagem falada, desenvolvendo pouco questões ligadas à linguagem escrita (a este respeito já falamos anteriormente).

Para Kinross, os conceitos desenvolvidos por Saussure não dão conta de sustentar uma análise da tipografia. Em primeiro lugar pelo fato de ser um sistema distinto da linguagem falada, em segundo por que há uma diferença fundamental entre escrita e tipografia: o singular e o múltiplo – “A repetição exata da informação é a característica definidora do texto multiplicado, e é o que está faltando na escrita” (1997:22). Recorre, então a outros autores – como Gerri Noordzij e Elizabeth Eisenstein – que desenvolvem a questão da tipografia, com o objetivo de, sobretudo, dar conta de sua materialidade: tinta sobre papel.

A discordância aqui é que a desconstrução e a teoria do pós-estruturalismo não podem dar conta da palavra material. A única matéria que ele conhece é o ar, e seus fundamentos são construídos nem mesmo no ar, mas no inteiramente abstrato e intelectual. Certamente, quando se trata de tipografia, o grande engano da teoria pós-estruturalista é não ver a natureza material da linguagem tipográfica. (...) Aqui repousa a responsabilidade do designer de material impresso: trazer à luz textos que nunca mudarão, apenas — se der sorte — serão revistos e impressos. A idéia de que o design deva trazer à tona a indeterminação da leitura é uma loucura. Uma folha impressa de modo nenhum é indeterminada, e tudo o que resta ao leitor é uma confusão ou vaidade, congeladas no ponto em que a descrição digital foi transformada em material. Longe de dar liberdade de interpretação ao leitor, o

desenho desconstrucionista impõem em nós outros a leitura do designer. (Kinross, 1997:23)

Um posicionamento como o de Kinross reafirma, de um lado, o fato de as opções de composição do layout feitas pelo designer exercerem uma mediação *não transparente* entre autor e leitor, interferindo efetivamente do processo de significação. Por outro lado, a severidade com que Kinross aponta a existência de uma interpretação do designer sobre o conteúdo nos parece extremada – ainda que, é verdade, existam casos em que ela chega a ser irritante. Ao lermos a citação que reproduzimos acima, e associando-a a um exemplo dado por Kinross sobre Bach, que evoca as dimensões públicas e privadas do ato de leitura<sup>1</sup>, pensamos em algumas relações: imaginemos uma música, uma sinfonia de Beethoven, por exemplo. Ela já teve inúmeras interpretações. Há anos atrás, era inadmissível pensar em ir ouvi-la tocada em um parque, ao ar-livre, com vai-e-vem de pessoas, latidos de cachorro, crianças correndo, ambulantes vendendo refrigerante, enfim, um ambiente descontraído e dispersivo. Anteriormente as pessoas trajavam suas melhores roupas, preparavam-se cuidadosamente para ouvi-la e assisti-la em um teatro fechado, um ambiente silencioso e recatado, onde virar para o lado já seria motivo de constrangimento. Além disso, há sempre quem prefira comprar um disco e ouvi-la sozinho em casa sem ninguém perturbando. O texto, as notas que compõem a sinfonia, são as mesmas em todos os casos citados. A interpretação dada, conforme o maestro que a rege e os músicos que a tocam, fazem uma diferença de primeira ordem, digamos. Além disso, o local – o meio – onde ela é reproduzida faz com que a experiência de ouvi-la seja completamente diversa.

As metáforas têm um caráter ambíguo, mas, muitas vezes, podem sugerir-nos novas formas de pensar uma mesma situação. Seria possível fazer um paralelo entre a sinfonia e o texto, seus diferentes *interpretadores* e o design, os diferentes locais de apresentação e os gêneros de peças gráficas? Robin Kinross faz observações extremamente pertinentes quanto ao mau uso da teoria Saussuriana para explicar determinados aspectos, bem como aponta algumas interpretações equivocadas sobre o uso da teoria da desconstrução como justificativa ou mesmo sustentação de determinados trabalhos gráficos. Contudo, temos de levar em conta que o leitor/receptor também opta por ler esta ou aquela publicação, comprar um determinado jornal ou outro, por exemplo. Ao agir assim, está optando também por uma determinada configuração na apresentação da notícia.

A teoria sobre *newsmaking* (Wolf, 1985), desenvolvida no âmbito da construção da notícia jornalística, apresenta-nos justamente a noção de que, até a constituição da matéria final, uma série de intermediadores (*gatekeepers*) vai tomando decisões, fazendo seleções, que terminam por apresentar uma determinada visão – versão – sobre o assunto abordado. Desde a decisão por uma pauta e não outra, a escolha dos entrevistados, as perguntas feitas pelo repórter, o ângulo da tomada fotográfica, a seleção de quais informações farão parte da redação final do texto, e assim por diante, até o arranjo final da página diagramada:

Todas as comunicações ocorrem através de sistemas codificados, ou linguagens. O design, por natureza, é uma linguagem a respeito de escolha. A escolha entre aquele fotógrafo ou este outro, entre Garamond ou Interstate, coloca o designer na posição de deixar alguma coisa entrar e outra coisa ficar fora. (Ilyin, 1997:38)

A defesa da neutralidade parece-nos efetivamente já não corresponder ao *zeitgeist* (espírito do tempo) contemporâneo. Vivemos em um período marcado por diferentes pontos de vista, onde a utopia de se ter um acesso direto ao real parece ter perdido lugar para a possibilidade de se criar virtualmente versões do real. Não se tem mais a pretensão de uma narrativa única, mas, como vimos no início do presente capítulo, várias narrativas, que ora se imbricam, ora se contradizem, ora se sobrepõem.

Conforme mencionamos através de citação de Unger no capítulo anterior, existem diferentes modos e razões para se ler, bem como temos diferentes gêneros de peças gráficas (livro, cartaz, jornal, panfleto, relatório, etc.), que pressupõem um certo estilo de texto e/ou organização textual: sintético, extenso, acompanhado de fotos ou não, com uso de gráficos e tabelas, para citar algumas. Além disso, dentro do gênero revista, por exemplo, existem diferentes categorias (feminina, automóveis, artesanato, etc.) conforme o assunto principal abordado, o tipo de tratamento a ele dado e o público a que se destina. A atividade de design é sempre a de mediação, porém o contexto em que se insere exigirá, do profissional e dos outros envolvidos no processo de estruturação da mensagem, a decisão de aproximá-la mais da *transparência* ou da *co-autoria*, uma primeira interpretação do texto do autor (que não tem, necessariamente, a pretensão de ser a única).

Rudy Vanderlans (...) adota uma abordagem filosófica: Se você não pode ler alguma coisa — não tem importância: ela provavelmente não foi escrita para você. “Pessoas que se queixam de não ser capazes de ler aquele tipo em geral não são o destinatário que a peça pretendia atingir”. (Vienne, 1997:11)

## A teoria da desconstrução e o design

Jacques Derrida introduziu a teoria da desconstrução em seu livro *Gramatologia* (1967), traduzido para o inglês em 1976. Nos Estados Unidos, a desconstrução assumiu a vanguarda dos estudos literários durante as décadas de setenta e oitenta. Sua atenção “se focaliza não nos temas e nas imagens de seus objetos, mas antes nos sistemas lingüísticos e institucionais que emolduram sua produção” (Lupton&Miller, 1996:3).

A desconstrução faz parte de um combate ao logocentrismo, desfazendo as oposições fundantes da cultura ocidental – realidade/representação, corpo/mente, etc. – que acentuam a importância de um termo em detrimento do outro, constituindo a base de um discurso racional que pretende dar razão e legitimar instituições estabelecidas. O logocentrismo desenvolve uma estrutura complementar entre saber (sentido, verdade e univocidade) e poder (autoridade, hierarquia, dominação e legitimação). É possível dar como exemplo o desenvolvimento da medicina higienista no século XIX, sustentada no positivismo científico, que veio a legitimar um processo de urbanização em que critérios, como saúde pública, higiene, limpeza, pureza, justificaram a imposição política em que os pobres, mendigos, prostitutas, loucos e outros eram postos à margem da cidade, pois seriam a doença do corpo social, um risco permanente de corromper a sociedade com epidemias e transgressões morais. Nesse sentido, o discurso científico e o poder político aliam-se de tal modo que a instituição universitária, com o conhecimento sistemático e secularizado, reforça um poder cada vez mais organizado em princípios supostamente técnicos.

A desconstrução não pretende ser um método de aplicação sistemática, nem uma forma de análise crítica a decompor o todo, nem um anti-sistema de destruição. A desconstrução é antes de tudo um acontecimento. A cada ocorrência, mantém-se singular. Ao desfazer e reconstruir um objeto (tradição cultural, filosófica, literária, científica...), adota um caminho específico, tomando elementos marginais, traços esquecidos, dados estranhos ou marcas heterogêneas que permitam desconstruir as constrações cristalizadas de pensamento e de poder.

A totalidade, ou a metanarrativa legitimadora, garante segurança ao homem, pois ordenam o discurso e fundam a realidade, dando a aparência de uma relação estável entre representação e real. A oposição entre real e imagem, desde Platão, constitui um eixo de ordenação, que impõe como natural a busca da verdade escondida atrás da aparência enganosa. A teoria da desconstrução volta-se justamente para essas oposições, evidenciando como conceitos *negativos* estão presentes nos *positivos*, pois não existe, segundo essa teoria, uma definição ontológica da verdade e da mentira, do belo e do feio, do bem e do mal. Derrida ataca frontalmente a estrutura  $S \text{ é } A$ , em que a identidade supõe uma relação fixa entre dois termos. Não existe a essência ou a natureza última de um conceito, pois seu significado se constrói de modo negativo, por oposição a outros termos (cfme. Saussure).

O esquema clássico de compreensão do signo tem como pressuposto essa estrutura,  $S \text{ é } A$ . "O signo, diz-se corretamente, coloca-se em lugar da coisa mesma, da coisa presente, "coisa" equivalendo aqui tanto ao sentido quanto ao referente (Derrida, s/d: 37). O signo representa o presente em sua ausência, na medida em que é diferente do objeto representado, dele afastando-se como não identidade e

ainda como adiamento de sua presença efetiva. Nessa relação, o signo, por ser um substituto provisório, é secundário em relação à presença, vista como essencial, pois seria imagem (mimese ou simulacro) da realidade.

Derrida questiona a autoridade da presença, escapando do esquema clássico do signo. Para ele, em sua releitura de Saussure, os conceitos de arbitrariedade e de diferença são inseparáveis, pois “só pode haver arbitrário na medida em que o sistema de signos é constituído por diferenças e não por termos plenos (Derrida, s/d: 39)”. Pela rede de oposições distintivas com outros, um signo constrói-se e significa. Ele não tem uma identidade. “O conceito de significado não é nunca, em si mesmo, presente, numa presença auto-suficiente que não remeteria senão a si mesma (Derrida, s/d: 39)”. Enfim, a presença não interessa, pois o conceito do signo não se constrói por ser substituto da realidade, mas por fazer parte de uma cadeia de outros signos, em um sistema organizado apenas pelas diferenças.

A oposição fala/escrita é fundamental tanto para Derrida quanto para Saussure. Derrida desconstrói a constrição do pensamento saussuriano da primazia da fala, em que a escrita, mera cópia da fala, traria aberrações ou monstruosidades em seu sistema por não ser fonética. Para Derrida, ao contrário, a escrita não está subordinada à fala, pois seu sistema, constituído de sinais não fonéticos, tem uma organização autônoma em relação à fala. A grafia e gramática influenciam, por exemplo, a pronúncia de termos, bem como sua ordenação sintática. A escrita permeia o pensamento e o discurso, constituindo a memória, o conhecimento e o espírito.

Derrida afirma a existência de uma *escrita mental* (*archi-écriture*), condição anterior de qualquer significação. Há, então, um traço (*grama*) que sustenta a arqui-escrita e que precede qualquer ato de comunicação. Antes de se corporificar em um significante este traço já estaria presente (*escrito*) em nosso cérebro. Essa *escrita*, baseada na noção de *traço* ou *grama*, supõe *inscrições* continuamente marcadas em nosso cérebro, uma *escrita do pensamento*. Para explicar seu caráter, simultaneamente estrutura e movimento, Derrida cria uma ambigüidade entre a palavra francesa *différence*, ao supor a existência de outra homófona *différance*, com mesma pronúncia e discerníveis apenas através na escrita.

*Diferir*, neste sentido, é temporizar, é recorrer, consciente ou inconscientemente, à mediação temporal e temporizadora de um desvio que suspende a consumação e a satisfação do “desejo” ou da “vontade”, realizando-o de fato de um modo que lhe anula ou modera o efeito. (...) O outro sentido de *diferir* é o mais comum e o mais facilmente identificável: não ser idêntico, ser outro, discernível, etc. (Derrida, s/d: 35)

A partir do duplo sentido de *diferir*, *différance*, por sua vez, implica em uma *temporização* (devir-tempo do espaço), *espaçamento* (devir-espaço do tempo) do signo em relação a outros. Ao mesmo tempo, ela traz um adiamento temporal do encontro com o outro e um afastamento espacial na medida em que é não idêntico, por ser outro:

Numa conceitualidade clássica, e respondendo às exigências clássicas, diríamos que ‘*diferença*’ designa a causalidade constituinte, produtora e originária, o processo de cisão e de divisão do qual os diferentes ou as diferenças seriam os produtos ou os efeitos constituídos. (Derrida, s/d:36)

A constituição do conceito de *différance* satisfaz ao duplo propósito de ser simultaneamente estratégico e aventureiro. Em seu interesse estratégico, destaca que o movimento próprio da significação não tem fim, pois sempre há um intervalo entre o signo e seu sentido que não é preenchido de modo definitivo. O caráter aventureiro do empreendimento comporta a noção de risco, em que a errância representa um percurso sem finalidade ou objetivo teleologicamente determinado. Ao sair do caminho da razão logocêntrica, sem acreditar em um significado último, a filosofia se liberta para aventurar-se por outras sendas e para encontrar novas articulações.

Foi necessário acentuar *que a diferença não é*, não existe, não é um ente presente, qualquer que ele seja; e seremos levados a acentuar o que ela não é, isto é, tudo; e que portanto ela não tem essência (Derrida, s/d: 33).

Não se pode perder de vista o interesse de Derrida de romper as barreiras que prendem o pensamento ocidental, portanto seu objetivo é a ruptura com a metafísica da presença. Nesse momento, alterando uma única e simples letra, *a*, concentrando sua atenção sobre ela, ele cria um novo vocábulo. Esse termo traz um forte vínculo com a tradição, tanto no significado denotativo próximo da diferença, quanto na relação com a identidade filosófica. *Différance* traz, no entanto, uma novidade fundamental, pois “não é”, “não existe”, “não tem essência”. Assim, a palavra inventada (discernível apenas na escrita) representa o movimento da significação, que escapa de uma estrutura sincrônica e remete sempre para um termo que está além, pois o significado original ou verdadeiro não existe. Assim, não se pode responder “o que é *différance*?”, pois a própria questão torna-se improcedente ao perguntar ontologicamente pelo ser de um termo que vem a negar a existência de

essência. A *différance* é o impensável, e sua força está justamente em escorregar para além do limite ou do sentido da evidência filosófica.

Não há essência da *différance*, esta (é) não apenas aquilo que não poderia deixar-se apropriar no *como tal*, no seu nome ou no seu aparecer, mas aquilo que ameaça a autoridade do *como tal* em geral, da presença da coisa mesma na sua essência. Que não haja neste ponto essência própria da diferença, isso implica que não haja nem ser nem verdade do jogo da escrita enquanto ele compromete a diferença (Derrida, s/d: 66).

O detalhe gráfico que transforma o sentido da diferença em *différance* sintetiza um acontecimento próprio da teoria da desconstrução. Derrida não compõe um texto melancólico, marcado pela nostalgia da presença perdida, mas destaca que a *différance* marca a ausência de verdade ou de ser para a escrita, pois ela traz o inominável. Em outros termos, ele desconstrói a relação dual, cristalizada, entre realidade e representação, ser e aparência, para mostrar que a representação escrita não remete a nenhuma realidade. Ao contrário, o significado se desloca de uma substituição para outra em cadeia sem fim de termos diferentes.

A teoria da desconstrução se opõe à convicção de que existe uma realidade positiva, não-mediada, um mundo de significados estáveis que, em consequência, questionam a própria crença da racionalidade absoluta, de intenções conscientes de sujeitos que garantam a exatidão de suas falas bem como dos signos por eles utilizados. Jacques Derrida e os pós-estruturalistas por ele influenciados não admitem a existência de um significado *mais verdadeiro*, de uma origem transcendental que sustente o processo de significação nem de uma *essência*, seja divina ou secular. A percepção da *realidade* submete-se ao conceito associado a *différence/différance*, da

arqui-escrita. A fala e a escrita – bem como as várias manifestações semióticas – são resultados dessa arqui-escrita (*escrita mental anterior*), inacessível pelo sujeito, posto que sem fundo.

Ao enfatizar a instabilidade das significações, que contribui para a compreensão de diferenças de interpretação, volubilidade do sentido, enfim, da noção de que percebemos *marcas* que só adquirem significação quando as interpretamos, surge uma questão: como é possível, então, comunicar? A comunicação pressupõe um âmbito de compartilhamento de significados, um nível de estabilidade de noções, crenças, sentidos que a desconstrução não aprofunda. Se pensássemos, por exemplo, nas discussões sobre legibilidade, teríamos a identificação dos traços essenciais (compartilhados) da letra *a* que a diferenciam da *d* garantindo sua identificação particular, apesar das diferentes fontes ou configurações em que poderia aparecer (instáveis). Desse modo, a cristalização de um sistema convencional permite que regras de jogo de linguagem sejam conhecidas pelos jogadores a tal ponto que pareçam naturais e estáveis. Derrida questiona, através da desconstrução, a naturalização desse processo, que esconde o caráter arbitrário, convencional e cultural dos sistemas sígnicos. O logocentrismo e fonocentrismo reprimem as pessoas através de oposições estanques e de instituições anacrônicas, que, de um lado, funcionam como regras compartilhadas, e de outro, impedem a novidade e a percepção do arbítrio da linguagem.

Como apontam Lupton & Miller (1996), Derrida, a partir de Kant, analisa as molduras que limitam as pinturas sem fazer parte da obra de arte. Como uma fronteira, ela se torna invisível aos olhos acostumados a se concentrar sobre a

figura. Signo existente, mesmo que deixado invisível, destaca apenas a figura. Pela atenção desconstrucionista, ao atentar justamente para o que parece acessório, a moldura vem a primeiro plano para revelar o vazio da autonomia da obra de arte, que existe apenas como mimese convencional, bidimensional, através de técnicas representacionais, como a perspectiva. A ilusão que centraliza o olhar sobre o objeto representado leva a esquecer o caráter cultural e arbitrário de sua construção.

Deve-se destacar desde já como a escrita por si só ameaça a metafísica da presença, pois ela rompe o vínculo com o sujeito e se torna um objeto autônomo, liberado de seu produtor. Em termos de filiação, invertendo a noção cristalizada de pai (autor/intenção) e de filho (texto/interpretação), este, ao deixar a casa paterna, não representa a continuidade do pai, mas mesmo secreto, sua substituição. O filho pode viver por si, anunciando a morte possível e segura do pai. Do mesmo modo, o texto escrito, liberto da presença física de seu autor, vive por si, construindo sua significação em suas relações internas e variando a cada interpretação dada por leitor e se distanciando da "vontade original" do autor.

Assim, ao se voltar para a tipografia, os sinais não alfabéticos, como a pontuação, o itálico, o espaçamento, as margens revelam a distância da fala, bem como a autonomia da escrita em relação à oralidade. Ao inverter a relação figura e fundo, a desconstrução dá legitimidade a uma escrita que leve em conta não apenas o valor fonológico da palavra e valorize outros sinais gráficos de que é composta. Os signos "invisíveis", gráficos e visuais, tornam-se evidentes, ao se abandonar a noção moderna de que o designer de livros e textos seria um mediador neutro entre a palavra do autor (fonológica) e o ouvido do leitor (imagem acústica da palavra).

A história da tipografia e da escrita poderia ser escrita como o desenvolvimento de estruturas formais que exploraram a fronteira entre o interior e o exterior dos textos (Lupton&Miller, 1996:3).

Como se pode ver, existe uma primeira consequência da aplicação da teoria da desconstrução quanto à história do design. Na medida em que sua concepção deixa de ser logocêntrica, essencialista, o design tipográfico passa a ser definido dentro de uma cadeia de oposições em que seu significado altera-se constantemente. De acordo com a citação, existe um eixo possível para pensar sua história, o dentro/fora do texto.

Pela oposição cristalizada, logocêntrica, a essência do texto (seu interior) era o sentido dado pelo autor; no caso da escrita, sua essência seria a fala (exteriorização do pensamento) e a tipografia faria através dos tipos, a impressão em série da escrita. Nessa linha, o alfabeto, os sinais não-alfabéticos e os tipos seriam termos acessórios, dispensáveis, porque apenas a voz e o sentido autoral constituíram a parte necessária. A noção tradicional do design tipográfico, presente ainda nos funcionalistas, era a de que ele era um mediador neutro entre a palavra viva do autor e o leitor. Desse modo, a tipografia deveria ser uma convenção cristalizada de regras universais que a tornassem um mero veículo transparente da palavra.

Ao se rever essa posição, o que ficava fora do texto, como uma moldura, passa a ser o elemento relevante da história do design tipográfico, pois o texto não se define em si mesmo como expressão da vontade do autor, mas pelo contraste com os outros elementos dos quais se diferencia. Assim, os elementos externos deixam de ser considerados acessórios, como pontuação, itálico, margens e outros, pois sem eles não haveria escrita ou tipografia.

Por fim, a desconstrução, além de alterar a concepção da história do design, modificou a própria produção dos designers contemporâneos. Lupton & Miller, escrevendo em meio aos anos 90, identificam a permanência do termo desconstrutivista como indicação de trabalhos que priorizam a complexidade sobre a simplicidade ou encenam as possibilidades formais da produção digital. No discurso comum, o termo aparece como uma falha ou como indicação de um período ou estilo da história do design gráfico. Para além disso, os autores propõem a desconstrução como "processo crítico – um ato de questionamento" (Lupton&Miller, 1996:10). Esse conceito aproxima-se da forma como Derrida concebe a desconstrução. Em uma carta a um tradutor japonês, indeciso quanto à tradução do termo, Derrida evita toda definição ontológica, chegando à noção de acontecimento que deve ser compreendida dentro do discurso particular em que se insere (Derrida, 1997).

Na área do design, nos Estados Unidos, as raízes desse processo crítico estão na *Cranbrook Academy of Art*, onde em fins dos anos 70 e nos 80, eram passadas para os alunos aulas e lições de teoria da literatura, e sob a coordenação de Katherine McCoy, realizados exercícios de desestruturação do texto em que as notas de rodapé (externas) eram trazidas para o corpo do texto e o espaçamento entre palavras e linhas era expandido. Para McCoy, "o pós-estruturalismo é uma atitude, não um estilo" (McCoy apud Lupton&Miller, 1996:10). Novamente a ênfase no gesto faz com que se valorizem a abertura de sentido, a expressão pessoal, a não-fixação do significado e a criação/interpretação entre designer e leitor" (Lupton&Miller, 1996:10). Com essa concepção aberta de design gráfico, a *Cranbrook* formou várias turmas de

designers, parte de um processo mais amplo de divulgação da desconstrução, do qual fez parte a exposição *Arquitetura desconstrutivista*, no MoMA, em 1988.

Cabe reter nesse momento a força da concepção de desconstrução, exemplificada pela cunhagem do termo *différance*. Como uma atitude crítica perante oposições de sentido cristalizadas, ela permitiu desconstruir o logocentrismo e o fonocentrismo de instituições e campos do saber. Isso permitiu uma nova noção de design, um nova atitude de designers e um novo eixo para a história do design gráfico.

### **A ilegibilidade "apropriada à função"**

Opiniões dispersas, ainda pouco sustentadas conceitualmente (evidenciando o fato de a atividade carecer de um campo teórico mais sólido), constituem o tipo de informação que encontramos em maior quantidade sobre a ilegibilidade característica do design nominado pós-moderno. É claro que existem exceções, como demonstram alguns dos ensaios a que nos referimos aqui, sobretudo o de Lupton & Miller (1996). Pareceu-nos interessante, contudo, selecionar alguns depoimentos, entre os vários textos consultados, de modo a ilustrar como o questionamento do paradigma modernista associado à tipografia e legibilidade tem sido âmbito das principais discussões sobre o papel da atividade atualmente. Vejamos:

**Peter Mertens, designer:**

Letras são legíveis. Se não são legíveis, não são letras. Letras ilegíveis não existem. (apud Vienne, 1997:11)

**Kevin Fenton, escritor e editor:**

(...) a confiança da tipografia em palavras existentes é o que a distingue das outras disciplinas dentro do design. É por isso que a legibilidade é uma tal

vaca sagrada. Sem legibilidade, não vejo como a tipografia possa existir como tipografia. Ela dissolve-se na ilustração. (Fenton, 1997:32)

**Zuzana Licko, designer:**

As formas de tipos não são intrinsecamente legíveis. É antes a familiaridade do leitor com a forma da letra que resulta em sua legibilidade. Estudos mostraram que as pessoas lêem melhor o que lêem mais. (apud Vienne, 1997:9-12)

**Jeffery Keedy, educador, escritor e designer de tipos:**

Beatriz Warde não imagina que seu “cálice de cristal” conteria Pepsi-Cola [fig. 17], mas algum recipiente tem de fazê-lo. Ela, naturalmente, estava falando em termos de ideais, mas qual a forma de tipo ideal para dizer “*Uh-huh, Uh-huh, You got the right one baby?*” Não há motivo para que todas as formas de tipos tenham um design que dure para sempre e, em qualquer caso, como saberíamos que durarão? (Keedy, 1997:28)

**Mara Kurtz, designer e professora:**

O tipo, atualmente, não é a respeito de excelência, é a respeito de diversidade. (apud Vienne, 1997:12)

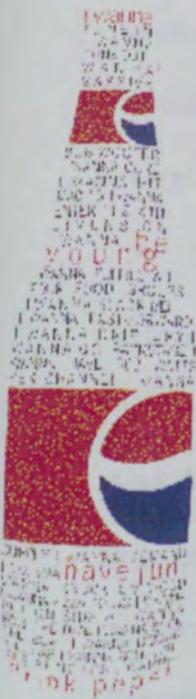
**Fred Brady, gerente da Adobe:**

As palavras, atualmente, são objetos. Uma palavra pode ser escrita em uma “fonte” ilegível, efêmera, e ainda poder ser lida — sim, as pessoas são capazes de decifrar um par de palavras em tamanho grande, não importa o que pareçam. Mas ninguém lê um texto se ele não está escrito em uma forma de tipos permanente. (apud Vienne, 1997:14)

**Paul Stiff, editor:**

O estilo visual associado com essas posições pode ser chamado, sem rigor, de “pós-moderno, desconstruído”, ou abreviadamente “pomo”. As reivindicações do “pomo” parecem ser: A leitura é passiva, não-criativa, unidimensional. Os leitores não são desafiados, são demais preguiçosos para descobrir que o significado não pode ser definido. Os tipógrafos deveriam pô-los a trabalhar — tipicamente removendo marcos familiares, colocando obstáculos, distrações e pistas falsas, e reconhecendo que o grito de “legibilidade” esconde uma atitude reacionária contra o progresso, a mudança ou a intervenção crítica. (Stiff, 1997:34)

Figura 17



Garrafa parte de anúncio da Pepsi com design de David Carson. Fonte: Blackwell & Carson, 1995.

Os depoimentos assinalam posições que partem da negação da ilegibilidade, perpassam a *irritação* de leitores que vêem a utilização de tipos *estranhos*

como imposição de uma interpretação, chegam a outras mais conciliadoras que levam em conta a existência de *hábitos* de leitura, outras ainda que atestam a presença de uma lógica de mercado como pano de fundo. Sobre o último ponto vale mencionar que a polêmica em torno do uso de tipos que comprometiam a ótima legibilidade ganhou força também na medida em que ganhou espaço no design de peças gráficas e visuais de grandes empresas, deixando de ser exemplar de publicações alternativas ou *marginais*.

A Nike é exemplo de uma delas. Tendo em vista o excesso de informações visuais a que as pessoas são submetidas diariamente, um outro tipo de posicionamento se fez necessário: a ilegibilidade como forma de atração. O uso deste tipo de abordagem é feito através de trabalhos como o de David Carson para a Nike (fig. 18). Segundo depoimento de Valerie Challis, diretora de arte sênior da Nike, apresentado no texto *Soup of the day* de Véronique Vienne: “(...) A ilegibilidade é “apropriada à função” do produto, que é exprimir irreverência. Diferentes idéias ou mensagens pedem diferentes formas de tipos” (Vienne, 1997:11).

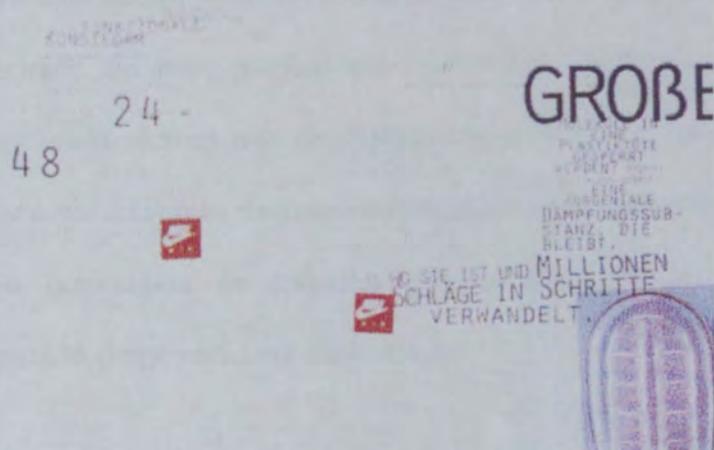


Figura 18

Anúncio da Nike com design de David Carson. Fora de foco, com linhas fora do esquadro, letras de tamanhos diversos e contrastantes, leading sobreposto e/ou alternado buscam expressar a irreverência do produto – que aliás, não é visível (ou melhor, legível?)

Fonte: Blackwell&Carson, 1995.

Michael Rock (apud Frere-Jones, 1997) afirma que existem duas maneiras de um designer validar a sua autoridade: a primeira, ligada a uma visão modernista, seria o de apresentar-se como um *engenheiro visual* ou então um *quase-cientista*. Seu desafio consistiria em estudar um problema e produzir o mais eficiente e claro método de comunicar. A segunda seria enfatizar a natureza artística do design de produto. Neste caso, o cliente esperaria dele um produto que incorporasse uma determinada *gestalt*. A legibilidade, neste caso, poderia ser deixada de lado em favor da criação de uma *atmosfera*.

O comentário de Frere-Johnes sobre as duas possibilidades segue uma linha pragmática: por que pagar um designer para desenvolver um projeto legível se com *hardware*, *software* e *templates* uma secretária poderia fazê-lo? Entrelaçam-se aqui alguns elementos: na medida em que a informática democratizou o processo de design, o profissional tem de reavaliar a sua posição no mercado. Um dos caminhos possíveis – tendo em vista os aspectos informativos, estéticos e persuasivos que envolvem a atividade – é o de enfatizar a estética como elemento essencial. A tecnologia, então, pode ser usada *ao contrário* da sua função programada. De maneira consciente ou não, profissionais passaram a colocar em relevo que dominar uma determinada técnica não implicava diretamente em saber criar algo original. O estilo *grunge* é um exemplo de como as experiências relacionadas à utilização da informática como ferramenta de trabalho podem gerar produtos que vão de encontro ao estipulado pelos recursos disponíveis:

Diante de um pano de fundo de *defaults* e de modelos pré-concebidos, o *grunge* se põe como uma revolta contra o *default* do computador. Deixado só, um ambiente digital irá produzir formas de alinhamento perfeito e beiradas retilíneas. É

divertido que o instrumento que permite tão mecânica exatidão é exatamente o que possibilita toda o *grunge*. Atrás de toda o *grunge* [fig. 19] está uma discreta brincadeira: um instrumento tão preciso está sendo configurado para despejar *porcaria*. (Frere-Jones, 1997:18)

Só que ao priorizar um determinado aspecto em detrimento de outro o designer encontra-se novamente na posição de decisão, deve pesar o que é mais relevante na construção do objeto gráfico que tem a desenvolver: o que estou dizendo, para quem, com que objetivo, em que condições, etc., conforme já mencionamos anteriormente. Nem sempre, contudo, o resultado final é visto com *bons olhos* pelo receptor:

Figura 19



Estaria David Carson resmungando ou gritando o "conteúdo" do sumário desta revista para Fenton?

Fonte: Blackwell&Carson, 1995.

Lehmann-Haupt justificou essa avidez em interpretar texto, argüindo que o tipo não é transparente. Embora isso seja verdadeiro, acaso o ato de ler longos trechos não nos convence que algum tipo é mais efetivamente transparente que outro, que o conhecido é menos intrusivo que o novo, que a constância é menos chocante que a mudança e, finalmente, que há um estado que se alcança em que não se guarda mais consciência das palavras como configurações de tinta, mas como algo mais etéreo e eficiente? Em sua precipitação de interpretar e em suas ocasionais excitações expressionísticas, a nova tipografia nega ao leitor a oportunidade de experimentar o texto por si próprio. Fica parecendo como se alguém estivesse de pé por sobre o seu ombro enquanto você lê, sublinhando certas passagens, colocando outras em itálico, resmungando a respeito de outras ainda. (Fenton 1997:32)

## Momentos do design pós-moderno

Meggs afirma que o design gráfico pós-moderno é difícil de ser caracterizado segundo um sistema de estilo simplista, já que comporta elementos pluralistas e diversos. Propõe, então, o uso de linhas gerais em que a produção (a partir da década de setenta) possa ser sistematizada (Meggs, 1992:447). São elas:

- *extensões do International Style*, quando designers iniciaram a quebra de seus princípios norteadores. Rosmarie Tissi (fig. 20), Steff Geissbuhler, Sigfrid Odermatt introduzem novas aproximações, mas que não chegam a representar um rompimento com o paradigma funcionalista. Organização do layout sem uso de *grid*, falta de espaçamento entre letras provocando um certo grau de ilegibilidade começam surgir nos trabalhos desenvolvidos.



Figura 20

A "ilegibilidade" começa a ganhar terreno nos trabalhos de Tissi.  
 Fonte: Meggs, 1992:encarte

- *New Wave Typography*. Teve início com Wolfgang Weingart, através de suas pesquisas e suas atividades como professor em Basileia, Suíça. Rejeitou o uso do ângulo reto como princípio organizador desenvolvendo um trabalho intuitivo, rico de efeitos visuais (letras sem serifa bastante espaçadas, linhas pontilhadas e *bold*, tipos em diagonal, mistura de tipos, uso de barras com tipo *vazado*, entre outros). Defendia o envolvimento do designer em todas as etapas de produção da peça gráfica (conceito, composição dos tipos, pré-produção para impressão e a impressão em si). Influenciou vários profissionais que

destacaram-se como April Greiman, Dan Friedman, Willi Kunz e Kenneth Hiebert.

Intuição e jogo voltaram a fazer parte do design (fig. 21).

Figura 21



Este anúncio de Wolfgang Weigart de 1974 usa de colagens, mistura de fontes, contrastes, vinhetas, deixando de lado a "diagonal da leitura". Em um período "pré-macintosh" este designer, através do domínio processo integral de desenvolvimento de peças gráficas, conseguiu criar intrincadas composições que romperam com a monotonia do "menos é mais".  
Fonte: Meggs, 1992:449.



O trabalho de April Greiman envolve uma grande quantidade de elementos diferentes que articulam-se dando a impressão de um jogo onde as peças podem subitamente mexer-se e compor algo inteiramente novo. Fonte: Carter, 1989:58

- *Memphis* (grupo de Milão, Itália) e designers de San Francisco, EUA.

Caracterizou o início dos anos 80. Explorou texturas, padrões, superfícies, cores, em arranjos ecléticos. "No design de *Memphis*, a forma não mais correspondia à função – ela tornou-se a *razão* da existência do design" (Meggs, 1992:456). O design de *San Francisco* envolveu senso de humor, otimismo e uma atitude *solta* com relação à forma e espaço. Destacam-se trabalhos de Michael Vanderbyl, Michael Manwaring e Michael Croning.

• *Retro*. Marcado pelo uso de elementos e modelos do passado, incorporando sobretudo elementos do design europeu desenvolvidos entre as duas guerras mundiais (fig. 22). O chamado *vernacular design* também caracteriza o *Retro*, com o uso de elementos populares, cotidianos, correspondentes a determinados locais ou períodos históricos. Paula Scher, Louise Fili, Carin Goldberg, Lourraine Louie, Daniel Pelavin, Joe Duffy, Charles Anderson e Neville Brody desenvolveram peças gráficas nessa linha.

Figura 22



O poster de Herbert Matter da década de trinta é a referência de Paula Scher para o anúncio de relógios suíços em 1985.  
Fonte: Meggs, 1992: 310 e 461

• *Revolução eletrônica*. O uso do computador *Macintosh* na produção de objetos gráficos (1984) gerou de início duas posturas principais: de rejeição, por parte de quem considerava a técnica ainda muito primitiva e de baixa resolução; de adesão, a partir da qual as potencialidades da ferramenta nova passaram a ser exploradas. April Greiman, Neville Brody, Rudi Vaderlans, Katherine McCoy, David Carson,

Zuzana Licko, Jeffery Keddy, Edward Fella, podem ser citados como exemplo de designers que adotaram a segunda postura desenvolvendo trabalhos que vão de encontro ao paradigma funcionalista. A revista *Emigre*, que reúne textos e produções de diversos profissionais, é um marco do design pós-moderno:

A ideologia de *Emigre* é aberta, mas estruturada sobre alguns poucos princípios básicos: 1. A legibilidade é uma função da leitura, não da tipografia. 2. Novas formas devem ser introduzidas com o espírito do tempo e seus meios de produção. 3. Nova tecnologia deve ser adotada e despendida, não forçada para reproduzir formas antigas. 4. Metas idiosincráticas e iconoclastas são superiores a metas objetivas e universais (que, em si próprias, não passam de fantasias). (Rock, 1997:56)



Figura 23

Assim como o trabalho "alternativo" de Carson foi incorporado por empresas como a Nike, as propostas desconstrucionistas da *Emigre* foram incorporadas por muitos designers ao redor do mundo. Objeto de culto e griffe; copiada, usada e consumida; vista e lida (por quem é paciente), etc.; sem dúvida a publicação está tendo papel fundamental na ampliação do universo do design. Fonte: Meggs, 1992:470.

Ao observarmos objetos gráficos nos quais certas fórmulas consagradas do design moderno foram *desconstruídas* pelos designers contemporâneos, não existe um princípio dominante perceptível. Existe, isto sim, uma atitude comum,

irreverente, irônica, iconoclasta, um processo crítico, fruto da desconstrução, que se torna singular a cada trabalho realizado.

## NOTAS

<sup>1</sup> Cf. KINROSS, Robin. Fellow readers: notes of multiplied language. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut e outros, New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, p. 24-25.

## IV- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da reflexão sobre o design gráfico como um campo de conhecimento e estabelecendo o âmbito de sua prática, detivemo-nos em dois momentos fundamentais de desenvolvimento da modernidade e pós-modernidade. Considerando a abordagem de longo da elaboração da dissertação, talvez seja possível afirmar que a construção apresentada pelo presente trabalho é a de definir o design gráfico como medição, logo, não significa um retorno às definições analogicas e logocentricas, mas se quer apenas destacar a situação limite do design, sua posição fronteiriça. Ele surge pois que não é, por sua diferença. Ele se continua com o texto, como mensagem do autor, porém não usa o alfabeto apenas para dizer suas palavras. Seu signo faz simultaneamente parte do código verbal e visual. Isso permite a Katherine McCoy reivindicar na pós-modernidade o poder da imagem que extrapola os princípios abstratos do funcionalismo.

A obra de design gráfico está ligada à palavra escrita, considerando-se que a palavra se apresenta não formalmente mas graficamente. Além disso, a eficácia da escrita e a possibilidade de leitura vem sendo analisadas por meio de sinais não-alfabéticos permitidos. Os aspectos como as palavras, as letras, os pontos, o itálico, as rasas, as setas, os traços, são meios de comunicação e instrumentalidade de escrita, que ficam invisíveis para um leitor que não se dedica à escrita. A artista Katherine McCoy insiste na necessidade de se fazer um texto e conteúdo, a construção de um texto e um significado, para não se cair no formalismo formalista da palavra escrita e da escrita visual de Beckett. Com isso, o design gráfico não é uma prática, por isso que não se trata de um texto de imagem. O significado abstrato, mesmo apresentado.

**IV- CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Partindo da reflexão sobre o design gráfico como um campo de conhecimento e estabelecendo o âmbito de sua práxis, detivemo-nos em dois momentos fundamentais do desenvolvimento da atividade: modernidade e pós-modernidade. Considerando a bibliografia consultada ao longo da elaboração da dissertação, talvez seja possível afirmar-se que a contribuição pretendida pelo presente trabalho é a de definir o design gráfico como mediação. Isso não significa um retorno às definições ontológicas e logocêntricas, mas se quer apenas destacar a situação limite do design, sua posição fronteira. Ele marca pelo que não é, por sua diferença. Ele se confronta com o texto, com a mensagem do autor, porém não usa o alfabeto apenas para dizer uma palavra. Seu signo faz simultaneamente parte do código verbal e visual. Isso permite a Katherine McCoy reivindicar na pós-modernidade o poder da imagem que extrapola os princípios abstratos do funcionalismo.

A outra face do design gráfico está ligada à palavra escrita, considerando-se que o alfabeto se constrói não foneticamente mas graficamente. Além disso, a eficiência da escrita e a possibilidade da leitura somente existem porque os sinais não-alfabéticos permitem. Os espaços entre as palavras, as linhas, os pontos, o itálico, as aspas, entre outros, são marcas constitutivas e convencionais da escrita, que ficam invisíveis como um fundo em que se destaca a figura. A mesma Katherine McCoy insiste na necessidade de se levar em conta o conteúdo, o contexto da mensagem a ser organizada visualmente, para não se cair no formalismo funcionalista da *Bauhaus* ou da escola suíça de Basileia. Com isso, o design é visual, mas não é arte plástica, por mais que lide com o valor da imagem. O depoimento abaixo, recente, apresenta o paradoxo do designer gráfico:

Novo design é criação de novos significados, isto é, novos contextos para as possibilidades tipográficas. Os novos significados, entretanto, precisam ser ligados aos existentes. Mesmo aquele design que "pushes the envelope" [força os limites], é construído com preconceitos existentes. Porque, a não ser que uma porção crítica seja inteligível, o trabalho inteiro será rejeitado como completa loucura (*nonsense*). De outra parte, se nada do design é novo, parecerá tão desinteressante que poderá resultar em tédio e por isso ser igualmente rejeitado. (Licko, 1997: 47)

Susana Licko é um membro ativo da *Emigre*, adepta do design pós-moderno, onde a atividade torna-se co-autoria da mensagem em seus aspectos visuais. Mesmo considerando essa posição, o dilema do design entre mediação transparente ou participante não se desfaz. Licko mostra como a inovação radical, sem uma parte compreensível, transforma a peça gráfica em um objeto sem sentido. Ao mesmo tempo, se não houver nada de novo, o designer juntamente com o receptor de sua mensagem cai no tédio. As duas faces têm um eixo em comum, consideram que o

novo design compõe um enunciado visual. Sua radical novidade, ao romper com as regras do jogo, não permite que seu parceiro, o leitor, possa jogar. O estranhamento da mensagem provoca um impacto sensível, estético, mas não completa a função comunicativa na medida em que abafa a mensagem (significado) verbal. O designer deixa de ser um mediador que compartilha a autoria da mensagem, para se tornar o criador único que anula o criador do texto. De outro lado, mantido estritamente nos limites das regras consagradas de organização, o enunciado visual não produz maiores efeitos no leitor. Esse pode ser o ideal de uma página de jornal, cristalizando um modelo de tal forma habitual que não seja perceptível ao leitor. O detalhe central é de que ele – o enunciado visual – existe, mas não é notado. O enunciado comunica, mas sua mensagem – no aspecto visual – torna-se entediante por repetir sempre o mesmo padrão. O aborrecimento é a marca da repetição exaustiva de um padrão de forma invariável e previsível, e o design rotineiro, não ferindo a sensibilidade do leitor apesar de estar presente, não é notado, nem lembrado.

Katherine McCoy, em seu ensaio *Countering the tradition of the apolitical designer* (1997), posiciona-se de modo contrário ao design apolítico. Esse design, da *Bauhaus* e do funcionalismo, está constituído como um campo de saber, segundo bases científicas, em que um grupo de peritos constrói uma associação para discutir entre pares o ideal de sua profissão: "profissional racionalmente objetivo" (McCoy, 1997: 213), um transmissor *neutro* das mensagens dos clientes. O objetivo posto era o da clareza e da objetividade.

Em um encontro ocorrido em 1968, descreve McCoy, grande parte dos designers participantes ignorava os problemas políticos e culturais da época, então,

extremamente conturbada. A partir desta constatação, podemos supor que a constituição da área como um campo de conhecimento autônomo firmou seu caráter técnico, objetivo, com regras a serem prescritas, seguidas e principalmente compartilhadas por um grupo de profissionais com o objetivo de ganhar legitimidade. Essa mesma autonomia, por outro lado, desligou-a de aspectos morais ou políticos, pois passaram a ser de esfera alheia.

O universalismo nos trouxe um estilo corporativo homogeneizado que está baseado principalmente em *Helvetica* e na *grid*, ignorando o poder e as potencialidades dos vocabulários estilísticos regionais, idiossincráticos, pessoais ou culturalmente específicos. E o ideal de design neutro é um mito perigoso. Na realidade todas as soluções de design envolvem um ângulo, uma perspectiva, implícita ou explícita. Os designs mais honestos reconhecem suas inclinações abertamente, ao invés de manipular suas audiências com afirmações de “verdade” universal e pureza. (McCoy, 1997: 215)

Ao chamar de “mito perigoso”, McCoy revela sua atitude crítica, sua perspectiva desconstrucionista. O modernismo universalista homogeneizou um padrão de tipo e organização da página sufocando todos os elementos estranhos a ele. Os aspectos particulares eram negados como pressupostos idiossincráticos que um profissional *neutro* não poderia deixar passar em seu trabalho. Com isso o poder e potencial expressivo de grupos minoritários, de estilos culturais específicos, de marcas regionais eram apagados frente à dominante do sistema. Ao colocar a verdade entre aspas, a autora mostra como é enganador o objetivo de esconder os pressupostos construtivos do design gráfico, tornando-o invisível, puro, “científico”. Elogia, assim, aqueles designs que não escondem seus pressupostos e assim não enganam seus leitores.

Por fim, não se deve esquecer a sugestão (e práxis) de McCoy de que os alunos não devem iniciar seu aprendizado pelos princípios abstratos da *Bauhaus* ou de projetos da escola de Basileia (McCoy, 1997: 217). Como a abstração deixa de lado o poder persuasivo da imagem, os princípios do design funcionalista tornam-se esquemas formalistas. Contribuíram para o progresso técnico da área, mas perderam o vínculo com o conteúdo que transmitiam, como se a forma do design devesse ser um veículo transparente da mensagem do autor. Ocultaram, ou nem perceberam, que o design gráfico tem um conteúdo (mensagem) em sua própria forma.

Ao contrastar Tschichold com McCoy, um moderno e outro pós-moderno, surpreendemos um argumento de ordem moral utilizado como um critério para avaliar o design. Em Tschichold, o *bom* design se mantém neutro, contido nos princípios universais da ordem, tornando-se, assim, democrático. Enquanto isso, em McCoy, justamente o apego aos mesmos princípios transforma o design em pernicioso, apolítico e alienado dos conteúdos que transmite. Assim, considerando a mudança apontada por Bauman (1998), temos um deslocamento do princípio da ordem, moderno, para o do prazer e da satisfação individual, quer dizer: a legitimidade da ordem universal foi demolida; enquanto isso, permanece o direito de cada indivíduo, de cada minoria, de cada região, de ter seus próprios costumes gráficos.

Assim, o dilema entre mediador transparente ou co-participante da mensagem aparece tanto no modernismo quanto no pós-modernismo. No primeiro, a área de atuação profissional se constitui como um campo autônomo, com um saber próprio. A consciência das regras do design leva o funcionalista a legitimar-se por ser

mediador mais eficiente do discurso do autor, sendo um profissional. Ele reforça a noção fonocêntrica do valor da palavra oral como referência última, bem como está apegado à crença na metanarrativa dos valores e regras universais de emancipação do homem. A constituição do campo do saber, as instituições de ensino e as associações internacionais cristalizam o padrão funcionalista como se fosse decantação de um princípio universal.

O pós-modernismo destrói justamente essa crença na universalidade, imparcialidade e neutralidade do design. A escrita é revelada como a união (e dissociação) dos códigos visuais e alfabéticos. Ao destacar a co-autoria da mensagem em seus aspectos visuais, o designer simplesmente deixa claros ao leitor os pressupostos de sua ordenação do texto, enfatizando o poder da imagem. Trata-se de desconstruir o padrão modernista, para deixar aflorarem as idiossincrasias pessoais, os padrões culturais, os vínculos sociais ou de grupo. Os dois modos de conceber o design permitem definir-se o design como mediação, seguindo ideologias diversas e tendo consciência do campo específico do saber em que atua, mas sem deixar de lembrar seu caráter arbitrário e convencional. O sujeito, enquanto unificador da disciplina (cfme. Foucault), articula a multiplicidade da retórica do design gráfico.

### **Apontamentos para um próximo trabalho**

Jessica Helfand, em seu ensaio *Electronic Typography: the new visual language*, discute a mudança da tipografia a partir da entrada da multimídia. Ao final de seu ensaio, adotando um exemplo do escritor Oliver Sacks, mostra como os pais de uma criança surda aprenderam uma nova linguagem visual a partir da relação com

seu filho. Pelo que se pode compreender, sua tese é a de que o potencial de percepção e compreensão dos pais foi despertado pela necessidade de se adequar a uma nova realidade.

A multimídia introduziu uma nova linguagem visual, uma linguagem que não mais está presa a definições tradicionais de palavra, imagem, forma, lugar. A tipografia, em um ambiente que oferece tão variadas riquezas, precisa redefinir suas metas, seu objetivo, sua *verdadeira* (grifo meu) identidade. Precisa reinventar-se. E logo. (Helfand, 1997: 49)

O final da citação, “e logo”, mostra a convicção de Helfand de que a tipografia deve reinventar a si mesma. Na concepção da autora não existe identidade estável, mas uma alteração constante através do tempo. Assim, o surgimento de uma nova tecnologia faz com que a tipografia não seja a mesma, mas se transforme em outra diferente de si mesma, apesar de manter o mesmo nome. Independentemente da discussão para saber se a tipografia permanece a mesma ou se perde sua identidade ao entrar no âmbito digital, a autora nos apresenta um problema crucial: as fronteiras do texto, na relação dentro e fora, não mais as da página impressa, mas as virtuais, englobando inclusive o som. Nesse sentido, como o design tipográfico compõe seu enunciado para gerar um efeito sobre seu leitor visual? E se as letras têm movimento? E se elas trocam de tamanho, de cor, de forma e de tipo, como lidar com essas metamorfoses? E se o texto mantém-se estático perante os olhos do leitor, para torná-lo legível seguem-se os mesmos padrões gráficos?

Enfim, essa reflexão nos leva para além do âmbito deste trabalho, que esteve centrado em peças gráficas. Mesmo assim, fundamental, ela coloca-se como uma fronteira do design gráfico. E se nos guiarmos pela atitude crítica, própria da

desconstrução, devemos pensar que os dois termos não compõem uma oposição cristalizada, mas significam pelas diferenças de um em relação ao outro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. Educação após Auschwitz. In: COHEN, Gabriel (org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986. (Grandes Cientistas Sociais, 54).
- ADORNO, Theodor. O ensino como forma. In: COHEN, Gabriel (org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986. (Grandes Cientistas Sociais, 54).
- ALDERSEY-WILLIAMS, Hugh. *New universes design*. New York: Rizzoli International Publications Inc., 1988.
- ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual*. 10. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.
- AUMONT, Jacques. *A imagem Computar*. SP: Papirus, 1981.
- AYNSLEY, Jenny. *Graphic design: the design history & student's handbook*. London, Cambridge: The University Press, 1967.
- BAURIAN, Zsigmond. *O perfil de um psicanalista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BERKELEY, Roy R. *Insights Analysis*. New York: PRINT: America's Graphic Design Magazine, v. 52, n. 6, p. 29, pp.122-124, out/dez 1998.

BENJAMIN, Walter. *Claro Escuro, um livro de arte de Benjamin*. São Paulo: Brasiliense, 1979. (Obra Escrita, 3)

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e ciência*. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obra Escrita, 4)

BLACKWELL, Lewis & BRODY, Neville. *Art and design in graphic design*. New York: Parol, 1984.

BLACKWELL, Lewis & CARSON, David. *David Carson: the art of jazz, the graphic design of David Carson*. San Francisco: Chronicle Books, 1993.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas, estratégias para entrar e sair da*

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARTER, Rob; DAY, Ben & MCGUG, Philip. *Graphic design: from self communication*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

ADORNO, Theodor. Educação após Auschwitz. In: COHN, Gabriel (org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986. (Grandes Cientistas Sociais, 54)

ADORNO, Theodor. O ensaio como forma. In: COHN, Gabriel (org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986. (Grandes Cientistas Sociais, 54)

ALDERSEY-WILLIAMS, Hugh. *New american design*. New York: Rizzoli International Publications Inc., 1988.

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual*. 10. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

AYNSLEY, Jeremy. Graphic design. In: *Design History: a student's handbook*. London, Cambridge: The University Press, 1987.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BEHRENS, Roy R. *Invisible designer*. New York: PRINT- America's Graphic Design Magazine, v. 52, n. 6, p. 20, pp.122-124, nov/dez 1998.

CAVANAUH, Sean. *Digital type design guide*. Indiana: Hayden Books, 1993.

- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Obras Escolhidas, 3)
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985. (Obras Escolhidas, 1)
- BLACKWELL, Lewis & BRODY, Neville. *G1: new dimention in graphic design*. New York: Rizzoli, 1996.
- BLACKWELL, Lewis & CARSON, David. *The end of print: the graphic design of David Carson*. San Francisco: Chronicle Books, 1995.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1997. (Ensaio latino-americanos)
- CARTER, Rob; DAY, Ben & MEGGS, Philip. *Typographic design: form and communication*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.
- CARTER, Robert. *American typography today*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.
- CARTER, Robert. *Experimental typography: working with computer graphics*. New York: Watson Guptill Publications, 1997.
- CAUDURO, Flávio V. Design gráfico: duas concepções. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 9 (dez. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.
- CAUDURO, Flávio V. Logocentrismo e design tipográfico. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 8 (jul. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.
- CAUDURO, Flávio. Desconstrução e tipografia digital. In: *Arcos: cultura material e visualidade*. Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, v. I, nº único, 1998, p. 76-101.
- CAUDURO, Flávio. *Linguagem e comunicação gráfica*. Notas de aula, Mestrado em Comunicação Social, FAMECOS, PUCRS. Porto Alegre, 1996.
- CAVANAUGH, Sean. *Digital type design guide*. Indiana: Hayden Books, 1995.

- CONWAY, Hanzel (Org.). *Design history: a student's handbook*. London, Cambridge: The University Press, 1987.
- CRAIG, James. *Designing with type*. New York: Watson-Guption Publications, 1992.
- CRAIG, James. *Produção gráfica*. São Paulo: Mosaico, 1980.
- CRYSTAL, D. Reading, grammar and the line. In: *Growth in Reading: Proceedings of the fifteenth annual course and conference of the United Kingdom Reading Association*. Northampton: Ward Lock Educational, 1979.
- DERRIDA, Jacques. A diferença. In: *Margens da filosofia*. Portugal: Rés editora, s/d.
- DERRIDA, Jacques. *El tiempo de una tesis: desconstrucción e implicaciones conceptuales*. 2. ed. Barcelona: Proyecto a ediciones, 1997.  
(Cuadernos a, 3)
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Trad. Jefferson L. Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- DROSTE, Magdalena. *Bauhaus, 1919-1933*. Berlim: Bauhaus-Archiv Museum für Gestaltung & Benedikt Taschen, 1992.
- EAGLETON, Terry. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- FARIAS, Priscila. *Tipografia digital*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- FENTON, Kevin. The new typographer muttering in your ear. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.31-33.
- FOUCAULT, Michel. *Nietzsche, Freud e Marx*. São Paulo: Princípios, 1997.
- FREERE-JONES, Tobias. Towards the cause of grunge. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.16-18.

- FRIGOTTO, Gaudêncio. O enfoque da dialética materialista histórica na Pesquisa Educacional. In: FAZENDA, Ivany. *Metodologia de pesquisa educacional*. São Paulo: Cortez, 1991.
- GOTTSCHALL, Edward M. *Typographic communications today*. MIT Press, 1991.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.
- HAVELOCK, Eric. *A revolução da escrita na Grécia*. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- HELLER, Steven & CHAWST, Seymour. *Graphic style: from victorian to post-modern*. London: Thames and Hudson, 1988.
- HELLER, Steven & DRENNAN, Daniel. *The digital designer: the graphic's artist's guide to the new media*. New York: Watson-Guptill Publications, 1997.
- HELLER, Steven & FINK, Anne. *Faces of the edge: type on the digital age*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1997.
- HELLER, Steven & POMEDORY, Karen. *Design literacy: understanding graphic design*. New York: Allworth Press, 1997.
- HERION, F.H.K. The importance of typography. In: *Society of Typographic Designers, STD Close up*, 1986.
- HULBURT, Allen. *The grid*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1978.
- HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 1986.
- ILYIN, Natalia. Fabulous us: speaking the language of exclusion. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.37-39.
- JACQUES, João Pedro. *Tipografia pós-moderna*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

- KALMAN, Tibor, MILLER, J. Abbott, & JACOBS, Karrie. Good history/bad history. In: *Looking closer 1: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1994, pp.25-33.
- KEEDY, Jeffery. The rules of typography according to crackpots experts. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut e et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.27-31.
- KINROSS, Robin. Fellow readers: notes of multiplied language. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.18-27.
- KINROSS, Robin. Introduction to the english-language edition. In: TSHICHOLD, Jan. *The new typography*, . California: University of California Press, 1995.
- LABUZ, Ronald. *Contemporary graphic design*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
- LUPTON, Ellen & MILLER, Abbot. *Design, writing, research: writing on graphic design*. New York: Kiosk Book, Princeton Architectural Press, 1996.
- LUPTON, Ellen. *Mixing messages: graphic design in contemporary culture*. New York: Princeton Architectural Press, 1996.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 2. ed. Lisboa: Gradiva, 1989. (Trajectos)
- LYOTARD, Jean-François. *O pós-modernismo explicado às crianças: correspondência*, 1982-1985. 2. ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote: Lisboa, 1993.
- MACHADO, Arlindo. *Máquina e imaginário*. São Paulo: Edusp, 1996.
- MALDONADO, Tomas. *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili, 1977.

- Mc LEAN, Ruari. *Jan Tschichold: a life in typography*. New York: Princeton Architectural Press, 1997.
- MEGGS, Philip. *A history of graphic design*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1992.
- MILLER, Abbott J. *Dimensional typography*. New York: Princeton Architectural Press 1996.
- MILLER, J. Abbott, & LUPTON, Ellen. A natural history of typography. In: *Looking Closer 1: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Alltworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1994, pp.19-25.
- MÜLLER-BROCKMANN, Josef. *História de la comunicación visual*. México: G. Gilli, 1998.
- MUNARI, Bruno. *Design e comunicação visual*. Trad. D. Santana. Lisboa: Edições 70; São Paulo: Martins Fontes, 1982. (Col. Arte e Comunicação)
- NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.
- PEDERSEN, Martin. *Graphis typography 1*. Zurich: Graphis Press Corp., 1994.
- PLATÃO. *A República*. 5. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1990.
- PLATÃO. *Diálogos*. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987. (Os Pensadores)
- ROCK, Michael. Emigre comes of age. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Alltworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.55-58.
- SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de lingüística geral*. São Paulo: Cultrix, 1985.
- SOUZA, Pedro Luis Pereira de. *Notas para uma história do design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- STIFF, Paul. Look at me! Look at me! (What designers want). In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York:

- Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.34-37.
- THOMPSON, Bradbury. *The art of graphic design*. New Haven and London: Yale University Press, 1988.
- TSHICHOLD, Jan. *The form of the book*. Washington: Hartley&Marks Publishers, 1991.
- TSHICHOLD, Jan. *The new typography*. University of California, 1995.
- UNGER, Gerard. Legible? In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.108-114.
- VANDERLANS, Rudy; LICKO, Zuzana & GRAY, Mary. *Emigre: graphic design in the digital realm*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.
- VIENNE, Véronique. Soup of the day. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.9-15.
- VILLAS-BOAS, André. *O que é [ e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.
- VILLAS-BOAS, André. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- WILLIAMS, Robin. *The non-designers type book*. California: Peachpit Press, 1998.
- WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual*. São Paulo: Callis, 1995.
- WINKLER, Dietmar R.. Morality and myth: the Bauhaus reassessed. In: *Looking closer 1: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1994, pp.38-42.
- WOLF, Mauro. *Teoria da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

## **CURRICULUM VITAE**

### **Dados de identificação**

*Nome*

Ana Cláudia Gruszynski

*Naturalidade*

Porto Alegre, RS

### **Formação acadêmica**

*Graduação*

Bacharel em Jornalismo Gráfico e Audiovisual

• Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Experiência Docente**

*3º grau*

• Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre

• Centro de Ciências da Comunicação,

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo

### **Experiência em Pesquisa**

*Título da pesquisa*

Laboratório Eletrônico de Arte & Design (LEAD)

*Orientadores*

PhD. Flávio Vinicius Cauduro e Me. Joaquim da Fonseca

*Instituição/período*

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS (1991-1994)