

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
CÂMPUS CURITIBA  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL  
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN

CARLOS EDUARDO BAUER PEREIRA

**REFLEXÕES SOBRE A FUNÇÃO POÉTICA DO DESIGN GRÁFICO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA  
2011

CARLOS EDUARDO BAUER PEREIRA

## REFLEXÕES SOBRE A FUNÇÃO POÉTICA DO DESIGN GRÁFICO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso 2 do curso de Bacharelado em Design da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Msc. Liber Eugênio Paz

Co-orientadora: Profa. Dr<sup>a</sup>. Marilda Lopes Pinheiro Queluz

CURITIBA  
2011

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO Nº 017**

### **REFLEXÕES SOBRE A FUNÇÃO POÉTICA DO DESIGN GRÁFICO**

por

**CARLOS EDUARDO BAUER PEREIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no dia 07 de novembro de 2011 como requisito parcial para a obtenção do título de BACHAREL EM DESIGN, do Curso de Bacharelado em Design, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O(s) aluno(s) foi (foram) arguido(s) pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora: Prof(a). Dr<sup>a</sup>. Marilda Lopes Pinheiro Queluz  
DADIN - UTFPR

Prof(a). Esp. Rodrigo André da Costa Graça  
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Liber Eugênio Paz  
*Orientador(a)*  
DADIN – UTFPR

Prof(a). Esp. Adriana da Costa Ferreira  
Professor Responsável pela Disciplina TCC  
DADIN – UTFPR

**“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço aos meus pais, Carlos e Rosméri, por estarem sempre presentes e que, desde cedo, me mostraram a importância do estudo e do zelo.

Agradeço imensamente ao professor Liber Paz que, mesmo com seu escasso tempo, incentivou e aceitou participar desta ideia sem nem sabermos que rumos tomaria. Igualmente agradeço à professora Marilda Queluz que, com seu amplo repertório e dedicação, contribuiu para que este projeto fosse possível.

Aos colegas e amigos que tornaram excelentes os últimos cinco anos, também registro meu carinho.

Por fim, agradeço Isabela, simplesmente por ser Isabela.

isso de querer  
ser exatamente aquilo  
que a gente é  
ainda vai  
nos levar além

(PAULO LEMINSKI, Curitiba, 1987).

## RESUMO

BAUER-PEREIRA, Carlos Eduardo. Reflexões sobre a função poética do design gráfico. 2011. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

O presente trabalho possui natureza teórica interpretativa. Investiga e reflete acerca da função poética no design gráfico. A pesquisa bibliográfica parte da invenção do design como profissão no período modernista, passando pelo rompimento de seu ideário com articulações de propostas pós-modernistas, sistematização de funções do design e conceitos da comunicação poética. O desenvolvimento da discussão é realizado em duas etapas de análises de projetos integrantes da produção contemporânea brasileira, cruzando os conceitos levantados na busca pela materialização da função poética. Por fim, experimentos visuais autorais complementam o debate apresentando o conteúdo do trabalho articulado-se através dos conceitos apresentados.

**Palavras-chave:** Design. Design Gráfico. Poética. Função Poética. Linguagem Visual.

## ABSTRACT

BAUER-PEREIRA, Carlos Eduardo. Reflexions about the poetic function of graphic design. 2011. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

The present study is a theoretical and interpretive research. Investigates and reflects about the poetic function in graphic design. The bibliographic research starts with the invention of design as a profession in the modernist period, going through the rupture of its ideas by the articulations of post-modernists proposals, systematization of the design functions and concepts of poetic communication. The development of the discussion is conducted in two stages of analysis of design projects of the Brazilian contemporary production, relating the collected concepts for the search of the poetic function materialization. Finally, authorial visual experiments complement the debate by presenting the work contents articulated through the concepts presented.

**Keywords:** Design. Graphic Design. Poetic. Poetic Function. Visual Language.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1 – PÔSTER DIE GUTE FORM, DE ARMIN HOFMANN, 1954 .....	16
ILUSTRAÇÃO 2 – PÔSTER BLUES PROJECT, DE VICTOR MOSCOSO, 1967 ....	19
ILUSTRAÇÃO 3 – PÔSTER JAMBALAYA, DE STEFAN SAGMEISTER, 1997 .....	29
ILUSTRAÇÃO 4 – PARAÍSO PERDIDO .....	54
ILUSTRAÇÃO 5 – O TREM MALUCO – CAPA E INTERIOR .....	56
ILUSTRAÇÃO 6 – CARTAZ FILE 2007.....	58
ILUSTRAÇÃO 7 – O LIVRO AMARELO DO TERMINAL .....	61
ILUSTRAÇÃO 8 – LIVRO SÃO PAULO A PASSEIO – INTERIOR E CAPA.....	63
ILUSTRAÇÃO 9 – POSTAL CARIOCA .....	66
ILUSTRAÇÃO 10 – MARCA SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA.....	68
ILUSTRAÇÃO 11 – CARTAZ SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA .....	68
ILUSTRAÇÃO 12 – IDENTIDADE VISUAL MOSTRA LUZ EM MOVIMENTO.....	70
ILUSTRAÇÃO 13 – CARTAZ DADINHO NA TERRA DO SOL .....	72
ILUSTRAÇÃO 14 – CARTAZ DE DEUS E O DIABO NA TERRA DO SOL.....	73
ILUSTRAÇÃO 15 – CARTÃO DE VISITAS MIS.....	76
ILUSTRAÇÃO 16 – FOLDER INSTITUCIONAL MIS .....	76
ILUSTRAÇÃO 17 – CONVITES MIS.....	77
ILUSTRAÇÃO 18 – CARTAZ SALOMÉ .....	83
ILUSTRAÇÃO 19 – CARTAZ KAFKA .....	85
ILUSTRAÇÃO 20 – ILUSTRAÇÃO DE SALOMÉ DE AUBREY BEARDSLEY .....	90
ILUSTRAÇÃO 21 – CONVITE NA PONTA DOS DEDOS, FECHADO .....	92
ILUSTRAÇÃO 22 – CONVITE NA PONTA DOS DEDOS, ABERTO .....	93
ILUSTRAÇÃO 23 – VOCÊ – H. STERN, CAIXA FECHADA .....	99
ILUSTRAÇÃO 24 – VOCÊ – H. STERN, CAIXA ABERTA.....	100
ILUSTRAÇÃO 25 – VOCÊ – H. STERN, DETALHE DO MAPA ESTELAR .....	100
ILUSTRAÇÃO 26 – ○□△ .....	112
ILUSTRAÇÃO 27 – A PÓS.....	113
ILUSTRAÇÃO 28 – ERA TIPO AQUÁRIO .....	114
ILUSTRAÇÃO 29 – I WANT TO BELIEVE .....	115
ILUSTRAÇÃO 30 – EM FUNÇÃO DAS FUNÇÕES .....	116
ILUSTRAÇÃO 31 – NO MEIO DA MENSAGEM .....	117
ILUSTRAÇÃO 32 – DESCOBERTA.....	118
ILUSTRAÇÃO 33 – TYPE WRITER .....	119
ILUSTRAÇÃO 34 – NÚMERO NOVE .....	120

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>12</b>
2.1 DESIGN À PÓS-MODERNIDADE .....	12
2.2 DESIGN GRÁFICO COMO COMUNICAÇÃO .....	23
2.3 EM FUNÇÃO DAS FUNÇÕES .....	31
2.4 A CAMINHO DA FUNÇÃO POÉTICA .....	38
<b>3 CONCEITUAÇÃO</b> .....	<b>50</b>
<b>4 ANÁLISE AMPLA</b> .....	<b>51</b>
4.1 PARAÍSO PERDIDO .....	54
4.2 LIVRO INFANTIL O TREM MALUCO .....	55
4.3 CARTAZ FILE 2007 .....	57
4.4 O LIVRO AMARELO DO TERMINAL .....	60
4.5 LIVRO SÃO PAULO A PASSEIO – UM PERCURSO GRÁFICO .....	62
4.6 POSTAL CARIOCA .....	65
4.7 IDENTIDADE VISUAL E MARCA DA SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA ..	67
4.8 IDENTIDADE VISUAL MOSTRA LUZ EM MOVIMENTO .....	69
4.9 DESCUBRA O CINEMA BRASILEIRO – DADINHO NA TERRA DO SOL .....	71
4.10 IDENTIDADE VISUAL E PAPELARIA MUSEU DA IMAGEM E DO SOM .....	75
4.11 CONSIDERAÇÕES .....	78
<b>5 ANÁLISE PROFUNDA</b> .....	<b>82</b>
5.1 SALOMÉ .....	82
5.2 NA PONTA DOS DEDOS .....	92
5.3 VOCÊ – H. STERN .....	98
5.4 CONSIDERAÇÕES .....	106
<b>6 SÍNTESE VISUAL</b> .....	<b>111</b>
<b>7 CONCLUSÃO</b> .....	<b>121</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>125</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho origina-se e constrói-se em torno de reflexões, como sugere seu título. Trata-se de uma pesquisa teórica interpretativa, baseada em consulta bibliográfica e análises. A partir do tema principal, a função poética do design gráfico, são postos em diálogo diferentes autores e assuntos correlatos.

O objetivo geral é investigar a relação da função poética com o processo projetual de design gráfico a partir de pesquisa sobre a produção de designers gráficos. Para contemplá-lo, passou-se pelo estudo das teorias do design e de comunicação, as relações entre os dois assuntos, a articulação do design em contexto atual e a orientação do design por sistemas de funções.

A proposta inicial do projeto contava, na metodologia, com uma etapa de entrevistas com designers. Contudo, julgou-se mais adequado apenas a análise de trabalhos, direcionando o olhar para projetos variados, de diferentes autores, sendo mais interessante para a pesquisa o resultado, o produto do processo de design e sua relação com a poética em detrimento da intenção do designer ao projetá-lo.

Entende-se a manifestação da poética no design gráfico como uma possibilidade entre diferentes abordagens e posturas por parte de designers na atualidade. Pode ser incorporada ao modo de fazer, ao processo projetual pensando nos seus resultados futuros, ou pensada como modo leitura, um olhar para o os objetos da cultural material. Começam aqui uma série de fluxos, revelando diferentes atores no complexo sistema de comunicação, produtores e consumidores de mensagens em constante diálogo.

O termo “função poética” é tratado em teorias da comunicação, mas não na bibliografia de design; se citada, não é acompanhada de explicações mais profundas. Joaquim Redig (2009) traz a o termo ao olhar para o trabalho de Rico Lins, defendendo a necessidade de um projeto de design responder as mais variadas questões a que possa ser submetido. Cecília Consolo (2009) também traz o termo ao olhar o panorama de trabalhos compilados para a 9ª Bienal de Design Gráfico da ADG. Alega revelar-se ao destrinchar dos elementos sintáticos, referenciando o sistema de funções da linguagem do lingüista Roman Jakobson.

Sem maior aprofundamento na questão, Consolo (2009), contudo, atenta para sua importância, sugerindo ter o design, na poética, um papel estratégico na

comunicação. Como entender a função poética no design? Como contextualizá-la? A partir de algumas pistas a pesquisa bibliográfica trouxe à luz questões e conceitos que orientaram o desenvolvimento do trabalho.

O trabalho divide-se em três momentos interdependentes. Os quatro primeiros capítulos apresentam os conceitos pesquisados colocando em discussão diferentes ideias e autores. Posteriormente seguem dois capítulos de análises, onde as ideias até então apresentadas são relacionadas a partir do olhar para uma seleção de projetos pertencentes à produção de design brasileira contemporânea. A partir da conexão profusa de ideias, a terceira etapa é constituída de experimentos visuais que visam apresentar a temática debatida valendo-se do aparato comunicativo da práxis do design.

Ao assumir a poética no design como um caminho dentre outros, entra-se na reflexão sobre a pós-modernidade, mais especificamente o design produzido neste período ou os projetos que dialogam com os entendimentos dessa época. Vê-se na poética uma narrativa ampla para o design, busca sugerida por Rafael Cardoso (2008) dentro do contexto de múltiplos caminhos da pós-modernidade. Ana Cláudia Gruszynski (2000) apresenta diferentes entendimentos da época, sendo seu ponto em comum a negação à modernidade, período em que o design se inicia como profissão, momento de sua institucionalização. “Design à pós-modernidade” percorre o caminho do surgimento das primeiras teorias do design que giram em torno de ideias universais e abrangentes até seu rompimento posterior, bem como a íntima relação entre momentos históricos e a produção do design.

O contexto de pluralidade da pós-modernidade produz diferentes modos de pensar e fazer o design, variadas articulações. Em “Design gráfico como comunicação” são levantadas algumas possibilidades e os conceitos que as envolvem a fim de compreender como as posturas recentes de design operam. Legibilidade, co-autoria de mensagem, retórica tipográfica, design cambiante são caminhos investigados por pesquisadores do design e iluminam a compreensão do design gráfico como criador de mensagens visuais. Com antigos conceitos postos em cheque, torna-se necessário repensar os processos de leitura e revisar pressupostos que não mais satisfazem as necessidades de projetos de uma sociedade global e em constante mutação.

Ao se pensar em função poética, viu-se como necessário a consulta da bagagem referente às funções do design. A teoria do design reflete sobre sua

produção de modo global e tem nos sistemas de funções propostas de como orientar a configuração de produtos para os fins que se destinam, para as necessidades das pessoas. “Em função das funções” coloca em debate sistemas sugeridos por Bernd Löbach (2001), Bernhard Bürdek (2006) e Maristela Ono (2006), mostrando diferentes modos de pensar um produto de design. Ainda entram em pauta as funções expostas por Redig (2009) e as funções da imagem sugeridas por Sandra Ramalho e Oliveira (2005).

“A caminho da função poética” explora os conceitos da comunicação poética. Busca-se em autores de disciplinas distintas, teóricos e mesmo poetas, os mecanismos da comunicação que constroem a comunicação de forma poética. Quais são os mecanismos que levam o agrupamento de palavras que é um poema ser o que é, diferente de outros textos? Este capítulo intenta entender a poética em suas características gerais a fim de transpô-la ao design.

Fazendo o caminho inverso, procurou-se entender como a poética opera para que se possa relacioná-la com o fazer do design, guiado pela suas funções. Inserido em um contexto de múltiplas narrativas, investiga-se a forma de articulação de mensagens na atualidade – e breve percurso histórico –, originadas com o (rompimento do) design proveniente do período moderno.

Os conceitos levantados até esta etapa deram as bases para analisar uma seleção de trabalhos de design, que compreendem a produção contemporânea de design no Brasil. Na “Análise ampla”, dez projetos foram selecionados do catálogo da 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG. O olhar sobre os trabalhos procura investigar brevemente e relacionar a articulação das mensagens com a manifestação de sua função poética. “Análise profunda” investiga mais atentamente três projetos distintos entre si. Percorre-se o contexto de produção, linguagem, articulação, relação com sistemas de funções e como se manifesta a poética, na busca de compreensão mais global sobre cada caso.

Por fim, “Síntese visual” retoma os conceitos apreendidos sob a forma de peças de design com objetivo de comunicar o conteúdo deste projeto como um todo, aplicando seu próprio conteúdo.

O desenvolvimento deste trabalho foi um intenso processo de descoberta e reflexão, intenta-se que sua leitura e futuros desdobramentos também possam contribuir para valorizar e enriquecer o estudo e a produção de design.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 DESIGN À PÓS-MODERNIDADE

“Não faltam no meio profissional definições para o design, e essa preocupação definidora tem suscitado debates infundáveis e geralmente maçantes” (CARDOSO, 2008, p. 20).

A etimologia da palavra, a institucionalização no ensino no país com a ESDI ou, fora dele, com a Bauhaus e as mudanças de estruturação profissional em função das necessidades capitalistas da revolução industrial, são os caminhos geralmente percorridos nas tentativas de definição do design.

A variedade de definições faz sentido, uma vez que a atividade se configura de diferentes modos e com diferentes objetivos, válida “por um necessário e justificável pluralismo” (BÜRDEK, 2006, p.16). Sugere Bürdek (2006) que em vez de uma definição ou descrição pode ser mais efetivo nomear os problemas que o design deverá atender.

Este trabalho busca investigar uma função poética no design gráfico e não sua definição; nessa busca, contudo, se considera válida a discussão sobre as suas origens e natureza. Dessa forma, o entendimento de uma função poética num contexto de pós-modernidade e pluralidade de narrativas deve, antes, passar brevemente por algumas considerações sobre o período modernista.

Ambos os termos – modernidade e pós-modernidade – possuem uma perspectiva histórica e referem-se de forma ampla a determinada época, caracterizando não só um período temporal, mas uma série de valores, forma de pensamento e organização social. Durante esta pesquisa, não foram aprofundados os estudos referentes às épocas de forma ampla. A preferência foi dada aos autores que abordam a perspectiva de cada época relacionando-a com a história do design. Logo, em alguns momentos aborda-se aqui as características globais da modernidade e pós, a fim de entender-se a produção de design a eles associado. Ao se falar em design modernista ou design pós-modernista, entende-se como design desenvolvido nestes períodos e que trazem sincronicamente a forma de pensar inerente ao seu período.

Vale lembrar que, segundo, Cardoso (2008, p. 22), “não resta dúvida de que a existência de atividades ligadas ao design antecede a aparição da figura do designer”. Contudo, é neste período que vem o design a consolidar-se, se constituir como profissão, com objetivos declarados e profissionais assalariados; tornando-se – por este ponto – até mesmo redundante “qualificar o design como moderno” (GRUSZYNSKI, 2000, p. 34).

Juntamente com a consolidação da profissão, surgiram teorias e a reflexão sobre aplicação e desenvolvimento do design. Diz Gruszynski (2000, p. 58) que “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”.

Kopp (2004) lembra que a modernidade é a época que deseja se conhecer e autodenominar. Trata-se de um período que nasce anunciado pelo avanço tecnológico, revolução industrial, intensa mudança de ordem social e costumes. Seus porta-vozes são vanguardas artísticas que exaltam o progresso e a máquina como forma de controle do homem sobre a natureza, o culto à velocidade e ao novo. A nova orientação da sociedade europeia é marcada pela racionalidade e objetividade. Sob esta atmosfera, o design também toma para si a necessidade de autodenominar-se, motivado pelas necessidades culturais e industriais.

As questões de ordem prática, a objetividade, a clareza, a legibilidade caracterizavam os objetivos do design no período. Não é difícil encontrar livros com caráter de manifesto enumerando as regras para se desenvolver um bom design; no que se refere ao design de livros e aplicação de tipografia, pode-se citar *Die Neue Typographie*, *Typographische Gestaltung* e *The form of the book* de Jan Tschichold (GRUSZYNSKI, 2000). Wassaly Kandisky propunha uma gramática visual universal; Moholy-Nagy investigara um vocabulário racional que pudesse ser compreendido por todos; Josef Albers sugeria a objetividade e a sistematização em detrimento da emoção. Estes exemplos mostram como a Bauhaus buscava, mesmo sob diferentes pontos de vista, uma linguagem universalmente compatível (LUPTON e PHILLIPS, 2008).

O surgimento da profissão e do profissional traz consigo a necessidade de formação e qualificação:

O ensino tem exercido, ao longo do século 20, um papel fundamental na estruturação do design como campo profissional, principalmente em termos da transmissão de uma série de valores formais e ideológicos que transpassam as diversas manifestações do Modernismo internacional. (CARDOSO, 2008, p. 187).

Logo, vemos que a criação do design como profissão está relacionada intimamente com o desenvolvimento do ideário modernista, e este com o ensino de design.

Abstração formal, uma ênfase em pesquisa ergonômica, métodos analíticos quantitativos, modelos matemáticos de projeto e uma abertura por princípio para o avanço científico e tecnológico marcam o design ulminiano produzido na década de 1960, o que condizia perfeitamente com o entusiasmo tecnicista que se generalizava na sociedade como um todo durante esses anos de corrida espacial e miniaturização eletrônica. (CARDOSO, 2008, p. 188).

A escola de Ulm (que por sua vez pode ser vista como uma continuidade do programa da Bauhaus) tornou-se ícone do funcionalismo e da orientação objetiva e funcional do design. A metodologia de seu ensino veio inclusive a influenciar a implantação do ensino formal de design no Brasil, na ESDI – o que torna compreensível o fato de alguns pontos do posicionamento do design ainda hoje estarem relacionados com as ideias modernistas.

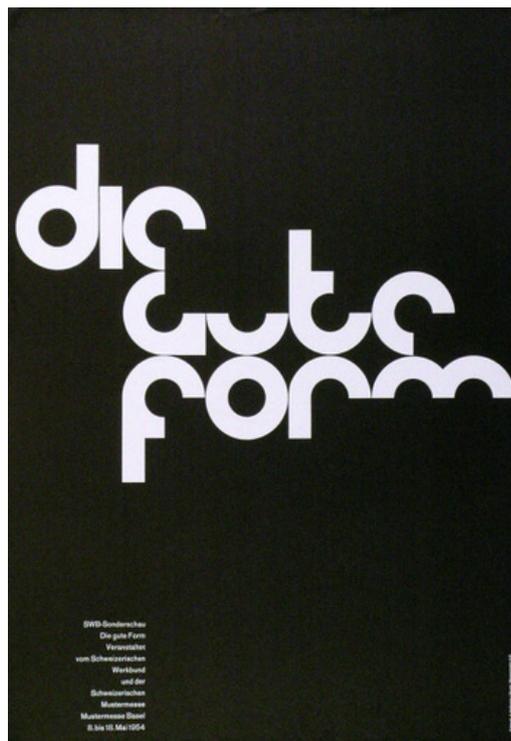
Livros pedagógicos com ideologia deste período traziam a psicologia da Gestalt, baseada na percepção abstrata da forma para o ensino; formas geométricas simples e cores primárias eram incentivadas pela simplicidade e propensa universalidade; o uso de um número mínimo de famílias tipográficas asseguraria a legibilidade e clareza, priorizando o conteúdo ou necessidade prática. A organização de layout totalmente orientado pelo uso de *grid* suíço, a uniformização e padronização levariam ao ótimo entendimento do conteúdo. O uso da novidade seria apenas usado como atrativo, tendo seu espaço garantido, mas limitado e com função restrita. A práxis era voltada ao invisível, transparente (GRUSZYNSKI, 2000).

É interessante pontuar que mesmo sendo o modernismo caracterizado pela reprodução de regras quase religiosas, não se manifestou de forma completamente homogênea. Heller (2009) coloca o termo “modernismo” como impreciso, imerso na revisão radical de padrões promovidos pelas vanguardas artísticas; um tempo de grandes avanços. Caracteriza o trabalho do norte americano Paul Rand e do suíço Armin Hofmann como interpretações pessoais e singulares, mais do que a

reprodução de padrões estabelecidos por escolas clássicas. Sobre a obra do segundo, fala o autor:

Seus pôsteres sintetizam o modernismo da metade do século não porque a ornamentação seja rejeitada e os métodos mecânicos (por exemplo, fotografias) sejam usados no lugar de decorações e ilustrações desenhadas à mão, mas porque eles tocam a alma de sua época. Sei que é difícil olhar para os grandes caracteres em preto e branco e algumas vezes em vermelho, ou para as geometrias ousadas, ou para as fotografias rígidas e conseguir conjurar a palavra “alma”. Compreendo que o trabalho de Hofmann possa ser mais bem caracterizado como uma espécie de beleza clínica e bem-ordenada, mas há também algo tão incrivelmente espiritual [...], que é difícil não usar a palavra alma ou não se sentir comovido. Fico maravilhado com a pureza formal desses pôsteres e também consigo sentir a paixão do designer pelo material. (HELLER, 2009, p. 244).

Exemplifica com o pôster Die Gute Form (Ilustração 1) – Bom design –, feito para a exposição de 1954, na Swiss Industries Fair, Basileia. O pôster é icônico e cumpre seu papel: “atrair olhares, despertar a curiosidade e transmitir a mensagem – sem o benefício de uma ilustração explícita ou um *slogan* engenhoso” (HELLER, 2009, p. 240). O autor lembra que a formação modernista ou aplicação de suas regras não implicam necessariamente em um design acético, sem vida ou monótono. Este trabalho apesar da economia de recursos, mostra uma grande riqueza formal-estética, dialoga com as possibilidades da forma e mostra com o sintético pode vir a ser plural. Se pensado em função da comunicação, o resultado é expressivo ao mesmo tempo em que diretamente relacionado com o conteúdo – objeto – que traz ao público.



**Ilustração 1 – Pôster Die Gute Form, de Armin Hofmann, 1954  
Fonte: Heller (2009, p. 241).**

A intensa produção intelectual e reflexiva sobre a atividade de design no modernismo é sem dúvida positiva, contribuindo para a construção e para o posicionamento da atividade perante a sociedade. “O pensamento sistemático sobre a problematização, os métodos de análise e síntese, a justificativa e a escolha das alternativas de projeto – tudo isso junto, hoje em dia, se tornou repertório da profissão de design” (BÜRDEK, 2006, p. 51).

Por outro lado, a expressão individual era reprimida em detrimento de um produto impessoal, supostamente adequado para todas as pessoas (de todos os lugares, de todas as culturas). Ao unificar-se a linguagem, padronizá-la, acreditava-se colocar os homens como iguais; intenção nobre se pensada como justiça social, porém excludente e repressora se considerar as necessidade, culturas e liberdades individuais:

Retomando o projeto iluminista, observamos que ele supunha a existência incontestável de uma única resposta para uma mesma questão. O controle e a organização racional do mundo correspondia ao êxito em apreendê-lo e representá-lo do modo certo, ou seja, da única forma correta. (GRUSZYNSKI, 2007, p. 43).

É nesse sentido que concentram as críticas aos modelos modernistas: sua universalização e conseqüentes resultados repetitivos e visualmente monótonos, esbarrando e desconsiderando as peculiaridades e diferenças culturais e individuais.

O design do alto modernismo, referente ao Estilo Internacional, pode ser entendido como “uma prática inovadora até certo instante, no entanto, não permitiu sua atualização, não permitiu a auto-reflexão. [...] Quando o design deixou de se questionar ele estagnou, petrificou, tornou-se um monólito” (KOPP, 2004, p. 72). Um caráter normativo e excludente pode tornar-se totalitário. O que, naquele momento específico surgia como universal e científico, hoje se vê como resultado de um período específico (GRUSZYNSKI, 2000).

Contextualmente, esta teoria do design modernista apresenta-se como válida em seu momento histórico. “Após a Segunda Guerra Mundial, o funcionalismo viveu seu período de florescimento [...]. A produção em massa desenvolvida era reconhecida como um instrumento adequado para a estandartização e racionalização da produção” (BÜRDEK, 2006, p. 59). Logo, se torna claro que a forma de se projetar estava alinhada às necessidades específicas, e não podem ser consideradas como normas para todo e qualquer tempo e espaço.

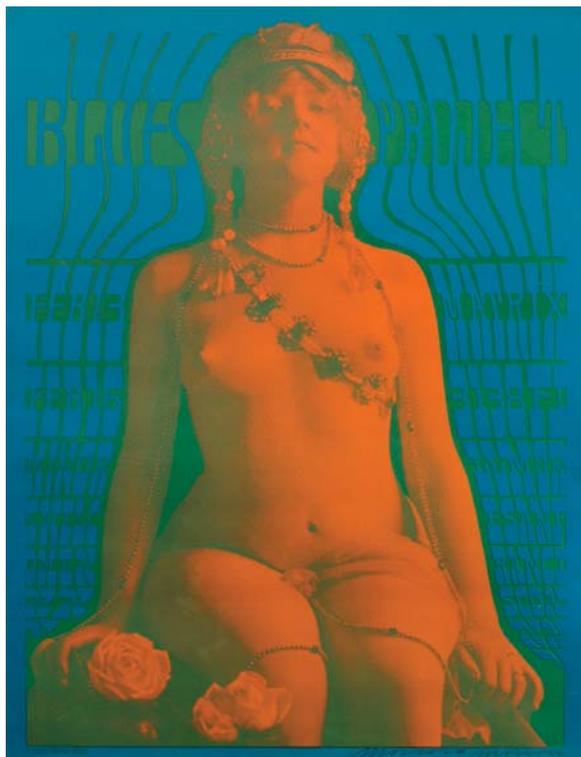
As críticas ao funcionalismo começam a surgir justamente com o encerramento da fase de crescimento europeu pós Segunda Guerra. Nos anos 60, novos acontecimentos e reações sociais vieram a culminar em novas abordagens. A Guerra do Vietnã, a primavera de Praga, as manifestações de Maio em Paris, Berlim e Frankfurt am Main, a crítica social, o conceito da Nova Esquerda e os trabalhos dos teóricos de Frankfurt são apontados por Bürdek (2006) como elementos representativos de uma mudança de ares. Sincronicamente tem-se no Brasil e em outros países latinos a instalação de ditaduras militares e conseqüente perda de liberdades individuais. Tal panorama resulta em novas posturas por parte da sociedade, voltada para rompimento e reinvenção de valores. Os jovens passam a reformular seu modo de vida e seus costumes, motivados pela desilusão e negação da postura da geração que os antecederam. O movimento hippie é um exemplo das reconstruções que culminaram nos efervescentes anos 60: o cotidiano se baseava em sexo, drogas e *rock and roll* enquanto se pregava “paz e amor”. No mesmo período, surgem os movimentos de afirmação e luta por direitos por parte das minorias – os homossexuais, os negros, a revisão do papel da mulher.

O movimento hippie tem seu auge em São Francisco – Estados Unidos, 1967, mas também reverbera na Europa, de onde surgem algumas das bandas mais significativas para o *rock and roll* – Beatles, Rolling Stones, Cream, Led Zeppelin. A globalização estende as novas posturas para América Latina; no Brasil, a Tropicália surge como movimento, ao incorporar o novo e o estrangeiro ao regional e brasileiro. As mudanças desse período, legitimadas por forte produção cultural e mudança de hábitos, influencia as décadas seguintes, podendo ser entendido como potencializador de uma transição entre o mundo moderno e o que viria após.

Com a mudança de contextos e de valores, pessoas ou grupos passaram a reivindicar sua posição na sociedade; o design enquanto resultante de seu momento histórico não poderia manter-se imperturbável.

Sobre esse momento de icônica efervescência cultural, Heller (2009, p. 265) cita o trabalho de Victor Moscoso; seus pôsteres “fizeram pelo design gráfico o que bandas como Greatful Dead, Jefferson Airplane e Big Brother and the Holding Company fizeram pelo *rock*: ‘entornaram o caldo’ e quebraram todas as regras”. Este comparativo traz claramente a ideia da produção de design associada à cultura e um momento específico, pois da mesma forma que estas bandas teriam manifestado através da música os valores no grupo em questão, Moscoso o teria feito pelo design, não necessariamente num sentido de tradução de mídias, mas mais próximo à autoria colaborativa em diferentes frentes.

O trabalho do designer caracterizava-se por “letras ilegíveis, cores vibrantes e ilustrações antigas, a psicodelia foi uma linguagem visual rebelde criada para comunicar-se exclusivamente com uma comunidade” (HELLER, 2009, p. 265). Nota-se, pois, harmonia entre o projeto e o público, passando longe de qualquer pretensão de universalidade. Os recursos utilizados voltam-se diametralmente opostos aos pregados pelo modernismo. A legibilidade é propositalmente abandonada como recurso de exclusividade; o uso das cores complica ainda mais a leitura e torna a composição perturbadora; o uso de ilustrações antigas conflita com o apreço pela novidade. O exemplo escolhido pelo autor é descrito como “uma indicação da compreensão total de equilíbrio, proporção e cor” (HELLER, 2009, p. 266). Trata-se do pôster do Blues Project (Ilustração 2).



**Ilustração 2 – Pôster Blues Project, de Victor Moscoso, 1967**  
**Fonte: Heller (2009, p. 265).**

O trabalho de Moscoso é comparado com outros designers do mesmo período, que se utilizavam de recursos variados como estilo cômico, o perfeccionismo e o macabro, enquanto este “era o mestre da simplicidade” (HELLER, 2009, p. 266). Pela ótica modernista, um trabalho como este poderia ser visto como artístico, fruto da expressão individual. Moscoso, contudo, freqüentou a universidade e estudou design, tendo rejeitado as convenções conscientemente; chegou inclusive a ser premiado por um alfabeto romano baseado na inscrição da coluna de Trajano. Ao concluir a análise, Heller (2009) traz as palavras do designer:

A regra ditando que um pôster deveria transmitir a mensagem de maneira simples e rápida transformou-se em: “Quanto tempo você consegue envolver o observador na leitura do pôster? Cinco, dez, vinte minutos?”; a regra “não use cores vibrantes” tornou-se: “Use-as quando puder e irrite os olhos o máximo que conseguir”; “O título sempre deve ser legível” foi transformado em: “Encubra o título o máximo possível e torne sua leitura muito complicada”. Moscoso chamou isso de “mundo virado de cabeça para baixo”. Mas ao colocar essas ideias em prática ele criou um sistema de trabalho que alterou a linguagem de toda uma geração. (HELLER, 2009, p. 267).

A quebra de regras no design por Moscoso é análoga ao rompimento cultural, social, comportamental feito pelos jovens daquele momento em relação à condição

das gerações que os antecederam. O exemplo deste designer foi colocado aqui sequencialmente após apresentarem-se os conceitos do design modernista. A produção de design destes dois momentos é radicalmente diferente e o objetivo aqui não é conotar o primeiro como antiquado. A intenção é enfatizar a produção do design como produto direto de momento histórico, adequando-se às necessidades e criando linguagens específicas, tornando-se assim mais eficazes. Objetiva também reafirmar que nenhuma regra pode ser criada para nortear a práxis projetual sem prazo de validade ou limites para aplicação. Mais que uma ferramenta de mercado ou de comunicação persuasiva, o design se torna um importante “sinalizador cultural” (CONSOLO, 2009, p.16).

A ideia de adequação e uso de diferentes abordagens e linguagens vêm de encontro ao que diz Cardoso (2008) sobre o pós-moderno:

A marca registrada da pós-modernidade é o pluralismo, ou seja, a abertura para posturas novas e a tolerância para posições divergentes. Na época pós-moderna, já não existe mais a pretensão de encontrar uma única forma correta de fazer as coisas, uma única solução que resolva todos os problemas, uma única narrativa que amarre todas as pontas. Talvez pela primeira vez desde o início do processo de industrialização, a sociedade ocidental esteja se dispondo a conviver com a complexidade em vez de combatê-la, o que não deixa de ser (quase que por ironia) um progresso. (CARDOSO, 2008, p. 234).

Gruszynski (2000) investiga a reflexão sobre pós-modernidade e chega a três possibilidades de seu entendimento. No primeiro, “pós” indica a sucessão temporal linear e cronológica, onde trabalha-se com citação de estilos anteriores: “Essa noção de pós-moderno implica na ruptura, na introdução de um novo aspecto distinto dos padrões anteriores” (GRUSZYNSKI, 2000, p. 67).

O segundo está relacionado com o fim das grandes narrativas institucionais modernas, que dá lugar e valor para pequenas narrativas, sem enredo previamente estabelecido. É caracterizado pela incredulidade e cada indivíduo pode e deve buscar as regras para ordenar sua existência. O mundo é mediado pelo valor de troca, que todo tipo de bem e serviço recebe; sendo o seu acesso mediado pelo mercado.

A terceira concepção relaciona a pós-modernidade com expressão, de maneira plural, fragmentária, desconstruída da totalidade orgânica em busca da singularidade. Nesse caso, a oposição se faz à modernidade enquanto modo de expressão.

A autora afirma que embora não haja consenso – e mesmo isso seria um paradoxo por tratar-se de um período incrédulo –, há, contudo, convergência na negação à modernidade:

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 constroem-se durante o fazer da obra. (GRUSZYNSKI, 2000, p. 68).

A pós-modernidade acentua-se com a insatisfação dos discursos modernos. Uma vez que não há garantias, parece válida a busca por soluções e prioridades variadas, afirmadas pela liberdade individual. A variedade de possibilidades é amplificada com a globalização, a disponibilidade e acesso à informação. Se com o advento da televisão o mundo passa ser percebido como menor, com a internet fica ainda menor, e a velocidade – exaltada no início do século 20 – passa tão rápida que nem é percebida. A enorme quantidade de informação é incessantemente alimentada com ainda mais informação e “todas vão sendo condenadas à insignificância simplesmente pelo espaço proporcional ínfimo que conseguem ocupar” (CARDOSO, 2008, p. 238). A dinâmica é tão intensa e fugaz que o olhar passa a ser uma forma de consumo.

As relações sociais e de trabalho se alteram, a percepção de tempo e as opções multiplicam-se infinitamente. O mercado regula-se e se adapta para oferecer os mais variados tipos de produtos e serviços para saciar ou mesmo criar necessidades e desejos, cada vez menos duradouros.

Da mesma forma que a pós-modernidade não constitui um período com início pontualmente marcado, nem possui uma definição formalmente declarada, o design pós-moderno também não é fixamente delimitado. O entendimento do termo é proveniente da aceitação da possibilidade de narrativas diversas e coexistentes, contextualizados nessa atmosfera, seja qual for seu entendimento. O trabalho de

Moscoso, anteriormente citado, por ser considerado pós-moderno, uma vez que nega a narrativa totalizante moderna e posiciona-se como apenas uma pequena narrativa, relativa a uma comunidade ou grupo, dela e para ela.

O design pós-moderno poderia ser caracterizado pelo agrupamento espontâneo de diversas correntes estilísticas identificadas. Meggs<sup>1</sup> (1992, p. 447 apud GRUSZYNSKI, 2000) propõe linhas gerais, listando-as: extensões do *International style*, Memphis, Retro, Revolução eletrônica. Mesmo não existindo uma linha unificadora entre ambos, pode-se notar uma postura perceptível da busca de novas linguagens e desprendimento de convenções. Contudo a definição de época por agrupamento apenas compila manifestações com maior adesão ou influência. Uma vez que os pólos de produção de design no século XXI tornam-se cada vez mais descentralizados, com escolas, produção e mercados crescentes – não mais restrito à Europa e Estados Unidos, este tipo de entendimento se torna uma pesquisa global em tempo real impraticável.

Um entendimento mais amplo, talvez se torne mais eficiente, uma vez que nota-se no design o discurso de negação à modernidade. “Como os diferentes autores indicam, parece haver uma motivação comum: ir contra os princípios do design modernista. Melhor seria dizer, de um certo tipo de design modernista, aquele consagrado como funcionalista” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 91). O uso de ferramentas como pensamento sistemático, uso do *grid*, mesmo conceitos e legibilidade ainda são válidos; a negação constitui-se na postura de linguagem universal, na crença da única resposta; ao contrário disso, se oferecem múltiplas propostas. Ao invés de se utilizar de um aparato pronto para dar suporte à construção de um produto ou linguagem, as regras são elaboradas durante o fazer; diferentes para cada novo projeto.

Aceitar, contudo, que tudo é possível e válido, que não existem âncoras ou parâmetros, pode encaminhar para a superficialidade. Cardoso (2008) sugere que em meio a tanta informação, devem-se buscar narrativas mais amplas e unificadas, sem necessariamente cair na falácia da universalização, que se distanciaria da própria natureza humana. Nesse sentido, as propostas pós-modernas frequentemente nos lembram que o design é feito para pessoas; o que sugere que

---

<sup>1</sup> MEGGS, Phillip. **A history of graphic design**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1992.

fechar métodos e tipologias ancoradas em regras abstratas poderia criar uma linguagem excludente e hermética, e portanto contraditória.

## 2.2 DESIGN GRÁFICO COMO COMUNICAÇÃO

Após um momento de entendimento do contexto e raízes do design, ancorados em um momento histórico de autodenominação, passamos para o estudo mais focado nas possibilidades e características do design gráfico, dentro do atual contexto pós-moderno.

Assumindo a perda de algumas certezas, o modo de fazer do design passa a se reconstruir. Twemlow (2007) pontua que muito do material produzido para orientar tipos específicos de projeto de design são hoje insuficientes, tendo em vista os fatores econômicos e culturais; o que significa que as estruturas do design se vêm em estado de constante fluxo e mutação. Com novas relações sociais e de mercado, surgem novos tipos de necessidades para o design, para os quais as antigas convenções não mais respondem.

Lupton e Phillips (2008) apontam que, se antes as preocupações estavam necessariamente ligadas a reduções a formas simples e sintéticas, hoje em dia formas impuras, sujas, ruidosas e híbridas soam também muito interessantes. Pensadores visuais, como dizem as autoras, buscam seus resultados visuais sem a necessidade de decompor imagens em seus elementos fundamentais, e sim partindo de regras e conceitos simples. Fazem uma ressalva, entretanto, em relação ao pós-moderno:

Como o próprio pós-modernismo se tornou uma ideologia dominante nos anos 1980 e 90 tanto na academia como no mercado de trabalho, o processo do design ficou preso às referências culturais ou à confecção de mensagens a comunidades cada vez mais estreitamente definidas. (LUPTON e PHILLIPS, 2008, p. 8).

Deve-se ter em vista, pois, que o pós-modernismo já passou por um momento inicial de exploração de possibilidades. Mas esse assunto certamente está longe de chegar ao fim. Lupton e Phillips (2008) vêm justamente nas mudanças e propostas

provenientes desse momento, a necessidade de revisão dos elementos que articulam o design.

É comum, ao se abordar o tema, remeter-se à inserção das tecnologias digitais no processo de design. Este fato – em 1984 – provocou posturas distintas, de rejeição e adesão; a tecnologia ainda possuía poucos recursos e baixa resolução, contudo poderia potencializar o processo projetual com novas ferramentas (GRUSZYNSKI, 2000). O designer possuiria agora maior autonomia e liberdade; no que diz respeito à aplicação de tipografia não há mais os limites técnicos e dependência dos tipos móveis e do especialista em sua manipulação.

Quase trinta anos depois, a quantidade de recursos disponíveis aumentou consideravelmente e o computador se insere como ferramenta obrigatória da produção. Lupton e Phillips (2008) ressaltam a defasagem entre o uso dessas ferramentas e a qualidade de pesquisa e pensamento visual, no sentido que uso compulsório de certos recursos pode levar ao apego maior às ferramentas e suas soluções quase automáticas em detrimento da busca de construções visuais mais interessantes e profundas.

Cardoso (2008) também relata a democratização radical e decisiva dos processos de produção, passando à mão do operador do *software* decisões antes quase exclusivas do tipógrafo. Com a mesma intensidade que a liberdade aumenta, o “risco de bitolar a excentricidade criativa é constante em qualquer sistema operacional que retira o controle instrumental do usuário, mesmo que seja para potencializar de forma exponencial a eficiência da execução” (CARDOSO, 2008, p. 242).

A combinação de novas posturas com novas ferramentas traz manifestações de diferentes propostas. Gruszynski (2000) chama atenção para a discussão entre tipografia e legibilidade. Para a autora, a práxis profissional que antes se orientava para a impessoalidade, transparência e invisibilidade, agora se volta para a ilegibilidade. Esta poderia até mesmo ser usada como recurso de atração. Pontua que uma inovação radical tornaria uma mensagem visual incompreensível, assim como nenhuma novidade a torna monótona:

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. Do outro lado, mantido estritamente nos limites das

regras consagradas de organização, o enunciado visual não produz maiores efeitos no leitor. (GRUSZYNSKI, 2000, p. 99).

A leitura de uma peça é, contudo, um processo dinâmico, e envolve a bagagem prévia do leitor. A legibilidade, pois, está associada com padrões e convenções, o que se está acostumado a ler: as letras góticas alemãs foram comuns da época de Guttenberg, mas usá-las para compor hoje um livro de receitas, por exemplo, deixaria a linguagem pouco prática. Também há de se salientar que existem diferentes tipos de leitura voltados para diferentes objetivos. A leitura para o estudo é diferente da leitura de uma obra literária, que é diferente da leitura de uma placa de sinalização de trânsito e diferente também de uma mensagem publicitária. Os objetivos e meios culturais que objetos de leitura se inserem permitem mais ou menos liberdade expressiva.

Gruszynski (2007) aponta a retórica tipográfica, ou o uso dos tipos como elemento pictórico e declaradamente composto de valores expressivos, como um dos caminhos observados na articulação de trabalhos pós-modernos. As letras e palavras se tornam visíveis e podem compor, elas mesmas, a imagem e a mensagem visual ao mesmo tempo que verbal.

Kopp (2004) salienta duas características da leitura: *legibility* é uma qualidade de eficiência, a facilidade de simples leitura e identificação do texto, enquanto *readability* é uma qualidade que gera empatia, gera o interesse de leitura. Nesse sentido é interessante pensar em oferecer uma peça ao público que seja prazerosa não só na leitura de seu conteúdo, mas também no processo de leitura.

David Carson é frequentemente lembrado ao se falar de experimentações visuais e tipográficas: “O leitor não lê o design de David Carson, ele precisa traduzir e interpretar ou, simplesmente, olhar como ‘simples’ trânsito de signos a sua disposição” (KOPP, 2004, p. 87). O processo do designer passa pela aceitação da efemeridade que algumas peças podem representar, como as páginas de uma revista – suporte comum para sua produção –, legibilidade, pois, não é necessariamente uma virtude, considerando o contexto (HELLER, 2009).

Kopp (2004) traz a ideia do design gráfico cambiante – uma postura mutante e variável, que não se cristaliza. Analisa alguns projetos (principalmente revistas) onde há uma identidade sem elementos gráficos fixos, o conceito se forma pela sobreposição das diferentes propostas. Toma cuidado de sempre validá-las com um público e situação compatíveis – talvez não no sentido de liberdade suficiente para

fazer algo fora do convencional, mas considerando que esse tipo de abordagem seja, de fato, mais compatível com o público e assuntos envolvidos.

Revistas de cultura pop, *rock*, *surf*, *skate* são alguns exemplos. O público é geralmente composto por jovens, inseridos em uma cultura de constante mutação e rápida renovação. A revista Ray Gun – retomando o exemplo de Carson – é um exemplo: volta-se para um público de *rock*, onde não há cristalização; novas bandas, músicas e discursos podem surgir muito rapidamente. Assim, não faz sentido consumir um projeto gráfico imóvel, ou, há liberdade suficiente para se propor variadas abordagens. Ao dar diferentes tratamentos para cada edição, os volumes não se tornam uma serialização, cada um possui sua individualidade e – mesmo partindo da aceitação da efemeridade – tais peças possam mesmo atingir maior relevância e longevidade.

Para esta revista – e mesmo outras que o designer desenhou – não havia um logotipo fixo e cada matéria possui uma organização particular:

A inconstância das capas e páginas repete a seqüência de imagens dos frames sobrepostos uns aos outros no videoclipe. A sucessão de significados com pouco ou nenhuma relação entre si, e que isolados parecem incoerentes ou com significado deslocado (sem referência com o todo), tem valor apenas como sucessão, como enxurrada. Interessa produzir e consumir o maior número possível de significantes, eles só significam enquanto se sobrepõe. (KOPP, 2004, p.107).

Sobre a manifestação cambiante como possibilidade de articulação pós-moderna, o autor mostra diferentes possibilidades: a revista Big, por exemplo, variava entre uma edição e outra; se tomada apenas uma edição seu projeto poderia facilmente ser visto como convencional ou associado às linguagens do período moderno. A significação toma outra dimensão se tomada em conjunto.

Ao encarar a possibilidade do designer propor conteúdos que venham a se somar ao conteúdo prévio a ser comunicado, pode-se enxergá-lo como co-autor da mensagem – mensagem essa que será concretizada pelo leitor. A postura transparente, outrora defendida, é admitida como superficial, uma vez que a natureza escrita da palavra traz consigo características inexistentes na língua falada.

Se, no caso de um livro, é necessário que exista um suporte físico, uma configuração, a escolha de tipos, diagramação de margens, aberturas de parágrafos, capa, etc. como a configuração visual deste livro pode manter-se neutra? Um caminho nesse sentido seria apenas a repetição de modelos já conhecidos por parte

do leitor, tão comuns que passariam despercebidos. A multiplicidade de configurações disponíveis, contudo, impede que se haja, hoje, um padrão convencional. O que há de ser considerado é a abertura que existe para se propor conteúdos.

Novamente recorre-se a Gruszynski (2000), que atenta para a questão que leva o designer de mediador a co-autor. A posição de mediador torna-se válida para qualquer postura – a neutralidade, como no modernismo, ou declaradamente participativo, como as articulações pós-modernas. A posição de mediação se aplica à atividade de articulação de signos visuais pelo profissional consciente da atividade que está a realizar, seja qual for a ideologia.

Ao rejeitar conscientemente a posição de neutralidade, o designer articula elementos, faz escolhas de modo a moldar a mensagem conjuntamente com o cliente, ou autor anterior a ele. A forma com que a mensagem se apresentará certamente implicará em diferentes leituras. Cabe ao papel de mediação definir a proposta que se enquadre mais adequadamente às necessidades e intenções envolvidas.

Twemlow (2007) recorda que o termo “autoria” está relacionado diretamente com a questão literária, e começou a ser empregado para o design na década de 90, a partir das pesquisas de Katherine McCoy – diretora do Programa de Design Gráfico da Cranbrook de 1971 a 1995 (HELLER, 2009). McCoy desenvolveu pesquisas em diferentes focos, motivada pelas relações entre forma e conteúdo. Para ela, a forma poderia ser recipiente do conteúdo, como também pode se transformar em conteúdo (HELLER, 2009).

McCoy associava as práticas de design experimentalmente com teorias linguísticas, passando de modelos clássicos de comunicação para a abordagem pós-estruturalista. Esta veio em oposição ao estruturalismo, que encarava os signos como grupos interdependentes e tendo sua significação mediada pelas relações que formavam.

Para o desconstrutivismo (parte do pós-estruturalismo) as partes de uma mensagem poderiam ser desmontadas, decodificadas e cada fragmento traria seu próprio significado. Esta abordagem critica a naturalização de certas convenções, formadas ao longo do tempo e baseadas em critérios arbitrários; este processo se, por um lado, leva ao compartilhamento de regras, impede a novidade e as possibilidades de escolha da linguagem (GRUSZYNSKI, 2000).

Por este mesmo caminho, enxerga-se pela tipografia a diferença entre a língua falada e a escrita, revelando-se por meio de uma série de caracteres que pertencem unicamente à linguagem escrita. A convenção e repetição de modelos se sobrepõem à possibilidade de neutralidade.

A aplicação desta teoria no design mostrou-se bastante rica: “O designer já não era mais um tradutor, mas um comentarista, parceiro e participante na emissão da mensagem” (HELLER, 2009, p. 277). As pesquisas de McCoy contribuíram para o alinhamento da postura do design com os modos de pensar a comunicação como um todo, fora de um sistema dual de linearidade e mais próximo de fluxo complexo do mundo atual.

Para McCoy “trabalhar com pós-estruturalismo representava uma atitude e não um estilo” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 76). Estilo pode ser entendido “como um modo de relacionar forma e conteúdo, que traz a marca do trabalho e se constitui como produto de um processo” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 106).

Villas-Boas (1996) manifesta-se contrário à ideia de designers possuírem um estilo, como acontece com artistas. O que se aproximaria disso seria uma possível unidade entre as relações que estabelece, o modo de fazer particular que o conduz às soluções de projetos, não tão relacionados com a configuração visual ou repetição de elementos estéticos ou técnicas. O autor norteia seu pensamento tomando o design como atividade de projeto imersa num sistema de produção e troca capitalista; e o afastamento da ideia de estilo motiva o desprendimento formal e estético específicos, uma vez que cada projeto envolve questões específicas. Ao fazerem transparecer a individualidade do designer como criador, seu estilo, suas marcas características, sua postura poderia estar mais ligada ao fazer artístico.

A noção de estilo se torna compatível se tida como estratégias de articulação, e não pela ênfase de elementos dominantes (GRUSZYNSKI, 2007). Por este pensamento, a ideia de estilo se configura diferente, está mais próxima do modo de fazer do que do resultado. Disso poderíamos caracterizar qualquer tipo de atividade, não necessariamente ligadas a projeto ou criação. Logo, dependendo de como se entende o estilo, um designer pode sim possuí-lo, e isto quer dizer que possui jeito próprio de pensar o projeto, de organizar sua metodologia ou mesmo realizar as funções comerciais de sua atividade. Contudo, a reinvenção constante pode ser um caminho também válido.

Stefan Sagmeister é um designer cuja obra e postura são bastante interessantes ao se pensar a pós-modernidade. Recusa-se a produzir seguindo uma coerência estilística, baseia seu trabalho em ideias “peculiares e controversas”, embora “muito lógicas, produzindo por fim um trabalho que chama atenção e perturba os sentidos” (HELLER, 2009, p. 366). Apesar de recusar a noção de estilo, no sentido clássico ou no modo de fazer, nota-se em seu trabalho uma consistência lógica; talvez próximo do que diz McCoy ser uma atitude.

Para um projeto de características bastante especiais – pôster de uma conferência da AIGA, ou seja, design para designers representando o design – Sagmeister usou como estratégia de elaboração a metáfora. Intitulada Jambalaya (prato típico da culinária da região onde a conferência ocorre, que entre outros ingredientes tem o frango), o designer compôs o pôster (Ilustração 3) com frangos sem cabeça correndo, imersos nos nomes dos conferencistas escritos por eles mesmos (alguns usaram a assinatura, outros uma autocaricatura). O conceito dialoga por diferentes caminhos: referencia o ingrediente do prato que dá nome ao evento, práticas de vudu e a atmosfera do próprio evento: 80 conferencistas em 3 dias de evento que certamente gerariam grande correria.

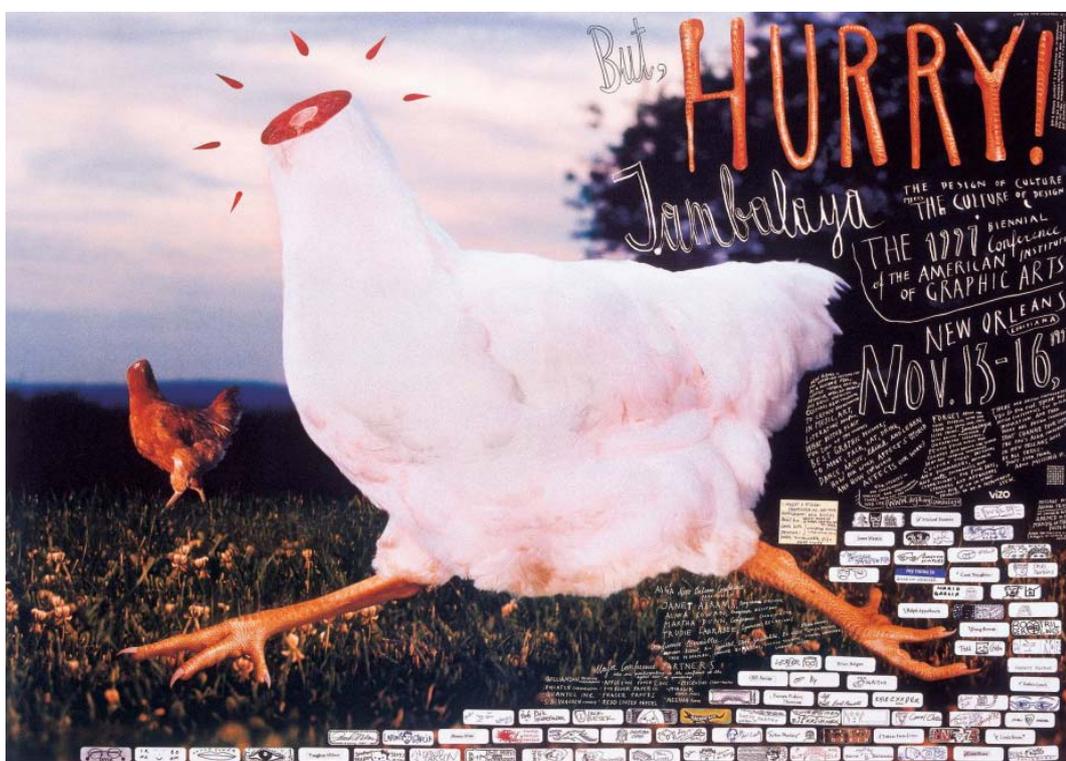


Ilustração 3 – Pôster Jambalaya, de Stefan Sagmeister, 1997  
Fonte: Heller (2009, p. 367).

Tanto sua postura como a solução deste pôster manifestam um modo de fazer bastante particular, onde a solução para cada peça trilha um caminho próprio. Ainda defende e incentiva a postura “levar ideias não testadas para o mundo real” (HELLER, 2009, p. 367). Para o designer, já existe uma grande quantidade de peças bem desenhadas que são superficiais e acabam por serem completamente ignoradas.

Neste pôster, pode-se claramente notar as posturas antes mencionadas. Se a mensagem prévia era que haveria uma conferência com 80 participantes, sua configuração visual traz junto uma série de outras possíveis leituras, qualificando a postura de co-autor. Coincidentemente, a legibilidade é posta de lado em função do *readability* – a grande profusão de informação e a imagem instigante de galinhas correndo sem cabeça associadas à tipografia feita com seus pés causa empatia através da comicidade e um desejo de desvendar a informação.

Este tipo de trabalho pode justamente questionar a efemeridade da informação que transita em excesso: uma vez que se “gasta” tanto tempo na sua leitura, que há necessidade de certo esforço para sua decodificação, sua durabilidade não seria maior? Não ficaria este tipo de imagem por mais tempo retida em nossa memória? E não se tornaria ela mais eficiente que uma mensagem mais “bem comportada”, justamente por suscitar posturas de rejeição e adesão?

De fato a imagem se tornou um clássico do design, sendo citada em diferentes livros; assim como o designer que a produziu possui grande reconhecimento a nível mundial. Mas também é certo que qualquer tipo de imagem, seja ela pertencente a alguma convenção ou não, ficará na memória dependendo de relações e experiências a nível pessoal por parte do leitor.

Ao aproximar possibilidade de expressões individuais e construção de caminhos não unificados e comprovados, poderia se questionar a proximidade desse tipo de design com a arte, evocando sentimentos como estranhamento, expressão, questionamento. Sobre isso:

O design gráfico surge exatamente daí – da esfera da arte e da reflexão da arte sobre si mesma -, mas gradativamente se afastará desde campo e se voltará para a esfera produtiva. E só se configura como prática profissional e disciplina específicas a partir do momento em que deixa a esfera da arte. Assim, sua relação com a arte é umbilical e, portanto, sempre recorrente. Mas, justamente por isso que design gráfico não é arte. (VILLAS-BOAS, 1996, p. 65, 66).

Logo, se a linha entre arte e design é tênue, pode ficar por vezes invisível. A diferença entre ambas reside, talvez, em seus propósitos, na forma como são realizados, não em sua metodologia ou artifícios de construção. O design está em função de alguma coisa para alguém: no caso do Jambalaya está em função da AIGA para os designers que compõe o público; e o projeto é orientado neste sentido.

Se a definição de design é dispersa e inexata, como comentado no início deste trabalho, e se torna ainda mais confusa num período que nem mesmo possui consenso sobre si mesmo, enxergam-se algumas linhas e posturas que criam possíveis entendimentos ou dialogam com este panorama caótico.

Villas-Boas (1996) situa a atuação do design gráfico em suportes impressos – diferenciando-o por este aspecto básico de outros segmentos de atuação –, e com funções expressamente comunicacionais. Também Gruszynski (2000) coloca o designer gráfico no papel de mediador do processo de comunicação, o produto do projeto atua como meio para que a comunicação ocorra. As experiências de Crambrook com teorias lingüísticas também inserem o design gráfico num contexto de comunicação.

Os conceitos, ou possibilidades de articulação provenientes da pós-modernidade vistos aqui também relacionam-se estritamente com a comunicação: as relações de leitura, a retórica tipográfica, a mediação da mensagem. Logo, a busca por uma função poética dentro do design pode partir do princípio do design como comunicação.

## 2.3 EM FUNÇÃO DAS FUNÇÕES

Bürdek (2006) apresenta a ideia das funções do produto serem provenientes da construção de um teoria disciplinar do design – se a metodologia estudaria as formas de desenvolvimento de projeto, a teoria do design promoveria a reflexão crítica sobre o fazer, o que pode e o que deve ser o design. Deixa claro que a divisão de funções não é restrita e varia conforme as situações e contextos.

O autor coloca como essência do design a comunicação e atribui especial importância às funções perceptivas que intermedeiam os sentimentos das pessoas. Ressalta também a crescente necessidade das funções sociais.

As ligações de troca de cada função foram conduzidas por Mukarovski como um processo dinâmico – baseado nos princípios do estruturalismo – em que o modelo conduzido em seguida por Gross (1983) se provou mais uma camisa-de-força. A crítica se fazia por um lado à rígida divisão da estética formal, das funções indicativas e simbólicas (a chamada “triangulação de Offenbach”), que na prática não pode ser seguida completamente. Por outro lado, é problemático o caráter autopoético deste modelo, já que reage de menos à problemática forma-contexto. (BÜRDEK, 2006, p. 295).

As funções formal-estéticas, segundo o autor, foram buscadas fixamente durante o século 20. Elas se referem à vivência de impressões sensoriais de elementos formais, postura que, ao ser aplicada no projeto, causa conseqüente perda de sentido, focando mais na forma com que são realizados do que no seu valor. Esta aplicação refere-se à sintaxe e semântica ou, no design, algo como gramática da configuração. Para o autor, as formas devem ser escolhidas de modo a refletir seu uso.

Bürdek (2006) fala também em funções indicativas, relativas às funções práticas, onde o produto deve realizar bem os propósitos práticos assim como deixar claro o modo como o faz. Nestas funções existe um mínimo de interpretação pessoal ou ponto de vista individual. Faz a crítica sobre a aplicação desse tipo de função durante o século XX, onde se partia menos de pesquisas de público e compreensão de suas experiências e expectativas e mais de critério ideológicos como sinal de progresso tecnológico.

Sobre as funções simbólicas, afirma que não se encontram afirmações gerais, que são frequentemente aplicadas como pano de fundo sob as funções indicativas por não existir um vocabulário de significados. Para ele, a função de símbolo é controversa, por permitir diversas interpretações ao longo da história; relaciona, contudo, à convenção: elementos que possuem significados interculturais. Defende também que “uma teoria do design deve permitir uma variedade de interpretações de um mesmo objeto” (BÜRDEK, 2006, p. 325).

Este autor apresenta a questão das funções como aberta, e entende suas divisões e conceitos como provenientes de momentos históricos. Defende que dado o contexto, as variáveis se alteram, não existindo fórmulas e critérios rígidos para suas aplicação e entendimento.

Löbach (2001) possui uma visão mais delimitada sobre o assunto. Para ele, é por meio das funções do produto que o usuário satisfaz suas necessidades. As

funções mais importantes (logo, não constituem a totalidade das funções) são: prática, estética e simbólica. O produto, diz o autor, tem a específica tarefa de suprir carências e proporcionar o bem-estar, prazer e relaxamento.

Partindo deste ponto de vista, as funções práticas se dedicam aos aspectos fisiológicos, sobrevivência e bem-estar físico. As funções estéticas estão relacionadas a aspectos psicológicos e perceptivos do uso, relacionado com a saúde psíquica. As funções simbólicas estariam relacionadas com os fatores espirituais, psíquicos e sociais; sendo que as duas últimas são interdependentes.

Estas duas últimas teriam objetivo de promover a aceitação do produto e a capacidade mental de associação de ideias. Ressalta a predominância de uma função sobre as outras em produtos.

Diz o autor que um produto deve ter deve ter suficiente informação a ponto de não se esgotar durante seu período de uso; sua percepção depende da experiência pessoal do usuário e de suas condições e necessidades momentâneas. Neste ponto, critica os produtos da Bauhaus, que, ao serem reduzidos a formas geométricas básicas, se tornaram insuficientes em informação estética. Um produto fabricado em série possui a mesma configuração e estética repetida em grandes lotes, possibilita mesmo assim incontáveis leituras e percepções.

Löblich (2001) dialoga com estética, psicologia e as experiências pessoais. Em seu sistema de funções, os objetivos estão voltados ao bem estar e a satisfação por meio dos produtos. Na definição de seus conceitos, nota-se maior vínculo com fatores psicológicos e fisiológicos e menor ênfase em questões culturais.

Apesar da sistematização nestes três pontos básicos, deixa abertura para entendimento da existência de outras funções, uma vez que as necessidades possam se manifestar sob diferentes aspectos. Este sistema pode ser entendido como uma ferramenta de projeto, um modo de se pensar um produto em sua concepção, orientando sua configuração com objetivo da satisfação das necessidades. Estas, contudo, podem variar em diferentes contextos, épocas, ambientes ou propósitos.

Para Ono (2006) as funções do produto são as próprias necessidades que ele deve atender. Em seu trabalho, faz uma divisão ligeiramente diferente da de Löblich (2001): divide-as em simbólicas, de uso e técnicas. Deixa claro, no entanto, que esta divisão possui caráter didático e que “as mesmas se encontram estreitamente inter-relacionadas no universo contextual e perceptivo do usuário” (ONO, 2006, p. 30).

Comparativamente, pode-se dizer que seu conceito de função simbólica abrange as funções estéticas e simbólicas de Löbach (2001), sendo inclusive mais abrangentes. Contempla características estéticas, visuais, perceptivas, significantes em níveis individuais e coletivos, relações sociais, culturais e status. Incorpora desta forma tanto aspectos de percepção quanto relações culturais. Deixa claro a dinâmica cultural e comunicativa dos objetos:

As funções simbólicas dos objetos encontram-se diretamente vinculados à percepção das formas, cores, texturas, à aparência visual, às associações simbólicas e afetivas e, portanto, a um determinado contexto, no qual os mesmos se inserem. E, assim como o contexto contribui para a significação dos objetos, qualquer variação do mesmo altera o significado destes. Partindo-se deste entendimento, o objeto pode ser compreendido como um processo contextual dinâmico, uma realidade significativa, uma linguagem, diretamente vinculado ao repertório simbólico e à percepção do usuário. (ONO, 2006, p. 33).

Também critica a pretensão à universalidade na medida em que os valores percebidos variam individualmente.

As funções de uso são relativas às tarefas práticas que o objeto deve realizar ou auxiliar. As funções técnicas vêm a ser a codificação das duas outras, a tradução das necessidades em características técnico-produtivas: a escolha de materiais deve responder a necessidade do objeto realizar uma tarefa assim como dialogar com sua cultura, por exemplo.

A autora ressalta outras necessidades que envolvem o projeto, como o que se refere às questões ambientais e financeiras, inseridas no complexo sistema projetual. Seu grande apelo se faz em relação à cultura, defendendo a sintonia que deve haver entre a produção de artefatos e a pluralidade cultural. Ressalta a dinâmica da cultura como parte inerente da vida humana.

Os três autores citados aqui tem seu discurso voltado para o design de produtos industriais (ou design de produto). Contudo, entende-se que os valores, teorias e momentos do design trazem discursos que não se detêm a tipos específicos de objetos. O discurso do modernismo abarca tanto os livros de Tschichold, o alfabeto universal da Bauhaus como seus móveis e os produtos da Braun baseados nos estudos de Ulm. Ao se compreender que design gráfico gera um produto gráfico, a sistematização das funções também se aplica. Mesmo que em alguns casos o produto se mostre menos tangível, ainda é possível reconhecer as diferentes funções citadas, pela ótica dos diferentes autores.

Seria possível fazer um paralelo com Twemlow (2007). Ao analisar a questão “Para que serve o design gráfico?”, sua categorização não segue sistema similar de funções. As funções são dadas pelos contextos que as propostas se inserem, assim temos: design para o protesto, design para a sustentabilidade, design para *craft* e complexidade, design para a colaboração. Acima de tudo, a autora lembra que o design é para pessoas, e é assim inevitavelmente associado com a cultura.

Ao falar de imagem, Ramalho e Oliveira (2005, p. 25) diz que “poderemos encontrar diversas funções: mágicas, religiosas, políticas, estéticas, epistêmicas, informativas, decorativas, persuasivas ou até comerciais”. Saliencia que diferentes imagens podem se prestar a diferentes finalidades e estas seriam suas funções, que podem se alterar ao longo do tempo.

O sentido de imagem não é exatamente o de design, mas pode se aproximar. Abriga tanto pinturas como imagens publicitárias, logo, se pensando em design gráfico, um pôster, um logotipo, uma embalagem poderiam ser ou mesmo ser constituídos por imagens. Joly (2006) coloca a possibilidade de se considerar a imagem como mensagem visual. Pertencente ao processo de comunicação a imagem funciona como ferramenta, de expressão e comunicação. Logo, mesmo sendo conceitos diferentes, confundem-se em diversos momentos, ampliando as possibilidades do entendimento do sentido de função.

Seguir as funções de objeto ou mensagem para sua configuração pode sugerir uma postura funcionalista, pela raiz do termo. Contudo, o funcionalismo tido como modernista valoriza as funções práticas, e mesmo sobre isso existem críticas em relação aos métodos adotados. Pelo menos assim é que é descrito e entendido.

Ao analisar a postura funcionalista ensinada na ESDI, Redig (2009), questiona esta postura como reducionista:

Esta é uma interpretação equivocada do funcionalismo, ou no mínimo parcial, na medida em que toca apenas em 1 aspecto do objeto, enquanto, o que aprendi na ESDI, pelo menos foi assim que eu li, é que se deve considerar TODOS os aspectos, todas as funções, todas as necessidades – humanas, biológicas, psicológicas, ambientais, sociais, econômicas, culturais, tecnológicas, etc. – e atuar como um mediador capaz de equilibrá-las na materialização do produto, em benefício do usuário (a palavra produto aqui é empregada no sentido literal, como resultado de uma produção, gráfica inclusive, e não apenas como objeto de consumo). (REDIG, 2009, p. 4).

Ao exemplificar as diversas funções a que o projeto se presta, o autor cita as funções social, cultural, estética e poética (sem mais esclarecimentos, contudo).

Uma análise sobre as funções do design leva a concluir que sua sistematização tem mais a ver com uma ferramenta para análise ou para projeto do que sua resposta ou percepção para o usuário final. As funções têm a ver com a finalidade do objeto, imagem ou mensagem; e estas devem ser consideradas dado o contexto, a expectativa do futuro usuário e mesmo a previsão da inserção do artefato num sistema dinâmico de cultura. O modo de se pensar o projeto e seus objetivos variam conforme sua proposta.

Assim para um suposto empresário que encomenda um projeto, a função de determinada mensagem poderia ser somente a função de lucro; de um cartaz de protesto poderia ser a função de persuasão ou questionamento. Da mesma forma, se poderia aplicar o sistema prático-estético-simbólico em cada um dos casos. Como lembra Ramalho e Oliveira (2005, p. 25), o parâmetro de funcionalidade não é absoluto nem definitivo, e esta questão “não se trata de um referencial destituído de polêmica”.

Por uma ótica pós-moderna, aceita-se a adoção de um ou outro sistema e entende-se não haver uma restrição ou delimitação fixa e constante das funções do design. Logo, abre-se margem para se falar em uma função poética do design, como citada por Redig (2009).

As funções do design apresentadas pelos autores podem embasar uma metodologia de projeto, com o sentido de objetivos a serem alcançados. Dessa forma, o sistema de Ono (2006) é bastante coerente e interessante, relacionado itens subjetivos e simbólicos com relações sociais e culturais e ainda com itens técnicos de produção, relativo à materialização destas ideias. Löbach (2001), por outro lado, é mais restritivo, considera as funções como “obrigações”, ou quesitos a serem atendidos, visando o bem estar e prazer do usuário. Bürdek (2006) resgata o histórico da teoria do design e apresenta um sistema aberto, menos restritivo.

O mais interessante, contudo, é ver que os diferentes autores apresentam diferentes sistemas, e mesmo se tratando das mesmas funções em alguns casos, seu conceito varia. As funções da imagem de Ramalho e Oliveira (2005) tem caráter de direcionamento, como “o que se pretende com a imagem” ou “o que a imagem se propõe a fazer”: vender? dialogar? ensinar? propor um modelo estético?

Redig (2009) traz uma série de funções, defendendo que um produto deve ser feito levando em consideração todos os possíveis usos e necessidades e é ele quem traz a ideia de uma função poética. Como poderia ser função entendida? Um produto deve saciar a necessidade de poesia do usuário visando seu bem estar sensível?

A teoria da comunicação traz um sistema de funções de linguagem, onde o entendimento de função muda: uma mensagem favorece uma ou outra função. Aqui se encontra também uma função poética (que é abordada no capítulo a seguir). Consolo (2009, p. 21) considera essa abordagem, ao pensar o que transforma uma imagem em poesia: “A análise do design pela via sintática destrincha os elementos de sua composição, sola signos e revela sua função poética”. A autora ainda sugere que, na poética, o design pode ter um papel estratégico na comunicação.

Da mesma forma como o conceito de imagem se aproxima do design por vezes, não estaria próximo também o conceito de mensagem? Certamente que sim, uma vez que o design possui caráter de comunicação.

As funções da linguagem não são usadas como objetivos a se seguir ao se criar uma mensagem, mas mais como o caráter que a mensagem assume quando se constrói de um ou outro modo. Pensando no design, a função poética, ou mesmo outra função, pode ser caracterizada mesmo se não buscada no processo projetual. Se a atribuição de valor e significado, assim como a leitura se constrói a partir da experiência individual e pessoal, também não poderia ser alcançada de forma definitiva e finita no projeto. Mesmo Löbach (2001) lembra que o produto deve ter informação suficiente para não esgotar a experiência do usuário e reter por mais tempo sua atenção. Assim, uma função do design pode ser vista de duas formas: um objetivo projetual ou um olhar para um produto, sendo uma destas possibilidades anterior ao produto, na sua concepção e outra posterior. Lembra-se ainda que as necessidades ou objetivos de um projeto variam em cada caso específico, sendo difícil um sistema que previamente abarque todas as possibilidades; e ainda como comentado anteriormente pelas palavras de Twemlow (2007) e Lupton e Phillips (2008), a natureza dos projetos atualmente distanciam-se da teoria descritiva clássica.

Com algumas possibilidades e dúvidas expostas, o objetivo agora é investigar a função poética. Mesmo citada em textos de design, o que viria a ser de fato? Uma poesia, o texto escrito em forma de poema, certamente possui a função poética, e o

faz intencionalmente, utilizando a mesma língua que se usa para outros tipos de texto. Seria possível fazer o mesmo no design?

## 2.4 A CAMINHO DA FUNÇÃO POÉTICA

Com a intenção de buscar o entendimento de uma função poética do design, trilhou-se o caminho da constituição do design como profissão, teorias e orientações da atividade provenientes de diferentes momentos, a contextualização de um momento atual e algumas propostas de articulação. A reflexão até aqui se compôs sobre e através do design. Entretanto, não se encontrou material disponível especificamente sobre uma função poética no design. Sustentando-se por uma postura multidisciplinar, a investigação passa agora por outras áreas de conhecimento, a partir da ideia de encarar o design gráfico como comunicação e linguagem.

Coelho Netto (2001) faz um apanhado dos diferentes momentos da história da linguagem. Os gregos a propuseram como gramática, implicando um campo de ação bastante limitado. Posteriormente surge como filosofia, carregado de caráter historicista, comparativo e demasiadamente preocupado com a língua escrita. Um terceiro momento emergiu como gramática ou filosofia comparada, abordando as relações entre diferentes línguas, sendo considerada fechada e restritiva. Os Neogramáticos alemães não aceitavam a língua como sistema fechado e insistiam em adotar uma perspectiva histórica.

Em um quinto momento, é “com Ferdinand de Saussure que a lingüística assumirá o caráter geral que lhe permitirá sair do círculo relativamente estreito do estudo das línguas naturais (português, espanhol, etc.) e aplicar-se aos mais diferentes domínios da comunicação, quer dizer, da atividade humana” (COELHO NETTO, 2001, p. 17). A Semiótica de Charles Peirce surgiria ainda como abordagem mais ampla e capaz de abarcar maior número de fenômenos.

A semiologia (de Saussure e outras abordagens semelhantes, convencionalmente chamadas assim) se apresenta mais restritiva, focando na questão do sentido e na relação do signo e seu interpretante “deixando de lado tudo àquilo que fosse extralingüístico, que transcendesse a esfera lingüística, isto é, o

social, o psicológico, o fenomenal” (COELHO NETTO, 2001, p. 65). Enquanto esta se voltava para o par significante e significado, Peirce apresenta um modelo de tríade: signo, objeto e interpretante. De toda forma, uma abordagem semiótica implica estudar o modo de produção de sentido, significação e interpretação. “De fato, um signo só é um ‘signo’ se ‘expressar ideias’ e se provocar na mente daquele ou daqueles que o percebem uma atitude interpretativa” (JOLY, 2006, p. 29).

Joly (2006) atenta para o longo processo de compreensão, ao longo da história, que a análise sistemas de signos pode ser desvinculada da supremacia do modelo lingüístico. Não é necessário tomar, portanto, a língua ou uma língua para que se compreendam outros mecanismos de comunicação. O sistema de Peirce propicia este processo, sendo seu sistema de signos compatíveis com diferentes linguagens.

Por um viés semiótico, algumas das questões anteriormente abordadas se tornam mais claras. A “transparência do significante” que fala Joly (2006, p. 34) se refere a significantes tão comuns que passam despercebidos, levando diretamente a sua significação; como no caso de adoção de padrões e convenções no design que passam por invisíveis ou neutros. Com a analogia da língua, a autora lembra que basta se ouvir outro idioma para que se tome noção do seu caráter de convenção. O que vem a existir são acordos culturais, padrões seguidos, diferentes de uma compreensão inerente a todos os homens.

Por este mesmo princípio, entende-se também a facilidade de leitura. Ao acostumar-se com determinada linguagem, os olhos buscam diretamente seu conteúdo e significado. Propostas no design que coloquem conscientemente barreiras a este caminho mais direto estão interessadas em propiciar a interpretação do próprio caminho para se chegar ao conteúdo, oferecem uma experiência de uso da mensagem.

O que diz Leminski (1997) sobre os momentos de criação, pela ótica de um poeta, pode acrescentar algo aqui. Distingue ele três momentos: transmissão de conteúdo, saturação do veículo e operações “inter-semióticas”. Inicialmente, não se percebe conscientemente a natureza da mensagem, sua configuração, e caminha-se diretamente para o conteúdo – como na transparência antes citada. Ao conscientizar-se, a metalinguagem é produzida como informação levando a uma nova percepção da mensagem e sua codificação.

A terceira etapa é aclamada como libertação pelo autor. A mistura de diferentes códigos e linguagens produz mensagens híbridas, novas e ricas. Algumas mídias já possuíam este caráter por natureza: na música há a palavra e o som; no cartum, o desenho e o texto. No design em suporte gráfico, temos frequentemente o texto em forma gráfica, a tipografia, associado a outras imagens.

Ao pesquisar uma função poética, depara-se com a teoria da comunicação. O termo especificamente é abordado segundo a sistematização de funções da linguagem – provenientes de um modelo de comunicação linear. Neste, elementos são responsáveis por diferentes etapas do processo:

Para transmitir mensagens, o fundamental é que haja uma *fonte* e um *destino*, distintos no tempo e no espaço. A fonte é geradora da mensagem e o destino é o fim para o qual a mensagem se dirige. Nesse caminho de passagem, o que possibilita à mensagem caminhar é o *canal*. Na verdade, o que transita pelo canal são sinais físicos, concretos, codificados. Codificar significa obedecer a determinadas convenções preestabelecidas pela fonte e pelo destino, que conhecem o que ficou estabelecido a respeito daqueles sinais. Quer dizer: *código* é a organização dos elementos que compõem um conjunto, com regras de permissão e de proibição que determinam o modo da ocorrência da combinação desses sinais físicos. (CHALHUB, 1984, p. 11).

O lingüista Jakobson reafirmou este modelo linear, relacionando cada elemento do processo a uma função da linguagem. A representação gráfica deste modelo indica um caminho linear, partindo a mensagem do emissor, referente a um objeto, via canal, através do código acrescido de ruído, findando no receptor. Estas funções nunca manifestam-se simultaneamente, havendo apenas a predominância de uma sobre as outras (analogamente o mesmo que acontece com os sistemas de funções aplicados ao design). Tem-se: função emotiva centrada do emissor; função conativa no receptor; função referencial no objeto; função fática no canal; função metalingüística no código; função poética na mensagem.

As críticas a este modelo devem ser consideradas antes de se explorar a informação vinculada ao fator poético.

Coelho Netto (2001) critica a construção deste tipo de esquema primeiramente por sua configuração. Divididos em caixas e tendo seu fluxo ordenado por setas, não é compatível com o fluxo ou teia comunicativa que acontece em termos práticos. O processo de comunicação não acontece linearmente, e não existe um emissor comandando a produção de mensagem. A produção é feita simultaneamente por diferentes fontes, sejam elas codificadas

formalmente ou não, com códigos definidos ou não. O dito receptor recebe múltiplas mensagens, constantemente, diferente da ideia de isolamento então pressuposta. O recebimento da mensagem (das mensagens) depende do foco de atenção ou escolha do receptor. Ainda pode-se argumentar que o processo não se encerra aí, há a interpretação, significação, resposta.

Este tipo de modelo, segundo o autor, também pressupõe uma base ideológica de domínio de informação. Paternalista, indicaria que existe uma entidade responsável por encaminhar informação e mensagens, filtrar o que é colocado em circulação. A contraproposta vem de um modelo de autogestão, onde a informação seria produzida do receptor para o receptor, sendo o foco de interesse do homem, o homem que está a seu lado.

De qualquer forma, o caminho só de ida é finito e curto, enquanto a comunicação é um processo de diálogo. O diálogo é um “jogo de interação entre dois, um jogo de perguntas e respostas capaz de gerar informação e, assim mudar comportamentos” (COELHO NETTO, 2001, p. 99). O conceito de discurso, por outro lado, desconsidera o fator interpretativo, apenas a transmissão de ideias.

Inserindo o design gráfico num contexto de comunicação, a mensagem por ele produzida torna-se mais interessante ao se comportar como diálogo, não como discurso. Ao apresentar sua forma e conteúdo de um modo supostamente certo, sua construção se fecha para uma leitura interpretativa. Basear-se da ideia do diálogo, a legitimaria como comunicação. Neste caso, imagina-se que uma mensagem deva resgatar a linguagem do seu receptor (ou usuário), e propor leituras; uma peça que permita abertura e não tenha em si mesma o seu fim.

Em um contexto de análise e produção de mensagens, Joly (2006) valida a existência dos elementos no processo de comunicação:

Qualquer mensagem exige, em primeiro lugar, um contexto, também chamado referente, ao qual remete; em seguida, exige um código pelo menos em parte comum ao emissor e ao destinatário; também precisa de um contato, canal físico entre os protagonistas, que permita estabelecer e manter a comunicação. (JOLY, 2006, p. 56).

Considera-se, pois, os elementos envolvidos, levando em conta a não linearidade no processo. A noção de funções, mesmo que se componha em um sistema de difícil delimitação, apresenta qualidades de foco relevantes.

Os traços provenientes da linguagem verbal podem ser estendidos para outras formas de linguagem. Mesmo Jakobson (1999), que foca seu estudo na linguagem verbal, ressalta este traço:

Em suma, numerosos traços poéticos pertencem não apenas à ciência da linguagem, mas a toda a teoria dos signos, vale dizer, à Semiótica geral. [...] a linguagem compartilha muitas propriedades com alguns outros sistemas de signos ou mesmo com todos eles (traços pansemióticos). (JAKOBSON, 1999, p. 119).

Tem-se, portanto, um modelo de comunicação proveniente da linguagem; seus estudos se concentram na lingüística. Os mecanismos poéticos abordados estão prioritariamente ancorados no fazer poético da escrita, os poemas. Esse fazer poético certamente é o mais amplamente e escancaradamente produzido sob a alcunha poética. Buscar a possibilidade de poética no design, não tem a ver com transpor a atividade ou sua metodologia. Tem a ver com entendimento do que caracteriza uma mensagem como poética, diferente de uma informacional, por exemplo. A visualização se torna mais clara ao se falar em língua: um poema usa a língua, mas sua construção, sua mensagem, sua leitura são diferentes da prosa, de redações editoriais, da redação de um trabalho acadêmico, de uma bula de remédio. Quais são os mecanismos que a constituem como tal? Como se constatou, não são restritos a língua, logo sua manifestação no design torna-se possível.

Um estudo das teorias que envolvem a comunicação e a linguagem se percorre a fim de investigar a natureza deste tipo de mensagem. O termo “poético”, por vezes é utilizado como adjetivo de algo que é bonito, emociona ou que leva a reflexão. Um adjetivo elevado às vezes a teor de elogio. A investigação mais profunda se torna necessária.

Da transposição destas funções de linguagem para outros sistemas, Joly (2006) reforça que cada um possuirá suas próprias características. A imagem é diferente da linguagem falada “na medida em que não pode afirmar nem negar nada, e tampouco focalizar a si mesma” (JOLY, 2006, p. 58).

Considera-se, logo, que o teor poético possa ser aplicado a qualquer forma de comunicação, e não se reserva a linguagem falada ou escrita. As características desse tipo de mensagem estão voltadas para as características físicas do signo: sonoridade, visualidade, forma, “decorrendo um sentido não previsto numa mensagem de teor puramente convencional, por exemplo. [...] É preciso estar atento

aos signos – estes revelam, no seu arranjo, sua própria pedagogia de aparição criando um espanto no seu bem-dizer (-se)” (CHALHUB, 2003, p. 38).

Logo, a função poética na linguagem manifesta-se sobre a própria mensagem “manipulando seu lado palpável e perceptível, como as sonoridades ou o ritmo, no caso da língua” (JOLY, 2006, p. 57). Adjacente, temos a função metalingüística, que vai se referir ao código utilizado.

Ao privilegiar a construção da mensagem, a função poética se mostra compatível com intenção de produção de diálogo. Ao “desconstruir” os signos e enfatizar suas características táteis, a mensagem propõe um caminho de leitura menos linear; as regras de organização se constroem no processo.

Ao organizar os elementos, são propostos novos caminhos para interpretações. Na poesia, a aproximação sonora traz uma aproximação de sentido; a significação não se detém ao signo prioritariamente, mas se constrói a partir dele e no seu contexto.

Pignatari (1987, p. 8) traz a raiz da palavra: “A palavra ‘poeta’ vem do grego ‘poietes = aquele que faz’. Faz o quê? Faz linguagem. E aqui está a fonte principal do mistério”. O trabalho da poesia, para ele, mais que usar linguagem, é criá-la. Mostra que um poema, ou melhor, um bom poema não se esgota: “cria modelos de sensibilidade” (PIGNATARI, 1987, p. 10).

A poesia organiza os elementos para buscar novas possíveis relações entre eles, cria linguagem e a própria lógica. A lógica linear, o começo-meio-fim, nela vê contradição: “Perturbam. Porque utilizam elementos e estruturas de uma outra lógica” (PIGNATARI, 1987, p.46).

A construção de linguagem provém de atividades de seleção e organização. Pignatari (1987) explica:

Dois são os processos de associação ou organização das coisas: por contigüidade (proximidade) e por similaridade (semelhança). Esses dois processos formam dois eixos: um é o eixo de seleção (por similaridade), chamado paradigma ou eixo paradigmático; o outro é o eixo de combinação (por contigüidade), chamado sintagma ou eixo sintagmático. (PIGNATARI, 1987, p. 12).

Explica-se que o eixo sintagmático é referente à combinação, reunião, o contexto, a organização presente, sua modalidade é a contigüidade. Enquanto o paradigmático é o modelo, o eixo de seleção, escolha em uma determinada classe e

relação entre o escolhido e o não escolhido; se caracteriza pela equivalência, semelhança, recorrência (PIGNATARI, 1987; CHALHUB, 1984; JOLY, 2006). “O conjunto destes signos constitui um paradigma do qual me servirei para a construção do sintagma – sendo que me remeterei a tantos paradigmas quantos forem os signos presentes no sintagma” (COELHO NETTO, 2001, p. 27).

A partir do sintagma, paradigmas são evocados. No processo de leitura, os elementos expostos remetem, evocam, suscitam outros elementos que ali não estão; novas relações se constroem revelando a composição como aberta, a significação no receptor é amplamente variável. A construção, o texto, situa-se num contexto, dialoga, mas não se fecha ou limita em possibilidades de significado. “Mas... é que a lógica da poesia é a da atração analógica” (CHALHUB, 1984, p. 26).

Estes processos e eixos são presentes em qualquer tipo de mensagem, correspondem a duas formas de atividade mental. Acontece que “A função poética projeta o princípio de equivalência do eixo de seleção sobre o eixo de combinação” (JAKOBSON, 1999, p. 130). Isto quer dizer que o poeta escolhe as palavras existentes na língua, selecionando a mais adequada ou oportuna (paradigma) para compor o poema, a organização final (sintagma), que é ponto de partir para leitura.

Ao transportar-se este princípio ao design, o designer escolhe, seleciona, ou mesmo constrói os elementos – tipos, imagens, cores, texturas, tratamentos, ilustrações, fotografias – para compor uma peça – um cartaz, logotipo, encarte, livro, etc. A diferença significativa entre esta comparação é que o poeta, ao selecionar palavras existentes na língua, dispõe de um número limitado de elementos (há ressalvas e exceções como neologismos, coloquialismos), já o designer possui um infinito de cores, formas, fontes, elementos possíveis – se não infinito, no mínimo imensurável.

Se bem que, se considerarmos o repertório imagético e representativo do real, certamente trata-se de algo limitado. Isto é, ao escolher uma imagem figurativa, trata-se da representação de algo real (predeterminado), abstrações podem conotar o figurativo ou basear-se em formas geométricas. Assim ter-se-ia o repertório paradigmático limitado e ao optar-se por determinado tratamento, configuração, aplicação de cores (espectro fisicamente limitado) chega-se a uma composição final, o layout como sintagma – este sim infinito em possibilidades.

No exercício da função poética o paradigma se projeta sobre o sintagma. Pignatari (1987) “traduz” o enunciado para a Semiótica, dizendo que seria a projeção

do ícone sobre o símbolo: “projeção de códigos não-verbais (musicais, visuais, gestuais, etc.) sobre o código verbal. Fazer poesia é transformar o símbolo (palavra) em ícone (figura)” (PIGNATARI, 1987, p. 17).

Ícone e símbolo fazem parte da segunda tricotomia dos signos de Peirce, que diz respeito às relações entre signo e objeto. O ícone é o signo que tem semelhança com o objeto; o índice se refere ao objeto denotado em virtude de ser diretamente afetado por esse objeto. Já o símbolo refere-se ao objeto por associação baseada em uma convenção (COELHO NETTO, 2001). Têm-se assim como símbolos os signos por contigüidade, e ícones os signos por similaridade (PIGNATARI, 1987).

Na poesia, ao selecionar palavras e aproximá-las por sua sonoridade, por exemplo, usando rimas, aliterações, etc., a palavra, que é a princípio somente símbolo se torna ícone, evidencia-se como som. Nesta construção se fazem os jogos de sentido e significação.

Ainda há menção sobre as figuras de retórica que predominam sobre os eixos de linguagem. A metonímia (tomar a parte pelo todo) prevalece no sintagma; a metáfora (revelação de semelhança entre duas coisas designada pela palavra ou conjunto de palavras) prevalece no paradigma (PIGNATARI, 1987). A poesia utiliza-se de ambas, são figuras de linguagem; apenas há prevalência nos diferentes eixos.

Ao vincular ideias, transmite-se a qualidade dessa ideia, não para ser entendida, explicada, mas sentida; situando-se a poesia no campo do controle sensível (PIGNATARI, 1987), na precisão da imprecisão:

A questão da poesia é esta: dizer coisas imprecisas de modo preciso. As artes criam modelos para a sensibilidade e para o pensamento analógico. Uma poesia nova, inovadora, original, cria modelos novos para a sensibilidade: ajuda a criar uma sensibilidade nova. (PIGNATARI, 1987, p. 52).

É inerente a qualquer processo de comunicação a participação do receptor, ou leitor da mensagem; na construção poética não é diferente. Por parte do leitor, há a decodificação da mensagem em nível de conteúdo e estrutura: “com a sensibilidade voltada para a concretude dos gestos sígnicos, o *modo como* o texto *diz o que diz*” (CHALHUB, 1984, p. 26). Nota-se um paralelismo com as questões de ilegibilidade anteriormente tratadas, onde ao se deparar à estranheza ou peculiaridade de uma estrutura e buscam-se outros referenciais para leitura.

Ao propor novas estruturas, entram em jogo os repertórios de quem produz e de quem lê a mensagem; rompem-se as expectativas de leitura, de uma leitura natural e linear. O leitor “percebe uma intencionalidade operando ao nível da mensagem” (CHALHUB, 1984, p. 25).

Este tipo de proposição, variando em níveis de repertório, poderá deparar-se com entendimento mais ou menos amplo. Ao usar um repertório mais amplo, a audiência restringe-se; e amplia-se ao passo que usa um repertório mais limitado (COELHO NETTO, 2001). A teoria da informação articula os valores de repertório e também de originalidade e previsibilidade. Assim tem em dois extremos um paradoxo de nenhuma informação, seja na previsibilidade total ou a imprevisibilidade total.

A partir daí, gerencia-se segundo as intenções da mensagem a quantidade de informação. Coelho Netto (2001) cita o caso do cinema, quando há um diálogo de importância fundamental para a trama, com alto nível de informação, a trilha sonora torna-se mais estável e o canal visual silencia-se, privilegiando um close ou pouca movimentação da imagem. Ao findar-se a informação verbal a trilha sobe e tomadas mais dinâmicas tomam a atenção.

No design, este jogo de equilíbrio pode constituir uma estratégia válida. Ao diagramar um texto demasiado complexo, é mais interessante uma configuração mais “comportada”. Isso, em termos de transmissão de informação. Lembra o autor que a teoria da informação não trata da significação nem das intenções na produção da mensagem.

A produção de uma mensagem, mesmo nos modelos mais lineares, tem no receptor seu foco. De fato uma mensagem, ou um design, constitui o fim de um processo de construção, mas apenas o começo da sua “existência” no mundo; uma existência em função do seu receptor, seu verdadeiro ponto de partida. “E o que pretende com a informação é que o receptor participe ativamente de seu processo de construção do significado, única via para uma mudança de comportamento não paternalista e produtiva” (COELHO NETTO, 2001, p. 158).

Em Peirce, a significação se faz no Interpretante, que está sujeito aos três níveis de pensamento inerentes a toda sua teoria – Primeiridade, Secundidade, Terceiridade. Em primeiro o signo manifesta-se como sentimento, um Interpretante Emocional; por vezes é este o único efeito produzido. Por meio de um esforço do intérprete, chega-se ao Interpretante Energético, através de relações de significação.

Em último estado, chega-se ao Interpretante Lógico, uma apreensão de um conceito geral (COELHO NETTO, 2001). Qualidades plásticas, táteis levam o receptor a criar relações externas à mensagem, que, concluindo o ciclo levará a compressão de um conceito mais amplo; sendo ele, o leitor, o espaço para a criação de sentido, para a concretização da mensagem.

A mensagem poética, consciente, articula-se na intenção de desautomatizar o repertório do receptor, introduzindo elementos ruidosos no canal (CHALHUB, 1984). A decodificação vai trilhar o mesmo percurso da construção, encontrar caminhos entre signos para significação.

Vem Leminski (1997, p. 51) a afirmar que “tem que ter tanta poesia no receptor quanto no emissor”. Talvez mais que uma relação de diálogo, se instale uma relação de cumplicidade; uma troca de informação e produção de sentido desautomatizada e sensível.

Coelho Netto (2001) traça uma análise comparativa do sistema de funções de Jakobson. A função poética, colocada por ele como estética, traz características que a distingue das outras cinco. Estas são capazes de gerar informação de notação, “manifestação de um sentido primeiro, produtor de uma marca fechada”; a mensagem poética, em oposição, tem caráter conotativo, produz “marcas ou traços simultâneos que se superpõem (o sentido do plano da profundidade)” (COELHO NETTO, 2001, p. 169).

Traça ainda o uso da lógica, onde o segundo grupo se caracteriza pela coerência interna, o uso do “bom senso”. A função poética apropria-se da falta de lógica para criar a sua própria. Ao criar valor estético ou poético, a mensagem não se esgota, possibilita um sem-fim de abordagens: “seu significado poderá variar tanto quanto forem seus receptores ou, ainda, variar para um mesmo receptor, em momentos diferentes” (COELHO NETTO, 2001, p. 172).

Este tipo de comunicação rompe padrões e estruturas pré-definidas para criar a sua própria, cria linguagem e com isso torna-se aberta para a leitura; a mensagem fisicamente estática e consolidada é dinâmica no receptor.

A compressão do design como comunicação leva ao estudo deste campo do saber, o que se revela positivo para a produção de novas abordagens do design. Um paralelo pode ser traçado com o exemplo de McCoy, que buscou em modelos de comunicação e no pós-estruturalismo possibilidade de articulação para a linguagem gráfica.

O modelo apresentado pelo lingüista Jakobson apresenta certas deficiências e inconveniências, voltadas para a linearidade que é falsamente atribuída ao processo de comunicação e sistematização artificial de funções da linguagem, que se confundem e combinam em âmbitos práticos. Constatou-se, contudo, que diferentes pesquisadores da comunicação referem-se ao seu trabalho expressivo sobre poética e mecanismos de articulação da poesia – primordialmente voltados à língua escrita, mas que possibilitam transposição para outros sistemas de linguagem.

A teoria de signos de Peirce revela-se suficientemente ampla para abarcar diferentes linguagens. É comum deparar-se com ela em abordagens que levam da língua escrita ou falada para a imagem, ou mesmo a “tradução” de mecanismos de linguagem para termos mais abrangentes.

Pensando a linguagem poética para o design, tem-se um embate. O design como atividade de comunicação de alguém para alguém, inserido num contexto de relações sociais de trabalho, possui caráter utilitário. Já a poesia faz parte da esfera da arte.

Leminski (1997, p. 78) afirma que “a função da poesia é a função do prazer na vida humana”, inserida numa cultura voltada para o lucro e praticidade, onde só são boas as coisas úteis; tudo tem que ter sua utilidade prática. Argumenta que o objetivo das coisas úteis é possibilitar o acesso às coisas inúteis: o prazer, o amor, a felicidade – coisas que se justificam por si só e não necessitam de por quê. Lembra-se aqui das críticas ao modelo prático funcionalista do design, que se abre para novas funções.

No contexto de produção de imagens, Ramalho e Oliveira (2005) traz uma diferenciação:

[...] quando a imagem tem entre suas funções a função estética, mas ela é secundária, temos uma imagem estética; quando a imagem tem entre suas funções a função estética, e ela é a mais importante, temos uma imagem artística. (RAMALHO E OLIVERIA, 2005, p. 26).

Atribuir o caráter de poesia ao design, não seria colocá-la em contexto de funcionalidade, de utilidade? Talvez se possa pensar no sentido contrário: atribuir ou adicionar ao design qualidade de poesia que, na sua inutilidade, dedica-se ao prazer da vida humana. De certo modo, essa postura pode ser vista como incentivo à

humanização no design; compatível com os enunciados de satisfação de necessidade e promoção do bem-estar, e lembrando ser o design feito para pessoas.

### 3 CONCEITUAÇÃO

Pode-se compreender até aqui os significados e contextos do design – de momentos de institucionalização, o surgimento e orientação de suas teorias e desenvolvimento. Ao inseri-lo em um contexto pós-moderno, abre-se possibilidades múltiplas e coexistentes de articulação. Na busca por narrativas e reflexão sobre a práxis da atividade deparou-se com o fazer poético, conduzindo para teorias da comunicação, informação, linguagem, semiótica. De um lado as possibilidades de articulação de mensagens – linguagens da pós-modernidade – de outro as sistemas de funções que intentam compreender a globalidade de projetos de design. Se alguns momentos as ideias se aproximaram, a intenção é combinar ambas em uma atitude que envolve o fazer poético com a práxis do design.

Até o momento a pesquisa compôs-se por meio da pesquisa bibliográfica e a discussão entre as ideias de autores diversos. O produto deste projeto teórico é a discussão que se segue, seu conceito é a busca pela materialização da função poética no design. Na seqüência, dois capítulos de análises serão apresentados, tendo como ferramenta de análise o cruzamento e aplicabilidade dos conceitos até então apresentados. A seleção de trabalhos para análise insere-se num contexto pós-moderno, privilegiando a produção de design contemporânea brasileira. A busca pretende encontrar orientação para a função poética no design, considerando-o como linguagem específica e tomando como base o que se sabe pela função poética e mecanismos poéticos. Como fazer um design poético? Quando se aplica ou possibilita a função poética no design?

Intenta-se assim promover uma reflexão sustentada na prática, que venha a contribuir para o pensamento projetual e produção de design com qualidade e relevância. Posterior às análises, segue-se a apresentação visual dos conceitos debatidos.

## 4 ANÁLISE AMPLA

A fim de investigar a materialização dos conceitos levantados até o momento neste trabalho, definiu-se uma estratégia de análise dividida em duas etapas. A primeira – apresentada neste capítulo – investiga projetos de design gráfico brasileiro contemporâneo de forma ampla, e em maior número. Posteriormente, será apresentado um olhar mais profundo sobre três projetos. Desta forma, podem-se investigar, inicialmente, com maior flexibilidade, diferentes manifestações de articulação e aplicação dos elementos ou mecanismos poéticos, levantados na pesquisa bibliográfica. A partir das constatações levantadas, será possível e melhor direcionada a observação densa de alguns trabalhos, em menor quantidade.

Primeiramente, foi necessário o levantamento de projetos e designers, que correspondessem ao universo de análise, isto é, brasileiros e contemporâneos. Compreende-se que tomar exemplos provenientes deste grupo, torna a pesquisa válida e interessante. Pode-se, assim, olhar para produção atual embasado pela teoria que vem sendo escrita. Ainda entende-se que o período atual é de especial importância por estar inserido num contexto de pós-modernidade depois de sua ruptura inicial com a modernidade. De posse de bagagem referencial pós-moderna, a simples ruptura do modernismo não faz mais tanto sentido. A computação gráfica e o uso de ferramentas digitais não são novidades, e sim, regras.

O momento atual do design gráfico talvez possa ser repensado com olhar no futuro, observando o presente para que as decisões sejam conscientes. Lupton e Phillips (2008) atentam que, tendo em vista novos cenários, a teoria que as gerações anteriores deixaram já não satisfaz – as necessidades e, conseqüentemente, o pensamento daquele momento eram outros. É certo que se vive, hoje, imerso em informação, em quantidade e velocidade exorbitante, que afeta as relações de trabalho, processo projetual e a forma de pensar a comunicação visual. O olhar para o mundo e a reflexão sobre o design e sua teoria, em constante construção, se faz necessário.

Na busca pela produção nacional e atual, encontrou-se o livro *Anatomia do Design*, organizado por Cecília Consolo (2009). Trata-se do livro-catálogo da Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil de 2009, que reúne trabalhos produzidos entre dezembro de 2005 a novembro de 2008. A partir de trabalhos enviados por

designers, os projetos foram selecionados, expostos e arquivados nesta compilação. Cada um conta com breve descrição, créditos dos envolvidos no processo, cliente, data e imagens do resultado.

Em sintonia com a linha de pensamento aqui percorrida, a curadoria propôs um sistema de categorias reflexivas, em detrimento da costumeira separação por seu suporte ou formato – capa de livros, cartazes, etc. Nesta edição, têm-se categorias como “Design propulsor da economia”, “Design e memória”, “Poéticas visuais”, etc. O processo de forma global incitou uma postura reflexiva intensa, olhar analítico sobre a produção de design. O curador responsável por cada categoria apresenta suas considerações e análises.

Nesta pesquisa, que investiga a função poética no design gráfico, a categoria nomeada “Poéticas visuais” mereceu especial atenção. O ponto de reflexão está bastante associado aos objetivos deste trabalho:

Até que ponto um projeto gráfico pode impregnar-se da poesia geralmente atribuída a projetos artísticos e ainda assim ser design? Até que ponto as experimentações projetuais ampliam as possibilidades de resultados novos e inesperados para o design? (ROSSI, in CONSOLO, 2009, p. 168).

Consolo (2009, p. 24), ao discorrer sobre o conjunto de trabalhos também lança mão da reflexão acerca do tema e sugere: “Não terá o design, na poética, um papel estratégico na comunicação?”. Stolarski (in CONSOLO, 2009) atenta que os projetos apresentados não se detêm à categoria aos quais pertencem, estão inseridos onde seu autor julgou ser mais relevante. Portanto, a seleção dos trabalhos para análise desta pesquisa não se deteve à sugestiva categoria poética. A partir de um olhar amplo, foram selecionados dez projetos, considerando variedade de formatos, natureza, técnicas empregadas e formas de articulação.

Cogitou-se, inicialmente, deter-se em um único formato, o cartaz, por exemplo. Contudo, se esta pesquisa trata da função poética, da articulação de mensagens visuais, de mecanismos que constroem as peças e relacionam a visualidade com ideias, acredita-se que o mesmo pensamento possa ser aplicado independentemente do tipo de projeto.

A análise foi desenvolvida de forma qualitativa e descritiva. Nesta etapa, foram considerados os elementos referentes às formas de articulação da mensagem – inseridos em um contexto pós-moderno – e as suas relações com a poética, no

intuito de investigar a materialização da função poética. Assim, é possível validar os conceitos levantados e lançar um olhar amplo sobre uma produção de design plural.

Resgatando os conceitos apresentados nos capítulos anteriores, foram levantados quesitos ou conceitos, agora usados como suporte para o olhar sobre projetos de design específicos. Os quesitos relativos à articulação da mensagem são:

- uso de tecnologias digitais;
- retórica tipográfica;
- *legibility e readability*;
- natureza cambiante/inconstante;
- co-autoria e posicionamento do designer;
- relações de leitura;
- função comunicacional;
- mensagem como diálogo;

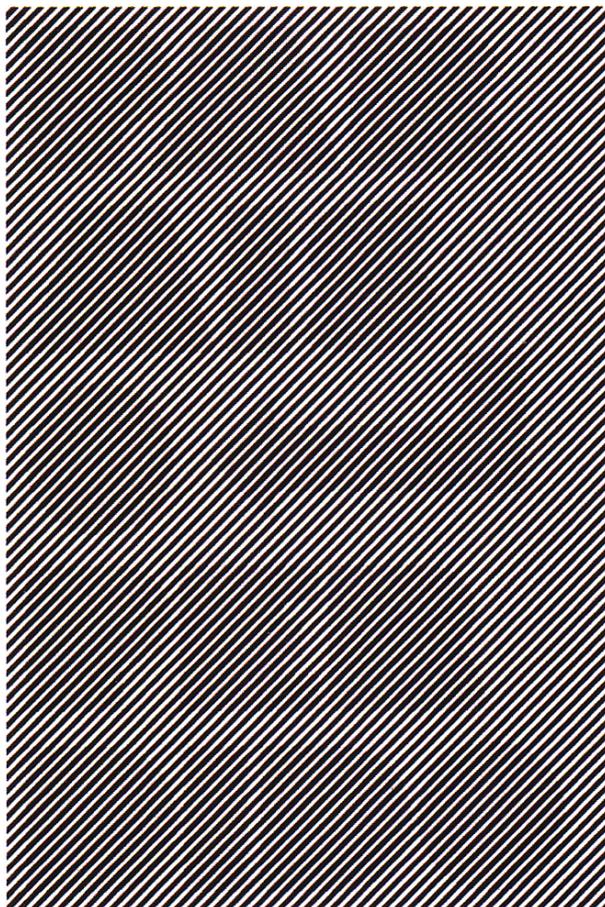
Sobre comunicação, poética e seus mecanismos, as questões anteriormente pesquisadas e aqui aplicadas foram:

- operações inter-semióticas e híbridas;
- características físicas, palpáveis e táteis;
- aspectos sonoros, visuais, forma, ritmo, que trazem aproximação do sentido;
- lógica própria, intencionalidade;
- relação de paradigma e sintagma;
- mensagem aberta;
- transformar o símbolo em ícone;
- quantidade de informação;
- participação do receptor;
- Interpretante Emocional, Energético e Lógico
- desautomatizar o repertório do leitor;
- o percurso da leitura pela construção;
- significado que varia a cada pessoa e momento;

Na seqüência são apresentadas reflexões sobre os dez projetos selecionados.

#### 4.1 PARAÍSO PERDIDO

Autoria de Leonardo Eyer / Caótica. A página (Ilustração 4) feita para uma edição especial de um periódico argentino experimenta graficamente para construir sua mensagem. O layout é composto de linhas diagonais ascendentes paralelas e eqüidistantes pretas sobre fundo branco. A inscrição “paraíso perdido” é feita variando sutilmente a espessura destas linhas nas áreas correspondentes às letras. As palavras são quebradas em 5 linhas e há ainda uma seta apontando para o “o” do final de “paraíso” que está sozinho na linha central.



**Ilustração 4 – Paraíso Perdido**  
Fonte: Consolo (2009, p. 173).

Tirando partido da retórica tipográfica o texto se transforma em imagem e elabora visualmente a ideia inicialmente verbal, evidenciando o lado visível das palavras. Revisita a Op Art e joga com elementos de composição dos anos 60 e 70 em um resultado visual pulsante. O símbolo (palavra, frase) vem a ser ícone na sua visualidade, e se esconde entre as linhas diagonais. O leitor é surpreendido: o costumeiro contraste entre figura e fundo aqui se funde. Ao abrir mão deste recurso, que favoreceria a legibilidade, usa-o para articulação da mensagem, inclinando-se para o *readability*, onde o texto, visualmente atraente, convida à leitura.

Como na poesia, o processo de construção também é percorrido pela leitura. Ao compreender o significado, fica evidente o mecanismo de construção; não surpreende tanto pela técnica, mas pela simplicidade e resultado visualmente atraente do artifício. O seu significado é criado de forma auto-referente:

Por isso, dizemos que, na função poética, a mensagem está voltada para si mesma, as características físicas do signo, seu estatuto sonoro visual, são privilegiados, decorrendo um sentido não previsto numa mensagem de teor puramente convencional, por exemplo. (CHALHUB, 2003, p. 38).

Visualmente instigante, o Interpretante Emocional percorre o Caminho Energético até o Interpretante Lógico, ao fundir os conceitos expressos pelo recurso inter-semiótico – texto e imagem fundidos e reforçando a mesma ideia. O dito paraíso perdido, pois, pode ser encontrado.

## 4.2 LIVRO INFANTIL O TREM MALUCO

Autoria de Gustavo Piqueira e Marco Aurélio Kato / Rex Design. O livro infantil ilustrado traz em sua descrição a busca pela quebra do paradigma do estilo visual unificado. A capa apresenta a locomotiva e cada página possui um vagão do trem, o personagem principal, centralizado verticalmente. Cada dupla de páginas apresenta um tratamento visual independente para o fundo e elementos que aparecem ao redor do vagão, ao passo que os vagões mantêm seu padrão. A capa e as páginas apresentadas no catálogo são mostradas na Ilustração 5. O traçado, técnica, cor, estilo mudam repetidamente, no intuito de ampliar o repertório do leitor.



Ilustração 5 – O Trem Maluco – capa e interior  
Fonte: Consolo (2009, p. 174).

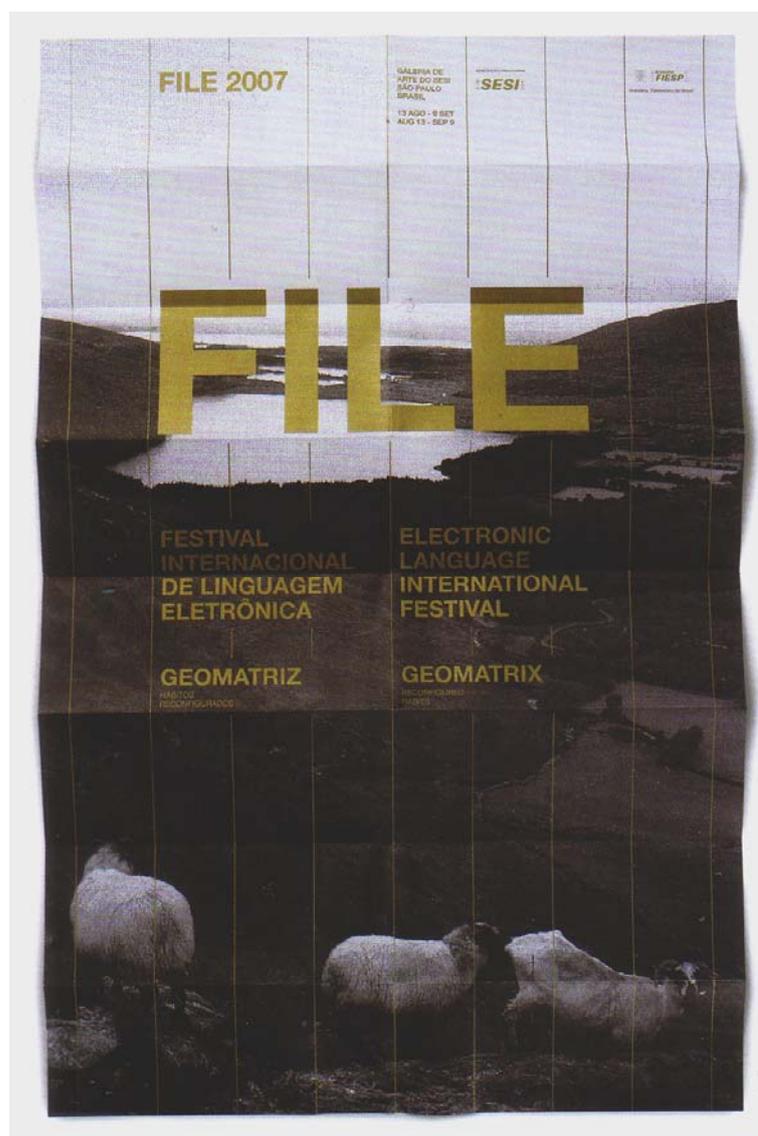
Neste caso o caráter cambiante estudado por Kopp (2004) pode ser percebido. Os vagões do trem permanecem, no decorrer das páginas, constantes: mesma forma e tratamento visual enquanto o fundo varia em técnicas de execução, traço, forma, cor. A paleta de cores prioriza tons saturados e vibrantes. As técnicas de ilustração transitam entre pinceladas soltas formando animais silvestres, fotomanipulação que cria picolés de forma lúdica com luas e corações, e traço manual em formas com e sem contorno que representam torneiras expelindo nuvens de símbolos tipográficos. Embora a abordagem cambiante sugerida pelo autor refira-se a quebra de repetição de elementos institucionais, como logotipos, o mesmo princípio se aplica em casos amplos de alternância de padrões visuais. Tem-se assim, a cada página uma tipologia própria, que acompanha o texto. O conteúdo de cada estrofe está retratado pictoricamente, de forma figurativa, onde os recursos para tal representação não são fixos. O artifício reforça o texto: o trem passa por uma série de locais e situações, na variação de possibilidade se torna lúdica e rompe possíveis expectativas de regularidade de linguagem.

Pode-se colocar aqui uma relação entre o paradigma e o sintagma. Se as representações estão relacionadas com representações de elementos do texto, retratam relações de paradigma. O sintagma, a composição final, traz esses elementos variando no seu aspecto visual. Assim, imaginativamente, o leitor pode, no ato da leitura, vislumbrar os diferentes temas combinados com as diferentes representações, gerando um sem fim de imagens mentais: os animais ilustrados com fortes pinceladas poderiam surgir com traço firme do contorno das torneiras das páginas seguintes.

#### 4.3 CARTAZ FILE 2007

Autoria de Fábio Prata / ps.2 arquitetura + design. Trata-se da identidade visual, aplicada em cartaz e convite, da 8ª edição do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica, o FILE. No cartaz (Ilustração 6), temos uma imagem fotográfica em P&B de uma cena bucólica retratando uma pastagem, com ovelhas no primeiro plano localizadas na parte inferior, seguindo de grande volume da área de pasto com um lago ao fundo; no quarto superior, a linha do horizonte divide uma

cadeia de morros com o céu. Sobre a imagem, em uma camada superior de informação, linhas verticais em *hot stamping* dividem o espaço como um *grid*, onde a informação textual – sigla do festival em destaque, nome e tema em português e inglês logo abaixo; endereço e logotipos acima –, se apóia, impressa com a mesma técnica.



**Ilustração 6 – Cartaz FILE 2007**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 203).**

A descrição da peça revela a proposta de construção da mensagem: o estranhamento inicial do cenário bucólico associado ao festival de linguagem eletrônica é justificado por apresentar animais que foram domesticados e tiveram seu comportamento reconfigurado, em referência direta ao tema “Geomatriz – Hábitos Reconfigurados”. O uso do *grid* aparente reforça o conceito de configuração

e controle do espaço. A informação em destaque, o título “FILE” localiza-se no limite do horizonte, como parte integrante da paisagem.

A articulação da mensagem através da metáfora – comparativo do tema com o comportamento dos animais – é o primeiro ponto observado. Relembrando, Pignatari (1987) sugere que os processos de metáfora prevalecem no paradigma, relação que pode ser explorada aqui. Ao compor o sintagma com representação de animais que foram domesticados, a ovelha do cartaz é um dos elementos paradigmáticos; outros animais pertencentes ao mesmo grupo compõem o repertório paradigmático. De fato, é desta forma que o sistema de identidade opera: para reforçar a ideia de “animais domesticados” e não especificamente de “ovelhas”, outros animais são usados em outras peças de comunicação. Ao mesmo tempo a ovelha pode ser lida como símbolo de experiência genéticas, dialogando com a reconfiguração e manipulação do comportamento.

As operações inter-semióticas citadas por Leminski (1997) também podem ser observadas. A partir de um conceito a mensagem se constitui com imagem, texto e elementos de apoio em total sintonia. Elementos de diferentes naturezas combinados gerando um resultado estético a partir de uma ideia, uma narrativa coesa, compostos de forma que se superpõe visualmente e significativamente.

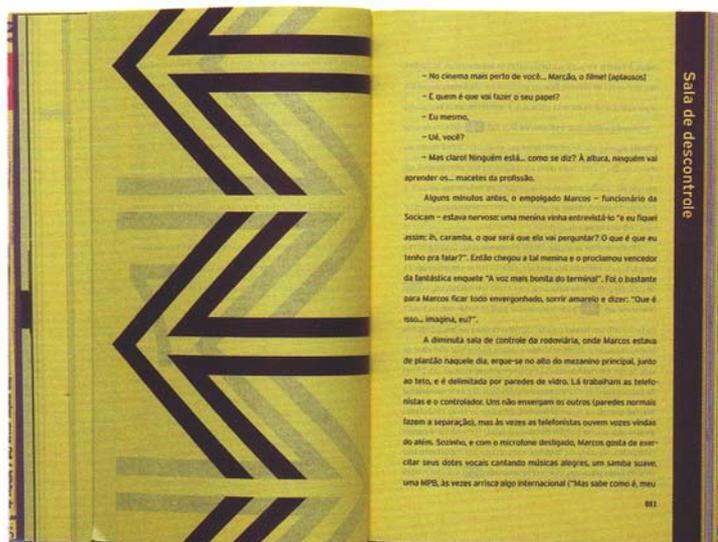
Ao se pensar em quantidade de informação, vemos que o estranhamento das imagens bucólicas como principal ponto de atenção e construção da leitura, o que leva a tipografia e o *grid* aparente serem construído de formas visualmente simples: linhas verticais secas e tipos sem serifa sem nenhum adorno. Como na poesia, a composição fala claramente sobre algo, sugere um posicionamento e estabelece comparativos metafóricos. Contudo, a imagem fotográfica com elementos superpostos se mantém aberta para outras relações de interpretação, para evocar e sugerir locais e momentos ao leitor, temas adjacentes. Logo, se existe um entendimento do direcionamento da mensagem, não se trata de uma questão fechada. De fato a reconfiguração de hábitos é o tema a ser debatido no evento em questão. Pignatari (1987, p. 52) atenta: “A questão da poesia é esta: dizer coisas imprecisas de modo preciso”.

Mesmo que fora do tema central apresentado, a riqueza da informação estética é capaz de suscitar imagens e evocar sensações diversas. Caberia ao design da peça não inibir, mas ser capaz de conduzir um passeio interpretativo do leitor de volta ao caminho da significação prevista; caminho este criado aqui pelo

conjunto tipografia e *grid* acrescido da inscrição verbal do tema, este sim a chave para a decodificação.

#### 4.4 O LIVRO AMARELO DO TERMINAL

Autoria de Elaine Ramos / Cosac Naify. Um livro-reportagem que aborda o terminal do Tietê sobre diversos aspectos: localização, itinerários, fluxos, movimento. O projeto gráfico traz a representação do ambiente em questão, com páginas amarelas de baixa gramatura e impressão semelhante à do papel carbono ou mimeógrafo, como pode ser visto na Ilustração 7. Elementos de sinalização, bilhetes, etiquetas entram como ilustrações ou elementos de construção da linguagem visual. A baixa gramatura do papel faz com que a impressão do verso seja visível, característica explorada com uso de entrelinha generoso e alternância da posição das linhas na frente e no verso. Dessa forma, ao ler o texto no sentido esquerda-direita da página, pode-se perceber o texto do verso no sentido oposto, sugerindo o movimento dos terminais.



**Ilustração 7 – O Livro Amarelo do Terminal**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 193).**

O projeto editorial é ousado se pensado nos padrões costumeiros aplicados à linguagem de livros; aproxima-se da linguagem mais despojada vigente em revistas. Pode ser visto como exemplo de co-autoria, onde o projeto gráfico se posiciona em relação ao conteúdo e torna-se difícil dissociá-los. O processo de leitura do texto é totalmente orientado pela sua materialização e suporte. Se, verbalmente a narrativa cita movimentos, espaços, fluxos, estes estão também sugeridos de forma visual, sua leitura é experiência planejada de forma exclusiva. Diferente de um suporte supostamente neutro onde o leitor investigaria e construiria sua própria imagética

sobre o conteúdo ali impresso, o extensivo uso de artifícios gráficos apresenta caminhos inusitados e evoca diferentes percepções. O percurso pessoal certamente será construído, mas antes direcionada.

As palavras do texto vêm a se tornar ícones em sua plasticidade e movimento de constante ida e volta; cria-se um ritmo caótico e agitado, em referência ao ambiente e situações apresentadas, efeito criado pelos suportes utilizados. Seguir a intuição e as convenções poderia levar ao uso de páginas de maior gramatura, a fim de bloquear a percepção do texto pelo verso da página, preservando a legibilidade. Contudo “a construção de sentido pela leitura está em contínuo movimento e se sustenta em hipóteses sugeridas pelo texto e pelo contexto” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 175); logo apropriar-se do defeito, ou qualidade indesejada, leva a um interessante artifício de significação.

No entanto, a mensagem poética, aquela que é cuidadosa e conscientemente codificada pela emissão, introduz elementos ruidosos no canal, com o pressuposto de que a recepção tenha um repertório desautomatizado que o incline sensivelmente ao mesmo cuidado e à mesma consciência na decodificação, na leitura do objeto artístico. (CHALHUB, 1984, p. 17).

O leitor deste livro tem seu repertório desautomatizado ao deparar com uma configuração e materiais não usuais e é convidado a uma imersão em seu universo. Pode-se notar também, que o projeto gráfico é apenas um suporte, uma proposta ao leitor: apenas no ato de leitura que o movimento de fato acontecerá, que as idas e vindas serão percebidas e virão a evocar outras situações de seu próprio repertório. Ao folhear o livro, a baixa gramatura será sentida de forma tátil, e remeterá a situações diversas, talvez não tão relacionadas com momentos de leitura de livros.

#### 4.5 LIVRO SÃO PAULO A PASSEIO – UM PERCURSO GRÁFICO

Autoria de Juliana Riberio Azevedo. O livro intenta apresentar a cidade de São Paulo tendo na organização dos recursos gráficos sua principal expressão. A partir de uma trajetória pelo centro da cidade, o texto apresenta algumas regiões, ruas e localidades da cidade apoiado com fotografias. Sem uso de *grid*, as páginas



O caos do fluxo da cidade, assim como no caso do “Livro Amarelo do Terminal”, é representado por diferentes mecanismos, mas guiado primordialmente por sua diagramação cambiante. A posição dos textos e disposição das fotos não segue um padrão senão o da variação contínua. Assim o conteúdo do texto, das imagens individualmente e dos títulos pesados e desordenados, é potencializado pelo seu conjunto, seu sintagma. Os títulos variam em espaçamento, orientação e tamanho, ainda que mantendo a mesma família tipográfica. As manchas de texto variam em proporção, ora esguia, ora quadrada, ora sobre fundo branco, ora emoldurada por fotos e sem margem direita, ora com formato trapezoidal. As fotografias ora aparecem sozinhas, ora em P&B e superpostas, ora fragmentadas revelando detalhes de uma pluralidade com características de semelhantes ao caos.

O arranjo individual de cada sessão caracteriza o assunto que trata. Ao falar da Av. Paulista, por exemplo, o título orienta-se verticalmente, sugerindo o traço da rua em um mapa. As fotografias dos edifícios pertencentes à avenida são posicionados de modo a dialogar com sua arquitetura. Na página do Edifício Copan a mancha de texto possui forma de trapézio e as letras do título possuem variado espaçamento buscando referências com a arquitetura peculiar e forte representatividade do edifício na cidade. As páginas que falam da Rua 25 de Março relacionam sua organização interna com a cultura da rua, conhecida pelo intenso comércio. A sobreposição e justaposição de pessoas, objetos e informações sugere seu aspecto vernacular e plural do constante fluxo de signos presente na rua.

Na poesia, tem-se a construção de paralelismo e aproximação de significados ao aproximar palavras pela sonoridade. Aqui, podemos fazer um paralelo com uso de uma família tipográfica constante: se há extrema variação de orientação e tamanho, o tipo usado é o mesmo e sempre na cor preta. Como se, mesmo que falando de diferentes modos, a voz narrativa seja a mesma: ao se passear pela caótica e plural São Paulo, diferentes situações e elementos se apresentam, mas a cidade permanece una e coesa dentro de sua multiplicidade.

Se as imagens apresentadas são fotográficas, simulam referência direta com a realidade e com o registro documental. Uma interpretação pessoal da designer, contudo, organiza e oferece a visualização destas cenas cotidianas segundo seu modo ver. Ao organizá-las, ou, desorganizá-las, adquirem novos sentidos, tendo seu conteúdo influenciado e confundido com as imagens ao seu redor. A totalidade, o

sintagma, adquire unidade e um sentido maior feito pelas relações de seus elementos paradigmáticos.

Pequenas e diversas mensagens podem ser apreendidas pelo leitor ao observar e deixar imergir na profusão imagética apresentada, relações talvez imprevisíveis pelo projeto, filtradas pela bagagem do leitor. O texto, no seu sentido amplo, “afirma o valor das pequenas narrativas, em que o enredo não está previamente estabelecido” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 64). O discurso pode ser ampliado para outras metrópoles globais, ou mesmo outra São Paulo, de outra época; mas adquire um qualidade única, pela forma com que apresenta a cidade.

A partir de um sistema gráfico, a possibilidade de associações compõe mensagens abertas a diferentes significados, mesmo com a relação de cada leitor com cada uma das imagens na plasticidade do signo ou na interpretação de seu objeto. Diferente será a leitura de quem jamais esteve na cidade, de quem conheceu um ou outro dos lugares apresentados, ou daqueles que neles vivem. A fotografia registra o instantâneo enquanto a cidade pode ser vista como um organismo em constante mutação e transformação.

#### 4.6 POSTAL CARIOCA

Autoria de Bruno Porto. O cartão postal (Ilustração 9) é uma iniciativa do próprio designer no intuito de registro e valorização da cultura popular de sua cidade. Pela natureza do projeto, foi incluído na categoria “Popular, regional, vernacular”; o que não anula olhares com enfoques diversos e sua complexidade semântica. A peça possui construção bastante simples: a partir de fotos de letreiros de fachadas populares, recortes são feitos revelando partes das palavras a fim de construir uma nova frase: “sou carioca”. A frase é composta com a união de três imagens, sendo que no fragmento central, maior que os outros, a palavra “Rio” aparece em evidência. Um trabalho bastante interessante e oportuno para a presente análise.



**Ilustração 9 – Postal Carioca**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 125).**

Diferente da maioria dos trabalhos, não é empregado o uso de técnicas digitais de composição; baseia-se em técnicas bastante simples: fotografia e edição. Gruszynski (2007, p. 18) lembra que “o próprio instrumento técnico funciona também como enunciado que gera efeito no receptor”. Neste caso, é a simples rearticulação de elementos preexistentes e compartilhados por toda uma comunidade. Sua simplicidade vem justamente a revelar seu processo de composição, sua lógica própria e intencionalidade – como na poesia: ao resgatar o patrimônio da tradição vernacular do design presente da cidade, o designer reconfigura a realidade para revelar o texto de sua entrelinha; vem a explicitar o implícito, o próprio objetivo do trabalho; o pertencer ao Rio de Janeiro. O Rio se torna presente no todo e nos seus fragmentos, a cidade – em diferentes aspectos – permeia o cotidiano, analogicamente o espírito da cidade como um todo é constituído pela soma de seus detalhes, dos elementos individuais que a compõe. A legibilidade não é de forma alguma comprometida pelos recortes simples e grande evidência do texto em destaque. A leitura é desautomatizada, mas facilmente apreensível. Ao relacionar o texto construído com a procedência das imagens, o leitor é conduzido para o Interpretante Lógico, e assim ao entendimento pleno da mensagem. Ao visualizar a peça, perguntas emergem: quais seriam as palavras originalmente escritas nos letreiros? Onde estariam as fachadas? Que outras palavras poderiam ser

construídas? A ideia de *readability* é também presente, o espaço recortado e a tipografia não convencional – letras quase cursivas que criam movimentos em suas curvas dinâmicas e orgânicas – despertam a curiosidade e o desejo de leitura, incentivado pelo texto conciso.

O designer-autor posiciona-se perante sua cidade: toma como patrimônio cultural e chama atenção do leitor para a riqueza visual presente no cotidiano. O olhar atento deixa-se surpreender para a materialização dos signos, e os reorganiza; a retórica tipográfica tem como tema a própria tipografia. O layout, na sua simplicidade, dialoga com leitor e sua bagagem cultural, suscita lugares e lembranças e faz pensar sobre o espaço urbano e cultura material. Logo, a mensagem apenas é concretizada com a participação do leitor, que necessariamente percorre seu caminho de construção para decifrá-la.

O layout pós-moderno cita estilos anteriores e agrega o popular, cultural e regional (próprio nome de sua categoria no livro). Faz uso das texturas urbanas, do ruído, do ecletismo. Toda a bagagem de informação visual é proveniente de registro e devidamente contextualizada, influenciando no entendimento da mensagem. Mesmo assim, seu foco é definido e este aparato é empregado como acessório. Trabalhando com a citação direta, o postal opera como poema curto e certo: fala claramente, concisamente e desencadeia uma série de conexões.

#### 4.7 IDENTIDADE VISUAL E MARCA DA SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA

Autoria de Vicente Gil e Nasha Gil / Vicente Gil Arquitetura e Design. Os dois trabalhos referem-se ao mesmo projeto: o primeiro para seu logotipo e identidade, o segundo para sua aplicação em um cartaz. O símbolo é composto de oito semicírculos que não possuem posição fixa entre si, podem se recombinar sem perder unidade e identificação, em referência ao movimento constante da dança – os exemplos que constam no livro são apresentados na Ilustração 10. Pode combinar-se com a grafia do nome de diferentes modos. No cartaz (Ilustração 11), os elementos do símbolo vêm a evidenciar seu conceito, são usados como grafismo ao redor de uma bailarina, enfatizando seu movimento.



**Ilustração 10 – Marca São Paulo Companhia de Dança**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 255).**



**Ilustração 11 – Cartaz São Paulo Companhia de Dança**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 310).**

O símbolo traz a postura indicada por Kopp (2004) do design cambiante. Menos radical que os exemplos trazidos originalmente pelo autor, contudo. Mantém os mesmos elementos e mesmo padrão de cor, variando em sua distribuição interna, possibilitando um sem fim de combinações. O conceito global é assim apenas compreendido pela sobreposição das diferentes possibilidades: o efeito do símbolo está justamente em sua capacidade de movimentação e flexibilidade, que traz sua ideia central, de movimento. Se analisado em apenas uma de suas posições, ou mesmo o layout do cartaz, sua composição se aproxima visualmente das propostas

modernistas, por reduzir a elementos sintéticos e geometricamente básicos. Sua eficácia está na combinação de suas possibilidades, porém.

Na poética, o texto representa a qualidade de um sentimento – não seria isto que o sistema de identidade estaria a fazer? Trazer a qualidade do movimento para seu aspecto tátil, sua visualidade? Logotipos e símbolos gráficos têm natureza visual; enquanto signos podem operar de diferentes maneiras, buscar diferentes escolhas e conseqüentemente relações com seu objeto. Em detrimento à qualidade do movimento aqui colocado como opção, outros rumos poderiam levar à representação de uma dançarina figurativamente, por exemplo, o que indicaria um caminho informativo mais direto e fechado.

Pode-se dizer que a variedade de possibilidades traz um conjunto paradigmático próprio, dentro sua lógica própria. Também a mensagem só vem a se concretizar no receptor: é necessário que veja e relacione diferentes possibilidades e as superponha. A sutil variação dos elementos pode sugerir diferentes paços ou estilos de dança para o receptor, de acordo com sua bagagem e referencial próprio. O sistema recria, com elementos geométricos simples e de domínio amplo, um discurso coerente e aberto.

Com este exemplo, nota-se que mesmo com soluções visuais simples, próximas das articulações modernistas, é possível se estabelecer relações de diálogo com o espectador e manifestar a função poética. Pois mesmo nos poemas encontram-se diferentes discursos de acordo com momentos históricos ou opções de seus autores, propostas concisas ou profusas, simbolistas ou modernistas. Cabe lembrar o exemplo de Heller (2009), sobre o trabalho de Armin Hofmann, onde enxerga alma e sentimento em um cartaz geometricamente conciso. A possibilidade de articulações visualmente simples, como este projeto, são possíveis livres do discurso universal – este sim a crítica ao design dito funcionalista.

#### 4.8 IDENTIDADE VISUAL MOSTRA LUZ EM MOVIMENTO

Autoria de Thiago Lacaz. Trata-se da identidade visual de uma mostra sobre fotografia do cinema. A descrição do trabalho indica seu caminho compositivo com diferentes camadas de informação. O fundo colorido é base para uma fotografia

central, sobre ela o letreiro com título da mostra em alinhamento justificado, abrindo espaço para o destaque de cada fotografia; ainda há uma camada tipográfica com apenas uma letra, alterando a coloração e reforçando o destaque da fotografia. No livro, algumas peças de comunicação são apresentadas com a aplicação da identidade, apresentadas na Ilustração 12.



**Ilustração 12 – Identidade Visual Mostra Luz em Movimento**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 258).**

A mensagem se articula pela sobreposição de camadas de informação, que juntas adquirem novos sentidos. Falando da fotografia, a narrativa trata de grafar a luz em movimento ao longo das páginas. A tipografia sutilmente revela seu caráter tátil, de elemento pictórico, não por sua configuração, mas pela sua posição, ou melhor, pelo espaço vazio que abre. O objetivo principal é direcionar a atenção para um detalhe da foto, a fim de exaltar sua qualidade e importância comunicativa e expressiva no cinema – tema da mostra. É interessante perceber que a identidade visual não se baseia em um logotipo, mas em uma ideia de abordagem, que se segue nas diferentes peças.

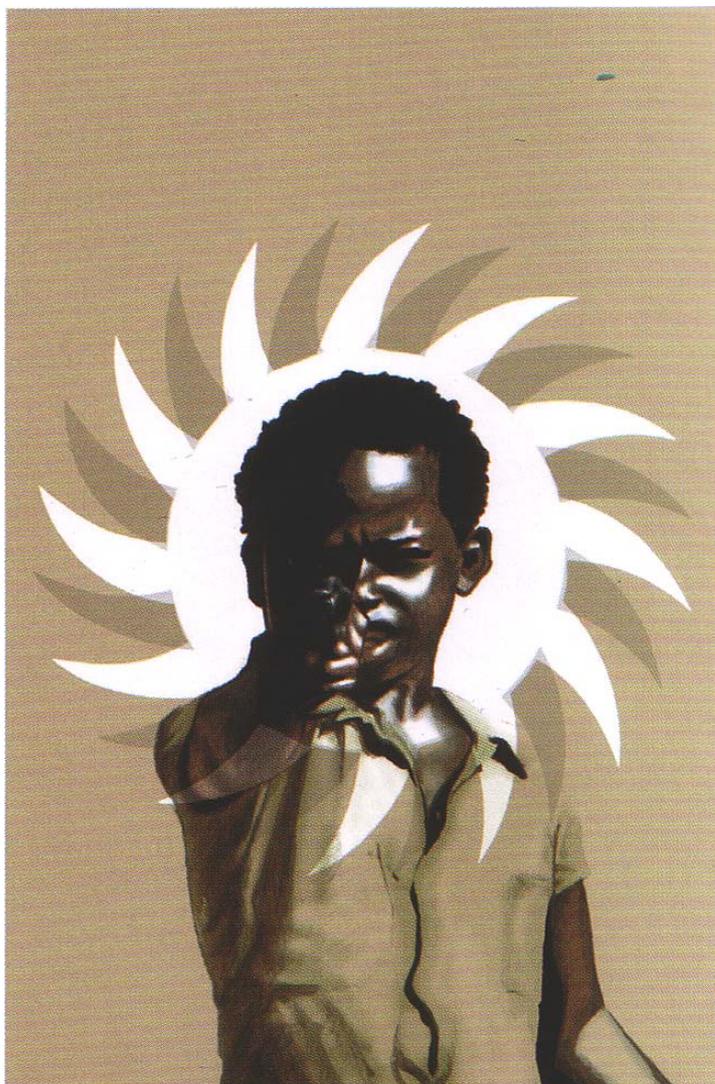
No cartaz evento, além do título escrito há também o tema, que segue o mesmo padrão. As palavras, divididas, tem seu alinhamento apoiado nas margens, abrindo espaços e gerando movimento na composição. A fotografia para o rodapé foi uma escolha sagaz: mostra o próprio ato da captação de imagens no cinema, deslocando à terceira pessoa a situação que geralmente está em primeira – o olhar da câmera. Mais que isso, a cena apresenta três personagens policiais dispostos sequencialmente no plano da imagem, o que sugere uma sucessão de *frames*, ou a própria luz em movimento.

Com recursos visualmente simples, a mensagem se constrói a partir de uma ideia central. O layout se reduz a elementos essenciais: imagem e texto, embora crie camadas interpretativas de leitura em cada um deles e principalmente na relação gerada entre ambos. Se, num primeiro momento, a intencionalidade da diagramação não fique evidente, o olhar é conduzido para o ponto central de atenção, e os elementos ao seu redor são percebidos como complementares na significação. A lógica comum, que poderia sugerir um letreiro acompanhado de uma imagem, é reorganizada com finalidade de potencializar sua função. Se podemos pensar os elementos isoladamente para fins de análise, a leitura percorrerá um caminho diferente, de apreensão global, onde “constrói sentidos em seqüência, através da leitura de extensões sintáticas variáveis” (GRUSZYNSKI, 2007, p. 144).

#### 4.9 DESCUBRA O CINEMA BRASILEIRO – DADINHO NA TERRA DO SOL

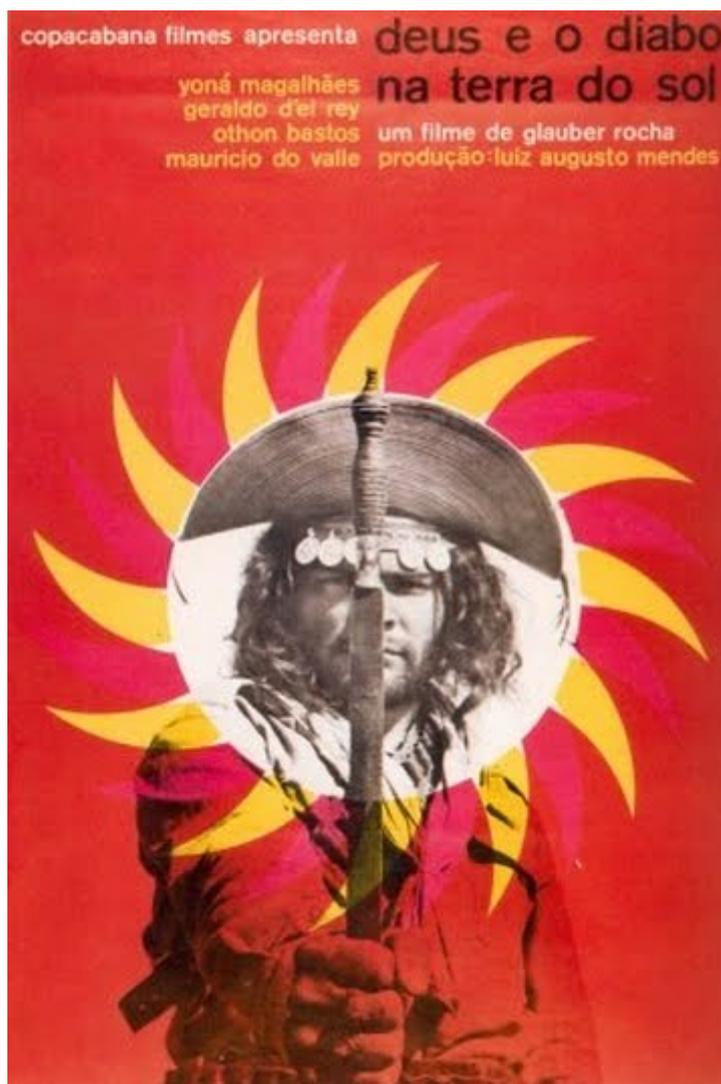
Mostra organizada por Bruno Porto e Billy Bacon. O livro apresenta o projeto que levou a produção de uma série de cartazes por 30 designers sobre o cinema contemporâneo brasileiro para uma exposição na China. Deste são reproduzidos alguns exemplares, dos quais um, em especial, chama atenção, apresentado na Ilustração 13, cartaz intitulado “Dadinho na Terra do Sol”, de autoria de Felipe Muanis (MUANIS, 2011) – a autoria, título e técnicas do cartaz em específico apenas constam no *website* pessoal de Muanis. Trata-se de uma composição em tons de cinza colorido onde, numa estrutura enxuta, um menino aponta um revólver para o observador, com sua face envolta por grafismos que lembram um sol, com duas

camadas de raios que parecem girar – a forma geometrizada lembra também lâminas de facas ou uma serra.



**Ilustração 13 – Cartaz Dadinho na Terra do Sol**  
**Fonte: Consolo (2009, p. 110).**

A composição expressiva traz consigo relações de leitura que estão além de sua área de impressão. Seu entendimento necessita do referencial de outro cartaz, que certamente está presente na memória dos conhecedores do design gráfico ou do cinema brasileiro: o cartaz de Rogério Duarte para o filme Deus e o Diabo na Terra do Sol, de Glauber Rocha (Ilustração 14).



**Ilustração 14 – Cartaz de Deus e o Diabo na Terra do Sol**  
**Fonte: Melo (2006, p. 193).**

Rogério Duarte é um importante designer brasileiro. Assim como Victor Moscoso, teve suas bases de formação com mestres do modernismo, entre eles Otl Aicher, Amx Bense, Alexandre Wollner e Aloysio Magalhães (RODRIGUES, 2007). Rodrigues coloca que com atuação diversa de músico, poeta, designer e professor, Duarte integrou o movimento tropicalista não como tradutor visual, mas como um dos seus autores. Como conhecedor do design acadêmico, sua produção incorporou o valor cultural e popular do Brasil; RODRIGUES (2007, p. 78) traz as palavras do designer a partir de entrevista pessoal com ele realizada: “Minha visão era bem pós-moderna, no sentido de que eu não estou contestando o passado, vamos incorporar tudo...”. Sobre o fazer do design, compara a atividade à música popular ao permitir possibilidade de comunicação com o grande público: “design não é um trabalho aleatório, é um trabalho de comunicação” (in RODRIGUES, 2007, p. 79). Em seu

contexto de comunicação e brasilidade desenvolveu cartazes políticos, cartazes para shows da Bossa Nova assim como projetos para o Cinema Novo, como o do filme do amigo Glauber Rocha.

O cartaz de Muanis apropria-se do elemento gráfico do cartaz de Duarte, não para copiar seu efeito inquietante, mas para ao mesmo tempo o referenciar o trabalho do designer e construir relações entre os filmes em questão.

O cartaz original mostra o personagem que, no filme, simbolicamente representa o Diabo, ambientado no sertão brasileiro rodeado pelo sofrimento, pobreza e conflitos humanos. Seu retrato em forte contraste dramático o coloca em vista frontal empunhando uma arma e circunscrito pela forma que pode sugerir sua mira, seus pensamentos inquietos, a tensão que traz o filme.

Assim como o filme, o cartaz projetado nos leva para aridez e a violência do sertão. Corisco nos encara através de sua espada; o sol do Nordeste refletido no chapéu do cangaceiro nos aquece e desafia. Assim como o texto, todo grafado em letras sem serifa e caixa-baixa, não há diferença entre Deus e o Diabo – eles se equivalem. (RODRIGUES, in MELO, 2006, p. 191).

O cartaz da mostra traz o personagem de outro filme, Dadinho, de Cidade de Deus, dirigido por Fernando Meirelles, em posição, situação e iluminação semelhantes. Diferente do cartaz original onde é usada uma fotografia, este usa uma ilustração fotorrealística feita à grafite com finalização digital (MUANIS, 2011). A imagem foi construída com os recursos disponíveis ao designer para criar a referencia com semelhança. No filme, o personagem cresce em meio à pobreza da favela, marginalidade, falta de estrutura familiar, tráfico de drogas e envolve-se na criminalidade. Sem querer entrar no mérito da interpretação das obras cinematográficas, ficam evidentes as possibilidades de associação entre ambas. Também podem ser traçados comparativos entre dois momentos da produção do cinema nacional.

O caráter pós-moderno resgata o tropicalismo e traz na citação direta (de estilo e de uma obra específica) e na intertextualidade seu mecanismo de construção. O designer, ao propor esta abordagem sobre o filme de Meirelles, está a posicionar-se e a propor diálogos diversos – conteúdo, filmografia brasileira, design brasileiro, memória cultural. Os grafismos quando usados originalmente tinham função icônica e indicial ao sugerir formas e sensações. Com o passar do tempo e

os valores agregados à peça, aparecem aqui como símbolo. O cartaz concentra-se na relação forma-composição-personagem e abre mão dos letreiros, possivelmente por considerar a peça suficientemente profusa e adequadamente forte, sem necessidade de mais informação.

A leitura sem a referencia primária, poderia percorrer outros caminhos; caminhos próximos da leitura do cartaz original. Contudo o Interpretante Lógico apenas surgirá com a apreensão de suas relações. De fato, pode-se dizer que o leitor desta peça é surpreendido com uma “versão moderna” do clássico de Rogério e Glauber.

#### 4.10 IDENTIDADE VISUAL E PAPELARIA MUSEU DA IMAGEM E DO SOM

Autoria de Fábio Prata e Flávia Nalon / ps.2 arquitetura + design. O programa de identidade visual traz um exemplo de novos caminhos que tem sido explorados em sistemas institucionais, que buscam soluções adversas à clássica reprodução de um símbolo ou logotipo como forma de identificação. Com uma fonte tipográfica de desenhos simples, sem serifas e extremidades arredondadas a sigla do museu – MIS – é acompanhada de um sólido retangular de cor, que varia sua proporção e tratamento, em referências às diversas telas que comportam a imagem e o som (televisão, cinema, celular, computador). O mesmo elemento é explorado como componente do sistema em diferentes aplicações. Baseia-se em camadas de informação: cor sólida, texto, aberturas e/ou marcações feitas a partir do elementos principal. No cartão de visitas (Ilustração 15), o retângulo é vazado, abrindo uma janela na peça. No folder institucional (Ilustração 16), o mesmo princípio é aplicado: numa primeira lâmina, diversos recortes retangulares revelam apenas parte do texto da lâmina interior. Em convites (Ilustração 17), a forma retangular focaliza trechos do texto retirando a informação de cor.



Ilustração 15 – Cartão de visitas MIS  
Fonte: Consolo (2009, p. 244).

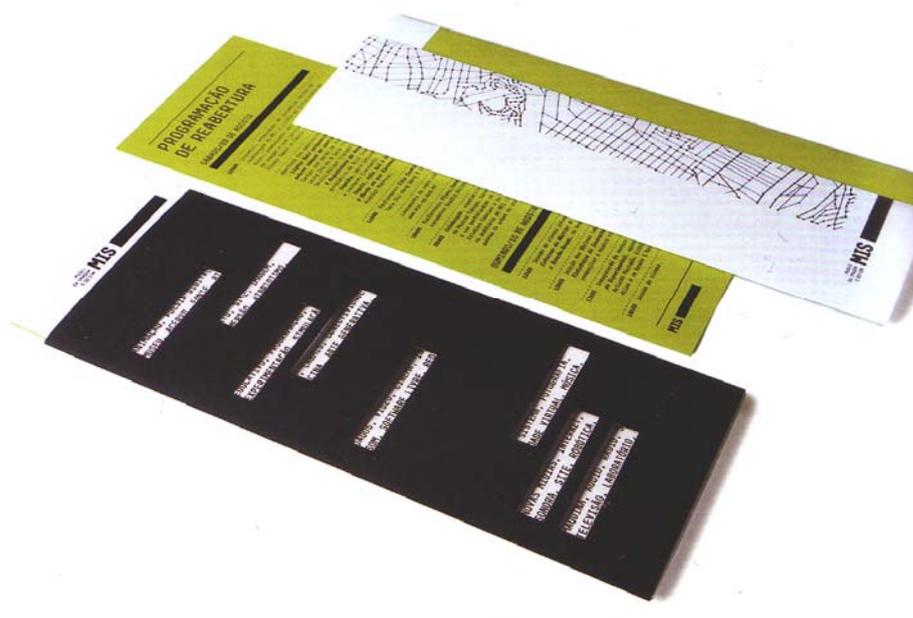


Ilustração 16 – Folder institucional MIS  
Fonte: Consolo (2009, p. 244).



#### 4.11 CONSIDERAÇÕES

O design gráfico e a construção de mensagens não se baseiam fundamentalmente em padrões estéticos, mas em construções de relações de sentido para dialogar com pessoas. Organizar signos que comuniquem de forma mais ou menos direta. E que ainda tragam poesia, assim. Estaria a poesia apenas presente por determina ótica de análise? Os mecanismos levantados apontam para a direção oposta, pois se enxergam relações possíveis entre a teoria da poesia e a realidade de projetos de design. Tais artifícios geram surpresa, quebram o fluxo do cotidiano, surpreendem, embelezam a vida. Relações de design que vão além de questões e problemas práticos de projeto, relações de trabalho ou quesitos unicamente mercadológicos.

Lupton e Phillips (2008) dizem que na pós-modernidade o design se baseia e explora ideias simples, onde as regras se constroem no decorrer do processo, em detrimento a uma lógica constante explorada no modernismo. De fato, é o que se observa aqui: o designer sugere um modelo de articulação, explorados em um layout ou sistema, cria unidade através de sua lógica própria. Este é um ponto comum que abarca diferentes manifestações e resultados de projetos; uma forma de conduzir a produção plural e diversificada. Gruszynski (2007) salienta que, se na modernidade a legibilidade constituía um dos principais paradigmas, agora alternativas de composição priorizam outros valores além dos critérios funcionais. O ponto de partida ou conceito global de determinado projeto valorizam ideias amplas e peculiares, sem necessária homogeneidade de articulação.

Alguns pontos foram recorrentes durante a análise, é o caso de elementos inter-semióticos. Leminski (1997), ao pensar a partir do poema escrito, fala ser esta uma característica implícita de algumas mídias, como no *cartoon*, onde há necessariamente a ilustração e o texto, ou cinema, com imagem e som. Também seria uma forma de potencializar a criação, explorar artifícios de linguagem e a transmissão de ideias. No design, é corrente o uso da imagem (fotográfica, ilustração digital ou analógica) com texto, *mix* de comunicação visual e verbal. Em alguns casos, além do conteúdo impresso ainda se faz uso de seu suporte, material, formato como integrante do processo comunicativo. O próprio texto vem muitas vezes a se tornar imagem, na tipografia se torna palpável e interage com outros

elementos, usa da retórica tipográfica para criar relações de sentido e abandona a transparência do significante, explicada por Joly (2006).

Nesse ponto, há proximidade entre o fazer do design e os mecanismos poéticos. Chalhub (1984), entre outros, baseia-se na função poética com manifestação da mensagem sobre si mesma, seus símbolos (palavras), se tornam ícones (as formas das palavras escritas, a sua sonoridade), revelam seu lado palpável e tátil e criam relações de sentido e proximidade, através de ritmo, forma, da estrutura global do poema. No design, isto se percebe em muitos momentos: os enunciados e descrições não são meramente palavras ou legendas, são formas visuais que constroem o layout e estabelecem relações estéticas e de sentido com outros elementos, sendo parte integrante de seu conceito; revela o conteúdo verbal ao mesmo tempo em que pictórico.

Percebe-se neste apanhado a proposição de diálogos, onde a mensagem, contextualizada, articula-se de forma consistente sem se fechar em significado. O cartaz de “Descubra o Cinema Brasileiro”, por exemplo, fala sobre o próprio design e propõe a comparação entre dois filmes e momentos do cinema nacional. Quais são os pontos em comum? Que importância eles têm? São respostas que cabem ao leitor. Nesse sentido, o design está mais interessado em propor perguntas do que oferecer respostas. Em “O Livro Amarelo do Terminal”, signos transitam entre o movimento característico dos projetos editoriais de livros. A convenção orienta para um layout limpo, restrito a escolha da tipografia, papel e dimensões adequados ao discurso. Na contramão e alinhado com um texto pouco convencional – que mistura o jornalismo e a literatura, o projeto gráfico busca referências em jornais e na iconografia da sinalização de terminais rodoviários; repensando formatos e articulando novas possibilidades de comunicação.

Observou-se também a alternância entre peças visuais limpas e carregadas. Entende-se que haja influência das opções estéticas, ou talvez estilo, dos designers envolvidos. Compreende-se, contudo, a possibilidade de coexistência entre diferentes abordagens. Nos layouts visualmente sucintos, é possível identificar o legado do pensamento abstrato proveniente da implantação do modelo alemão no ensino brasileiro. Na identidade visual da mostra “Luz em Movimento” e do “FILE 2007”, usa-se tipografia simples, sem serifa, layouts limpos, e mecanismos de articulação relacionados a questões elementares. No primeiro, tem-se movimento pelo alinhamento e posição do texto; no segundo, a apreensão do espaço é sugerida

pelas letras e pelo *grid* modular. As mensagens, contudo, não se constituem apenas por elementos reduzidos: em ambos os casos, são elaboradas pelo uso conjunto destes artifícios com imagens, dando origem a um sistema sofisticado. A partir do elementar, encontra-se o inusitado. Tal conjunto pode indicar a combinação de diferentes fatores: a pluralidade e discursos pós-modernos; o encontro da bagagem modernista nas raízes do design institucional brasileiro com o modo expressivo brasileiro; novas relações de diálogo buscadas por novas gerações baseadas em seu modo de ser e contextos dinâmicos e variados da atualidade.

O mesmo se aplica sobre a identidade do Museu da Imagem e do Som. O sistema se baseia em um retângulo, simples e elementar, mas as relações que estabelece – diferentes usos, indicação de caminhos para leitura, interação tátil – extrapolam noções reducionistas.

A forma de pensar pode ser próxima e abranger logotipos, cartazes, páginas de revista, livros, cartões postais. Cada formato possui uso próprio, diferentes dimensões, durabilidades variadas. Características que acarretam na densidade da informação – o logotipo será mais sintético e será usado por bastante tempo; a página de revista tem sua existência restrita à publicação; o livro poderá ser guardado e relido por anos. A profundidade das mensagens é equalizada por suas dimensões (nas diferentes interpretações da palavra), e também pelo tema que abordam – a postura de uma empresa é diferente do debate sobre o cinema. A forma de articular os elementos, de levar a informação aos leitores, possui grande afinidade. Como apresentado aqui, a mesma linha de pensamento pode ser aplicada em diferentes suportes. Não raro depara-se com designers que contam com variados formatos de projeto em seu portfólio. O conhecimento sobre imagem, tipografia, cor, composição, materiais, relações de uso e linguagem é flexível o suficiente para diversas aplicações.

Outro ponto interessante refere-se ao uso de ferramentas digitais no processo. Nota-se que a inserção destes mecanismos deixa de lado a exploração compulsória de seus recursos pré-programados e está mais associado à facilidade e praticidade de composição do que como provedor de soluções automáticas. Talvez o amadurecimento do seu uso conduza o foco de interesse para construir linguagem e comunicar. Em “Postal Carioca”, a montagem do layout poderia facilmente ser feita de forma manual, com base na colagem de fotografias. Contudo, o interesse principal e a informação visual correspondente ao processo alinham-se com uma

configuração que surpreende pela simplicidade. A leitura volta-se para o uso do conteúdo das fotografias e não para o modo como foram dispostas.

A sutileza com que os conceitos se aplicam, explora e recicla antigas regras do design e, o mais importante, desconsidera seu caráter normativo. Designers encontram-se em momento de liberdade apoiados em grande capacidade produtiva da indústria e controle de ferramentas digitais; ambiente propício para a reflexão sobre a relevância e caminhos da produção material.

Com um leque amplo de possibilidade, qual o modo mais adequado? O que realmente importa? Identificar uma empresa dentre muitas, propulsionar a economia, resgatar a memória, proporcionar bem estar, criar cultura material, solucionar problemas, suprir necessidades ou desejos... As ferramentas existem e podem servir pra diversos fins, para diversas funções. Sob estes aspectos que o fazer do design se orienta. Mas a base para tudo isso são as pessoas, sociedade e cultura, imersas em complexos fluxos de informação. Dialogar, pois, é preciso.

O design é capaz de propor diálogos, interação, reflexão e falar através de dispositivos sensoriais. A forma como se articula traz possibilidades diversas, de ser apreendido ou ignorado, inclusive. Os caminhos sugeridos da criatividade e da novidade parecem ser desafios constantes de adaptação. O que tem a poesia ou o design como poesia a ver com tudo isso? Um caminho, um modo de pensar durante o projeto ou mesmo de leitura do design. Ir além de simplesmente informar e identificar, além das necessidades fisiológicas ou da apreciação estética gratuita, falar a nível sensível, valorizar e zelar pela efemeridade da vastidão informativa que nos bombardeia. Na sua função poética, o design pode encontrar um caminho, como já dizia Oswald de Andrade – segundo Chalhub (1984, p. 9): “poesia é a descoberta das coisas que eu nunca vi”.

## 5 ANÁLISE PROFUNDA

O presente capítulo contempla a segunda etapa de análises. O apanhado amplo anterior elucidou alguns mecanismos de diálogo entre a práxis do design e o fazer poético. O mesmo objetivo será buscado aqui, através do olhar mais atento para um menor número de projetos. Três peças de design foram selecionadas, pertencendo a diferentes contextos, formatos, públicos e objetivos. A limitada amostragem foi tomada com exemplos divergentes a fim de buscar pontos comuns de linguagem e articulação. A busca por integrantes desta etapa passou por catálogos e compilações de projetos e designers de destaque.

Nos escritos que se seguem, serão devidamente investigados os contextos ou sistemas maiores nos quais os projetos se inserem. As indicações do *briefing*, particularidades dos clientes e o conteúdo que comunicam foram investigados, assim como as características do designer projetista. Retomando a discussão iniciada no referencial teórico, os sistemas de funções propostos por teóricos do design é aplicado, como modo de observação e leitura. O modo que layout visual e o objeto como um todo articula sua mensagem é explorado a partir dos fundamentos de sintaxe e semântica. Buscou-se traçar um paralelo com as proposições do design pós-moderno. Por fim, é na imbricada teia de diálogos que se exploram os comparativos e mecanismos em que a comunicação ou função poética se manifesta.

### 5.1 SALOMÉ

A peça (Ilustração 18) apresenta-se em acentuada verticalidade, tanto pela orientação do formato retangular como pela organização de seus elementos. A paleta reduzida de cores tem predominância de tons neutros, preto ao fundo que cobre a maior parte da área e vermelho intenso localizado. Trata-se de uma imagem construída de forma híbrida, composta por fotografia (e manipulação), desenho manual e tipografia digital. O processo de montagem em ferramentas eletrônicas fica explícito pela plasticidade cuidadosa e manipulação dos elementos.



**Ilustração 18 – Cartaz Salomé**  
**Fonte: Minini (in STRAUB e CASTILHO, 2010, p. 91).**

A imagem traz a representação de uma mulher de perfil, revelando apenas seu rosto, ombro, braço e mão esquerdos – está inclinada de forma ascendente; sobre sua mão uma cabeça com seu próprio rosto. A face sobre a mão observa a outra, atentamente, com olhar de desejo, conquista, paixão. Esta, por sua vez, repousa de olhos fechados, vertical e frontalmente. A pele é lisa, sem imperfeições, e possui coloração dessaturada. Grafismos com traços manuais completam a imagem, na área relativa ao cabelo. Na figura de perfil, emolduram seu rosto, cobrindo a orelha, pescoço e queixo. Um terceiro grafismo, este em vermelho, é feito a partir da mão e braço que segura a cabeça, e escorre quase até a base da área da peça.

A tipografia possui linhas delicadas, como toda a composição, sem adornos, esbeltas, com modulação mínima e traço fino. No canto superior, em maior corpo, a inscrição “Salomé”, acompanhado do subtítulo “um sonho de Oscar Wilde” – ambos escritos horizontalmente. O restante do texto está localizado abaixo do braço da personagem, em corpo menor; as letras mantêm-se na posição padrão, mas as palavras se constroem com sua sucessão vertical. Salvo exceções, como a letra M, os caracteres possuem larguras iguais, alinhando-se em blocos homogêneos, individualmente. A distância entre os blocos se mantém constante em informações semelhantes, e possui maior distância para tópicos específicos. O alinhamento horizontal do conjunto de textos não é uniforme, tendo topos e bases variados.

A complexa construção visual compõe o cartaz para uma peça de teatro. A peça é uma montagem do Grupo Delírio Cia. De Teatro, cujo texto foi escrito pelo diretor Edson Bueno, apresentada em 2007 em Curitiba. Salomé é originalmente a figura bíblica que encomenda a cabeça de João Batista, condenando-o à morte. O tema foi amplamente explorado no decorrer da história da arte. A peça em questão faz referência à outra peça, escrita pelo irlandês Oscar Wilde, intitulada Salomé. O texto de Bueno investiga o poeta e escritor irlandês, a situação como escreveu o texto, misturando no enredo o criador e seus personagens:

O olhar atento do diretor ressaltou o artista (Wilde, interpretado pelo ator Áldice Lopes) e também o homem, no social e no pessoal. Em uma hora e meia de espetáculo, Bueno coloca o seu protagonista falando da paixão pela arte e no significado dela para a sociedade. "A sua importância, o seu sentido libertário, o homem com suas vaidades, seu ego, suas perversões, suas fragilidades e também seu amor, seus medos, seus rompantes", comenta. "É importante destacar que o meu texto não é a encenação de Salomé, mas uma ficção sobre a história de sua concepção por Oscar Wilde". (A VISÃO..., 2007).

De pronto se estabelece uma rede de diálogos no contexto da peça: a figura bíblica de Salomé, o texto de Oscar Wilde sobre a personagem, a montagem da peça sobre o texto de Wilde. O cartaz seguirá um caminho semelhante, logo apresentado.

O cartaz é de autoria de Marcos Minini e foi selecionado para a 3ª Bienal Internacional de Cartazes da China, ganhou bronze no anuário do Clube de Criação do Paraná 2007 e foi selecionado para a 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG (MININI, in STRAUB e CASTILHO, 2010). O designer possui um histórico de produção de cartazes culturais, tendo realizado outros trabalhos para a mesma

companhia de teatro. Pela contextualização, vale citar “Kafka”, peça teatral que também envolve o escritor com seu universo ficcional (KAFKA..., 2009). Para o cartaz (Ilustração 19, consultado no site pessoal do designer), mecanismos similares de fotomontagem foram utilizados, explorando o imaginário e o fantástico de forma icônica.



**Ilustração 19 – Cartaz Kafka**  
**Fonte: MININI (2010).**

É possível analisar este projeto segundo a ótica dos sistemas de funções anteriormente apresentados. Pelo sistema de Bürdek (2006), as funções formal-estéticas seriam buscadas através dos elementos de composição visual, a paleta de cores, os elementos gráficos (fotografia e seu tratamento, grafismos manuais, seleção e uso da tipografia), sendo esta sua sintaxe. A semântica, ou o significado destes, seria a articulação da mensagem, sua relação de leitura, o diálogo histórico da personagem que aqui segura a própria cabeça – ao contrário da cabeça de João Batista. Estes elementos, segundo Bürdek (2006), deveriam ser escolhidos de modo a refletir o uso do produto. O uso do cartaz é a leitura, a informação e divulgação da peça teatral, horário e local, envolvidos no espetáculo, diretor, atores, do que se trata o enredo. Visualmente o enfoque é na interpretação da personagem, enfatizando o tema do espetáculo. No sentido informativo, a tipografia não é empregada segundo ótima qualidade de leitura, está, sim, em função da composição, do sentido global orientado pela estética.

O reflexo do uso associa-se diretamente com as funções indicativas, que visam o cumprimento de operações práticas e sua fácil identificação, com o mínimo

de interpretação pessoal. Sendo o cartaz uma peça informativa, o único texto presente é de fácil identificação dentro do layout; composto em branco sobre o fundo que preenche vasta área em preto, garantindo bom contraste. Se a orientação prejudica a leitura e também o alinhamento cambiante, o bom contraste, distâncias padronizadas, diferença de corpo de texto e separação de categorias hierárquicas contribuem para seu discernimento. Sendo a peça teatral um espaço para criação e interpretação artística, sua comunicação e divulgação cumprem a função de caracterizá-la como tal, apresentando uma imagem elaborada e repleta de conteúdo visual aberto para interpretação.

As funções simbólicas trariam elementos de significação intercultural, para o amplo entendimento e direcionamento de uso. A paleta de cores e dramaticidade associados à personagem amplamente difundida através do tempo, certamente são um caminho para um entendimento amplo, considerando a referência do usuário. Os títulos e créditos (direção, local, horário) indicam tratar-se de um espetáculo, mesmo não estando explicitamente declarado.

Na ótica de Löbach (2001), tem-se outra forma de análise, na clássica triangulação de funções prática, estética e simbólica. As funções práticas deveriam garantir o bem estar físico do usuário. Neste sentido, temos novamente as questões de leiturabilidade do texto combinados a dados externos ao layout – posicionamento do cartaz, altura, local, tempo hábil para leitura – dados estes que não se teve acesso. As funções estéticas para o autor devem satisfazer as necessidades e promover bem estar psicológico. Neste sentido a amplitude de informação visual, as referências, variedade de tratamento, seria capaz de manter a atenção do usuário; a profusão de informação poderia reter a atenção o suficiente para que a informação (divulgação da peça) fosse assimilada, ao passo que fomentaria o interesse em “consumir” o produto em questão.

As funções simbólicas de Löbach (2001) dizem respeito a qualidades espirituais, psíquicas e sociais. São relações trazidas pela interpretação do cartaz, o misticismo presente da imagem da Salomé. Segundo o autor, uma das funções é sempre predominante sobre as outras, neste caso seria a função estética, dada a ênfase na construção visual; função coerente uma vez que o projeto está inserido num contexto artístico.

Ono (2006) resgata, em seu sistema, as funções de uso; novamente construídas pelo mecanismo de identificação do conteúdo e informações textuais.

Suas funções simbólicas, mais amplas, abrigam a visualidade, elementos plásticos, a interpretação, o possível diálogo cultural que o cartaz traz com outras representações da personagem, sua interpretação metafórica, relevância cultural na atualidade. Na função técnica, exploram as maneiras de materializar as qualidades das duas anteriores. Não há informações precisas sobre a tiragem e locais de exposição do cartaz, contudo, sabe-se que se trata de um layout impresso sobre papel, sem recursos tridimensionais, acabamento especial, mecanismos físicos de manipulação; seguindo assim o modelo básico de cartazes que permite fácil produção e exposição. O modelo é adequado para o fim que se destina e mantém no desenvolvimento visual o principal recurso de construção.

Logo, pela ótica de Bürdek (2006) as necessidades que o cartaz vem a suprir o orientariam segundo seu propósito, indicando intuitivamente seu uso e significado e dialogando com a natureza simbólica e interpretativa do usuário. Pelo sistema de Löbach (2001) a função estética seria privilegiada, apoiada pela sua relação simbólica, baseando-se nas múltiplas técnicas visuais e num contexto divulgação artística. Seria nas relações de leitura o principal mérito da peça. Ono (2006) indica um caminho coerente que conduz o entendimento associado aos recursos visuais à produção, sendo esta mais limitada e tendo a visualidade e estética profundamente explorada.

Pode-se ampliar este entendimento com as funções citadas por Ramalho e Oliveira (2005): a função comercial, de vender a peça teatral, ou persuasiva, de convencimento, sedução do público. A função mágica suscita o imaginário com detalhados grafismos de significação múltipla inseridos em uma imagem de natureza surreal e fantástica. Retomando Redig (2009), enxerga-se a função social no incentivo da divulgação do teatro e também no investimento à cultura do cartaz, tradicionalmente relacionada ao teatro.

Muito próxima há a função cultural, de produzir conteúdo e dialogar com a sociedade, neste caso, a divulgação do teatro usa das artes gráficas para dialogar com a literatura. O resultado estético coerente com a proposta combina-se com a função poética, oferece poesia, beleza, diálogo, evoca sentimentos e envolve o espectador em um processo de leitura (ou pelo menos intenta envolver) menos linear e objetivo, mais intenso e talvez por isso mais interessante em um cartaz visualmente profuso. Não estaria o público do teatro mais interessado em um cartaz

visualmente denso, de leitura envolvente (como na literatura) do que algo puramente indicativo ou informativo?

O ambiente de divulgação cultural e artística contribui (ou direciona) para manifestação da função poética. O teatro tem características sinestésicas, presencialidade, construção visual de cenário, sonora, tem possibilidade de até mesmo usar artifícios olfativos. Logo, o público está interessando e aberto para imersões e proposições estéticas e artísticas. Um projeto gráfico para teatro possui, por natureza, maior liberdade expressiva e experimental.

No caso deste cartaz, o designer teve abertura para discussão e interpretação. Segundo Minini (in STRAUB e CASTILHO, 2010) o produtor e o diretor da peça o deixaram livre para desenvolver sobre suas criações. No texto “Um cartaz e Sua Linguagem” (in STRAUB e CASTILHO, 2010), o designer descreve seu processo partindo do *briefing* – um texto do diretor, resumindo a peça – onde Oscar Wilde anuncia, em 1890, que escrevia Salomé, transformando “a famosa personagem bíblica numa perversa apaixonada” com “desejo do vício em vez da virtude, do pagão em vez do cristão, do vivente em vez do morto e a repulsa da virtude ao vício, o extremo da renúncia” (MININI, in STRAUB e CASTILHO, 2010, p. 88, 89).

Nota-se que os elementos de partida estão presentes no resultado final – o sentimento, referências de época, a reinterpretação. O processo seguiu com pesquisa e análise interpretativa. Em seguida, em seu texto, são descritas etapas técnicas como a produção fotográfica e tratamento da tipografia, baseadas em modelo previamente esboçado: “concebo mentalmente o cartaz, imaginando o resultado gráfico, e só depois passo para o papel e/ou computador” (MININI, in STRAUB e CASTILHO, 2010, p. 89).

Tendo acesso ao processo construtivo pode-se complementar a análise segundo a ótica da articulação e mecanismos poéticos, vistos a partir do resultado final do cartaz. No começo desta seção o cartaz foi descrito segundo elementos visuais, contexto, sistemas de função e processo de criação; agora se passa a olhar como sua mensagem se articula.

O cartaz baseia-se na imagem da Salomé, reinterpretada, que, ao invés de segurar a cabeça de João Batista, segura sua própria, sugerindo o desejo, paixão por si mesma, egoísmo, imersa em na escuridão de seu vício, sem ninguém ao redor. O fundo preto assegura a atenção para a personagem em uma composição

agressiva. A partir dessa ideia central, flutuam e se complementam três camadas de informação visual: a fotografia da mulher, os grafismos manuais que se inserem à foto, e tipografia, separada por ter natureza informativa e prática ao mesmo tempo que unificada, ao dar ritmo ao layout.

O teor manual do grafismo acentua a intervenção humana e interpretativa. Se a fotografia é a base, os grafismos são sua extensão, o adorno, o complemento, a imaginação projetada, a mão humana sobre a imagem real (fotorrealística), ampliando o lado lúdico, fantástico da situação. Abrem-se as portas para o entendimento do espetáculo como uma interpretação, que existe um trabalho sobre o texto original de Wilde – outra face do escritor, um novo olhar sobre sua obra, uma direção que se duplica, se desdobra. A informação textual vem a ser a explicação, uma legenda, o “do que se trata, afinal?”.

O designer comenta que os motivos ornamentais foram resgatados da temática Art Nouveau, característica do século XIX e também dos traços de Aubrey Beardsley, que ilustrou o texto original de Wilde (Ilustração 20, consultado na galeria *online* com as obras do artista). A referência, ou apropriação, se torna pertinente, cria relações de citação e diálogo entre o texto de Bueno e de Wilde, assim como suas respectivas representações gráficas. Como no caso do cartaz “Descubra o cinema brasileiro”, anteriormente analisado, é necessário o conhecimento do espectador da referência inicial para seu entendimento. Neste caso, diferentemente, a referência não é tão popular.



**Ilustração 20 – Ilustração de Salomé de Aubrey Beardsley  
Fonte: Aubrey Beardsley Art (2011).**

A beleza sensual, o poder da sensualidade, base do tema, torna-se a base das duas peças, reiterada pela foto, gesto, ornamentos, cores e contrastes. A combinação de diferentes técnicas representativas se torna uma possível analogia com a natureza do teatro, onde se combinam diferentes estímulos sensoriais. Pensado como pós-moderno, o cartaz busca um caminho próprio a partir da apropriação, sobreposição e reinterpretação de narrativas anteriores. Na sua totalidade, a composição é limpa, possui vasto espaço “em branco”, contudo incorpora o ruído e a profusão visual, para criar sua mensagem. O adorno tem função além do enfeite, contextualiza época, suaviza e embelezam a dramaticidade da cena. Gonzales Crisp, cujas palavras são trazidas por Twemlow (2007, p. 69) ao pensar sobre o uso de adornos, valida seu aspecto comunicacional: “a função é complementada pelo ornamento”.

Os motivos florais no braço da mulher têm natureza ambígua, tanto podem ser um lenço ou parte da vestimenta como podem representar o sangue a escorrer,

com sugestivas formas esguias. O vermelho intenso é um ponto chave no cartaz, contrasta com os tons neutros do restante da composição. Emblematicamente, é vermelho, evocando a paixão, o desejo ao mesmo tempo que a morte. A cor é apenas repetida no acento da letra “E” do título; no nome da personagem o mesmo sentimento, contido.

Um exemplo claro do designer co-autor da mensagem. A interpretação visual e pessoal do designer sobre o tema, o conteúdo prévio da peça, complementa a narrativa. Torna-se impossível dissociar o contexto da peça teatral com a peça de design. Os letrados dos créditos abrem mão da invisibilidade. Diferentes de outros exemplos onde compõem eles mesmos, em sua visualidade e semântica a mensagem, aqui apenas potencializam a composição, seu ritmo; encontram seu lugar no espaço, o decantar, adormecer, reforçando a ideia surreal, de sonho (do sonho de Oscar Wilde).

A relação mais direta do cartaz com a poesia, sua função poética, é o instantâneo evocar de sentimentos. Utiliza dos recursos expressivos da representação da figura humana, de uma situação instigante, marcante paleta de cores e incisiva composição. Também é clara a relação comparativa ao propiciar leituras variáveis, dada a rede de citações, relações e referências construídas com grande detalhamento.

Dado seu próprio universo, a peça possui lógica própria e sua leitura pode percorrer o caminho construtivo, seja pelo processo técnico que difere camadas de informação ou pelas citações sobrepostas – Salomé, Oscar Wilde, século XIX, teatro, releitura, etc.

Ao deparar-se com a imagem, inicia-se o jogo de diálogo com o repertório pessoal do leitor. Podem existir dois momentos de significação: com o contato inicial, onde o interesse é divulgação da peça teatral, e depois de assisti-la, onde funcionará como lembrança, e os significados dos elementos visuais estão combinados com os significados criados no espetáculo.

Ao criar modelos de sensibilidade, a imagem traz sentimentos humanos, expressividade, pela sua parcela de realismo se torna passível de identificação, metaforicamente. A cena traz a qualidade da paixão, ou do desejo, um sentimento talvez não muito claro, mas o evoca pela composição, cores, pelo escorrer, pela expressão.

Pignatari (1987) diz que poesia é criar linguagem. A combinação de técnicas com significados plurais gera um universo particular, onde o leitor é convidado à imersão – no cartaz, em primeiro, no teatro, em segundo. Diferente de apenas indicar o nome e créditos, seria possível dizer que toda essa articulação serve para saciar a necessidade de poesia dos poetas, como sugere Leminski (1997). Esse grupo de poetas agregaria o designer, os envolvidos no espetáculo e o público por ele interessado, revelando cumplicidade e apreço.

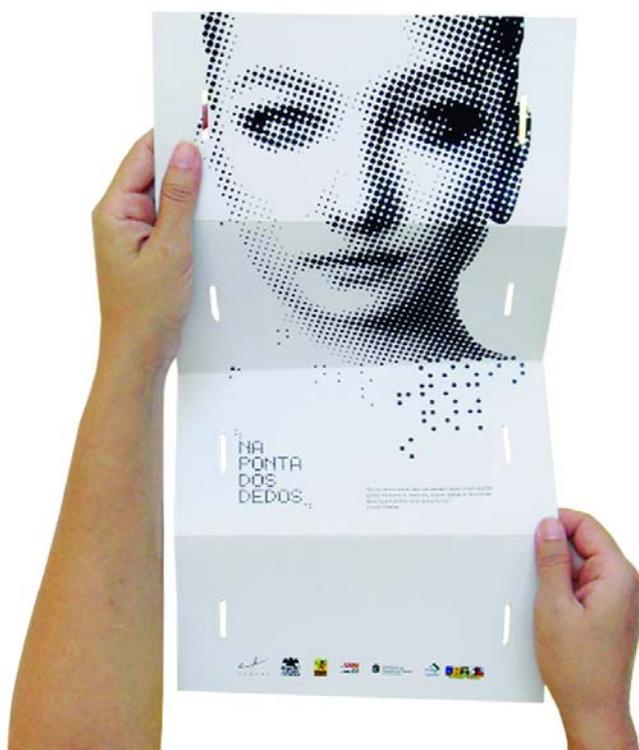
## 5.2 NA PONTA DOS DEDOS

A peça produzida em papel com dobras em formato de folder é um convite – apresentado na Ilustração 21 (retirada no *website* do estúdio responsável). Enquanto dobrado, sua face tem formato retangular de orientação horizontal. Na primeira face, ou frente do convite, há um rosto feminino impresso em preto. Seu enquadramento coloca a altura dos olhos no centro no layout, revelando a área que vai na testa até o fim de seu nariz. O tratamento confere à imagem fotográfica efeito de retícula ampliada, com pequenos círculos pretos variando em tamanho e densidade. Uma tarja preta cobre os olhos, é uma fita que passa por aberturas no convite e o mantém fechado. Virando a peça, a fita está atada com laço. No layout do verso apenas logotipos institucionais.



**Ilustração 21 – Convite Na Ponta dos Dedos, fechado**  
**Fonte: Studio Abracadabra (2010).**

Ao desatar o laço é possível retirar a fita. Voltando-se para a parte frontal, a tarja preta é removida e os olhos da personagem se tornam visíveis, em posição frontal direciona seu olhar diretamente para o espectador. Pode-se então abrir o folder e ter acesso ao seu conteúdo interno (Ilustração 22). O material é formado por três dobras, sendo dividido em quatro partes. No segundo quarto a imagem feminina se prolonga, revelando sua boca e pescoço.



**Ilustração 22 – Convite Na Ponta dos Dedos, aberto**  
**Fonte: Studio Abracadabra (2010).**

No terceiro quarto encontra-se a informação escrita. O texto com maior destaque anuncia “Na ponta dos dedos”, o nome da exposição. É composto alinhado à esquerda em tipos formados por pequenos círculos. A imagem de apresentação consultada não possibilita a leitura do texto impresso em menor tamanho que acompanha o título, supondo-se que informe o local e período da exposição. Ainda há informações grafadas no sistema braille em relevo e cobertas pela cor preta.

A peça é o convite da exposição “Na ponta dos Dedos”, realizada no Memorial da Cultura Cearesense, no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, entre

2009 e 2010. A exposição celebrou o bicentenário de Louis Braille e trazia o tema da acessibilidade (III BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN, 2010, p. 190). A exposição abordava o uso do sistema braille e mecanismos de inclusão de pessoas com deficiência visual:

[...] Na Ponta dos Dedos, apresenta objetos da escrita em Braille, como livros e rótulos, vídeo com depoimento de deficientes visuais, além dos resultados das oficinas realizadas em outubro acerca do tema, como, por exemplo, as obras do Ateliê Experimental, realizado entre os artistas Sólon Ribeiro e Marina de Botas, e pessoas com deficiência. Outra novidade é a Sala Escura, onde o visitante pode realizar um percurso e sentir-se na condição de deficiente visual. (MEMORIAL DA CULTURA CEARENSE..., 2011).

Louis Braille foi quem desenvolveu o sistema de leitura para deficientes visuais que leva seu nome, a partir de sua própria necessidade. O sistema modular de seis furos (duas colunas de três pontos) permite notação alfabéticas, numéricas e musicais. Seu sistema é utilizado em diversos meios com fins de inclusão e levanta pontos interessantes se pensado na ótica do design gráfico. A exposição em questão homenageia Braille e apresenta iniciativas e usos de seu sistema assim como trabalhos artísticos desenvolvidos por deficientes visuais. A temática da inclusão é abordada por diferentes meios propondo o debate social.

O convite de “Na ponta dos dedos” foi selecionado para a Bienal Brasileira de Design 2010, em Curitiba, e ganhou o prêmio Brazil Design Awards (STUDIO ABRACADABRA, 2010). A autoria é do Studio Abracadabra, com sede em Fortaleza, CE. No portfólio da empresa encontram-se outros projetos relacionados à temática social, cultural e regional, projetos culturais e empresariais voltados para atuação no estado e projetos voltados para reciclagem.

Ao olhar o projeto pelo sistema de funções proposto por Ono (2006), tem-se uma interessante sincronia. Pelas funções de uso, a peça informa sobre a exposição e convida para a visita. Na função simbólica, é resgatado o universo pictórico do sistema braille por meio dos pontos que constituem a imagem e a tipografia. Simbolicamente o desatar do nó dialoga com a condição da acessibilidade. As duas funções combinam-se ao explorar o formato e suas necessidade prática e subjetiva com meio de produção que vai além da informação impressa e tem seu mérito na metáfora visual criada pela faixa que mantém o convite fechado e permite acessar seu conteúdo.

Em Löbach (2001), as funções práticas vêm a satisfazer o bem estar fisiológico, que pode ser entendido com a fácil apreensão da mensagem, boa leitura e identificação das informações. A função estética traz o diálogo pictórico e simbolicamente aborda o desatar dos nós que barram o acesso. De forma similar a função formal-estética de Bürdek (2006) relaciona a configuração com as referências visuais. Sua função indicativa sugere o desatar do nó para abrir o convite, que interage o mecanismo de uso com o formal-estético de forma a criar uma mensagem simbólica.

O entendimento por meio destes dois autores se aproxima baseando-se na relação do uso pragmático com sua aplicação estética, ambos direcionado para o tema da exposição. Neste caso o sistema de Ono (2006) torna-se mais interessante, sem descartar as funções de uso, práticas, iniciais ao projeto, elas são associadas à natureza estética e simbólica criando uma mensagem que reforça sua intenção inicial, alia a reflexão ao fato de simplesmente informar. Seu terceiro eixo, a função técnica alia os outros dois na forma de execução, de produção, neste caso o uso dos furos e tarja, onde seu propósito é inerente às outras duas funções.

É possível resgatar a função epistêmica, de Ramalho e Oliveira (2005), no sentido de construir e abrir portas para o conhecimento. Em relação às questões de acesso e inclusão, podem se listar a função política ao incentivar posturas para a sociedade, assim como informativa, por informar sobre a exposição e sobre a questão ampla que ela trata.

Redig (2009) lembra das funções cultural e social, que aqui se aplicam ao tratar da produção artística e inclusão social das pessoas com deficiências visuais. A poética manifesta-se pelo modo como o tema é relacionado, no seu formato, o descobrir e construir tátil, através do gesto, tendo layout visual em sintonia com seu propósito.

Para explorar a poética é necessário pensar a articulação da mensagem. O uso de tecnologia digital contribui mais para a agilidade e praticidade de execução do que a dependência para o seu resultado. Tanto o efeito reticulado na imagem como a composição do texto poderiam ser feitos por vias analógicas, com maior dependência de tempo e fornecedores, porém.

A retórica tipográfica não tem função principal na comunicação, mas se torna parte integrante ao resgatar a referência visual do sistema braille, usando tipos compostos por pequenos pontos.

O tom narrativo não apenas informa, mas propõe diálogos a partir do uso e da leitura da peça. Seu posicionamento faz transparecer a ideia de co-autoria ao sugerir que, através de ações de diferentes atores sociais, é possível incluir e permitir o acesso a pessoas com diferentes necessidades. Não se trata de um discurso impositivo ou moralista no sentido exigir o posicionamento ou apontar soluções e obrigações, mas é sutil ao suscitar o debate, não de forma gratuita, mas a direcionar para discussão mais ampla e pontual que a exposição propõe.

A configuração tira partido de diferentes estímulos sensoriais. Primeiramente, trata-se de uma peça física, tátil, que implica a ação gestual para seu uso, para desatar o nó. Os signos impressos são de natureza visual e abordam o sentido de forma semântica, com a tarja que é removida dos olhos da personagem. O título da mostra trata do diálogo entre estes dois sentidos que podem permitir a leitura.

A deficiência visual relaciona-se com a abordagem gráfica ao distorcer a imagem fotorrealística, deixando-a menos nítida. Traçando um paralelo com as narrativas do design na pós-modernidade, põe-se em debate a forma individual e pessoal de se enxergar o mundo, enxergar não apenas no sentido visual, mas amplamente no sentido de apreensão, percepção. Ao apresentar a imagem da face, o discurso gráfico direciona-se para o caráter de humanidade, da particularidade de cada indivíduo e suas necessidades. Não se trata de um rosto em particular, de uma celebridade, por exemplo, e sim de um anônimo, uma pessoa comum. Nesse sentido, a pessoa estampada e o discurso a ela associado não se refere apenas à modelo fotográfica, mas a todo o grupo que sua imagem representa.

Sobre os sentidos pode-se falar em operações inter-semióticas ou híbridas – ao se falar de pessoas com deficiências visuais o uso de mecanismos táteis torna-se uma caminho oportuno. Apesar de a comunicação ser prioritariamente direcionada para videntes, há impressões em braile e o desatar do nó não depende exclusivamente na capacidade de ver. Leminski (1997, p. 18) levanta o diálogo entre linguagens como momento de criação poética, indica o caminho da produção de “híbridos de qualidade nova” a partir códigos, recursos e meios que se interpenetram. Tal caminho pode ser exemplificado com este projeto, onde o código visual, associado ao código lingüístico, combina-se com a linguagem física do formato e o uso.

Ao declaradamente tirar partido de formas táteis, o caráter icônico relativo a poética, opera de maneira diferente de como foi abordada em outras análises. Aqui

a forma de comunicação, o sistema braile, já funciona de forma volumétrica e o conteúdo impresso o referencia. Retirar a tarja preta, permitir a visão à personagem, é o mecanismo primeiro e principal em que o projeto se baseia. A impressão da personagem adquire dimensões táteis ao interagir com a tarja, o abrir do convite interfere diretamente no layout visual. Quando o convite está fechado, a moça possui uma tarja sobre olhos, impossibilitando que veja, ou tenha acesso a uma série de informações. Ao abrir o convite – e permitir o acesso do usuário ao seu conteúdo – o layout muda para um rosto comum, sem interferências e aberta para apreensão do mundo.

Se tomado em sua segunda posição, descartando seu estado inicial, a comunicação não tem tanta força. A transição faz mais sentido pela alteração depender da ação ou intervenção do usuário, levando à reflexão sobre função ou posição no processo de inclusão social.

A mensagem, assim como no poema, é aberta. Indica claramente o caminho e o assunto, seu campo de informação e sugere a possibilidade de intervenção sobre uma situação. Contudo, a leitura que se constrói no usuário pode remeter a diferentes ações pontuais, situações palpáveis e específicas, evocadas pela ação simbólica do convite. A reflexão é encaminhada sobre os atores sociais responsáveis pela inclusão e a situação dos que não tem acesso. Como ler a informação do convite, ou mesmo saber do que se trata com a venda dos olhos? Com a fonte de informação lacrada, como acessá-la?

Considerando a mensagem que é realizada no receptor, pode-se supor diferentes caminhos perceptivos. O usuário que dispõe da visão lerá as informações escritas após desatar o nó e liberar a visão. O contexto leva a pensar na recepção de um usuário com deficiência visual: o desatar do nó permitirá o acesso à informação interna grafada em braille. A metáfora elaborada com a posição da faixa não será apreendida, o que sugere o direcionamento do projeto para pessoas videntes, sua reflexão sobre o grupo de pessoas que, diferentes delas, percebem o mundo sem o uso da visão. O design gráfico que se baseia principalmente em aspectos visuais também pode ser pensado para usuários que não dispõem deste sentido, o que indica caminhos para outras pesquisas.

Alguns formatos gráficos, como neste caso o folder, trazem implicações como a dobra, já no livro, por exemplo, tem-se a sucessão de páginas. Este projeto levanta a construção de mecanismos de comunicação e poética apoiados não

somente no layout ou signos visuais impressos ou marcados sobre seu suporte. O uso, seu aspecto físico e dimensional também pode estar relacionado no processo de significação.

Se “um poema cria a sua própria gramática” (PIGNATARI, 1987, p. 17), o faz com base na estrutura preexistente da língua. Analogicamente, a gramática do design abarca suas ferramentas específicas – tipografia, cor, formas – e estruturas maiores, como seus formatos. A construção deste convite tira partido de um modelo de produto informativo para criar uma narrativa específica e pertinente, combinando aspectos sintáticos e semânticos. O convite (como qualquer outro formato), como produto de comunicação, pode ter caráter restritamente informativo, assim como articular seu conteúdo e repertório poeticamente. A função poética alinha-se, portanto, menos com o conteúdo implícito e mais com a linguagem, sua organização e apresentação.

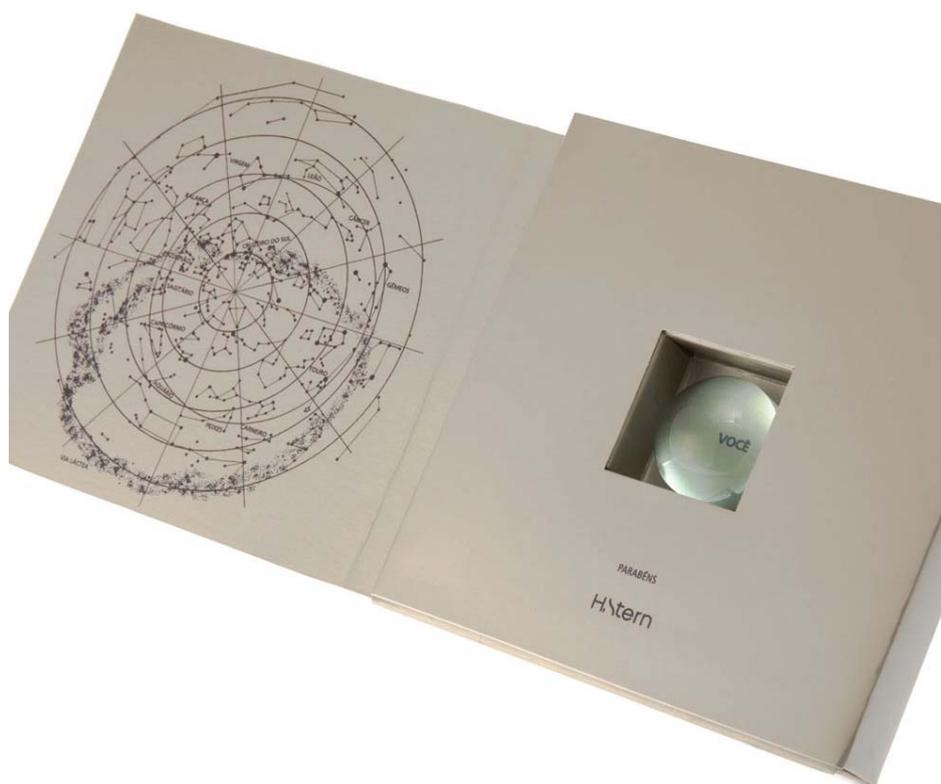
### 5.3 VOCÊ – H. STERN

A peça gráfica, ou objeto gráfico, desta análise materializa-se sob forma de uma caixa (Ilustração 23), de face quadrada, medindo 145 x 145 mm. Na primeira face, com a caixa fechada, se lê a inscrição “Nestes 365 dias do ano, somente uma estrela brilha mais que todas”. O texto é composto em apenas uma linha, contínua, com uma fonte tipográfica bastão inteiramente em caixa-alta, de corpo pequeno, permitindo a leitura e sem perder o foco da atenção por ser o único elemento, em um tom escuro de azul. A superfície lisa da caixa possui tratamento metalizado, adquirindo a cor prata.

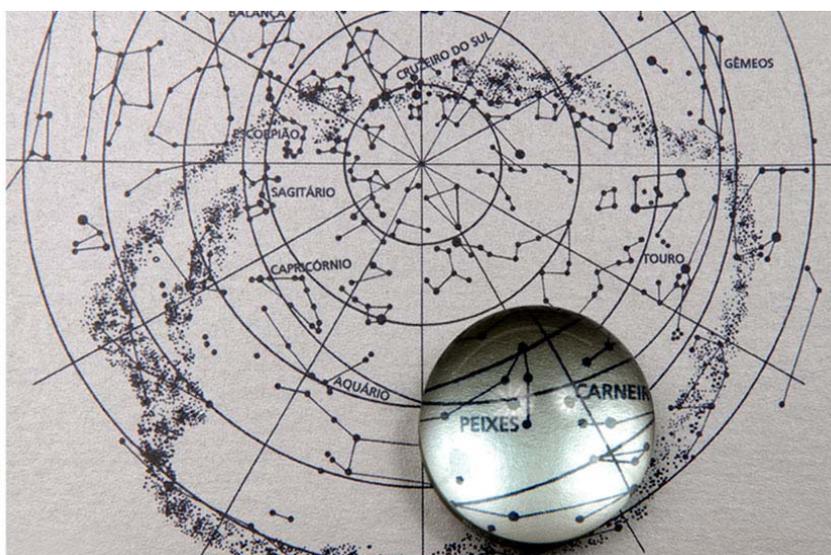


**Ilustração 23 – Você – H. Stern, caixa fechada**  
**Fonte: Rico Lins + Studio (2003).**

Internamente (Ilustração 24), um berço de formato cúbico guarda uma lente de aumento que amplia a palavra “Você”, impressa ao fundo em tamanho minúsculo de 4pt (REIS, 2011). Abaixo do berço se lê “Parabéns” e a assinatura com o logotipo da marca H. Stern. No lado esquerdo, no verso da capa da caixa, há um mapa estelar zodiacal, representando o céu, estrelas e constelações (detalhe da Ilustração 25). As faces internas se mantêm com fundo liso e impressão linear de uma cor, assim como a tipografia segue o mesmo padrão em caixa-alta. O mapa estelar é composto basicamente com pontos e linhas.



**Ilustração 24 – Você – H. Stern, caixa aberta**  
**Fonte: Lins (2010, p. 24).**



**Ilustração 25 – Você – H. Stern, detalhe do mapa estelar**  
**Fonte: Renata Reis (2011).**

A autoria do projeto é do Rico Lins + Studio, tendo na equipe Renata Reis, Marina Siqueira, Marina Oruê e Rico Lins (REIS, 2011). As imagens aqui presentes foram coletadas de diferentes fontes (*website* do Rico Lins + Studio, *website* de Renata Reis e catálogo da obra de Rico Lins), a fim de apresentar os diferentes

pontos de relevância para esta análise. O estúdio é comandado por Rico Lins, designer cuja análise de Joaquim Redig (2009) se refere ao tratar inicialmente da função poética, ponto de partida para esta pesquisa. O designer possui formação e atuação nacional e internacional ampla, experiência em diferentes formatos e linguagens. Em seu trabalho é comum o uso de recortes, citações, técnicas manuais e experimentais; transita entre layouts extremamente densos, profusos e híbridos passando também por conceitos fortes materializados em composições visuais sucintas. Agnaldo Farias, no prefácio dos *Projetos Gráficos Comentados*, aborda o campo do designer:

[...] Rico Lins sempre se pautou pela sobreposição de técnicas e linguagens díspares, da xilogravura e da tipografia mais ortodoxa ao recurso gráfico de última geração; do lambe-lambe à informação processada digitalmente; daquilo que é aplicado com apuro ao que se obtém arrancando. [...]. Um jogo de justaposições entre vozes e ruídos; uma área de tensão em que formas e figuras mantêm-se num equilíbrio precário, crispado, ambíguo, que é, afinal das contas, o responsável por demandar inteligência àquele que se põe a lê-la. (FARIAS, in LINS, 2010, p. 5).

Julgou-se adequado a esta etapa de análise incluir um projeto do designer, pela sua representatividade na linguagem e experimentação no design. O amplo portfolio do designer contempla projetos institucionais, culturais, comerciais, sob diversas formas expressivas e visuais. O projeto selecionado aqui pode não ser um exemplo representativo dos estilos e experimentações visuais, pois em comparação com outros, é visualmente enxuto. Buscou-se, contudo, um exemplo interessante de análise em comparação com os outros trabalhos apresentados. Assim como o cartaz de “Salomé”, o designer possui grande variedade de cartazes e projetos diversos relacionados com o teatro, música e artes em geral. Como o convite “Na Ponta dos Dedos”, também possui trabalhos voltados ao tema inclusão e em função de exposições.

Este projeto, contudo, diferente da grande maioria abordada nas análises anteriores, está voltado para fins estritamente mercadológicos, para relações de fortalecimento de marca e sua relação com os clientes. Se o teor poético no design é praticável e de fácil percepção em projetos que possuem a arte, de forma mais ou menos direta na sua temática – festivais de linguagem, cinema brasileiro, companhia de dança, fotografia, memória cultural ou audiovisual – seria também ao trabalhar em função dos objetivos de uma empresa?

Rico Lins (2010, p. 24) descreve a solicitação da empresa H. Stern para criação de um material comemorativo, a ser enviado para os clientes no dia de seu aniversário: “[...] deveria não apenas celebrar a data, mas conter uma mensagem que reforçasse a percepção da marca como exclusiva, valiosa e durável”. A empresa foi fundada em 1945 pelo alemão Hans Stern, no rio de Janeiro (H. STERN BRASIL, 2011). Ao longo da década de 60, a empresa se consolidou e, progressivamente, conquistou o mercado internacional. A palavra Stern, em alemão, significa “estrela” e o designer comenta que, como símbolo, já havia sido agregado à marca. O projeto foi realizado em 2003 e 2004, em São Paulo.

Antes de investigar a articulação e poética manifestada no projeto, segue-se uma breve associação aos sistemas de funções. Entre os três principais sistemas expostos, talvez o de Bürdek (2006) se torne mais pertinente para esta proposta. As funções formal-estéticas trazem um resultado visual limpo, com elementos precisos, convenientemente aplicados ao objeto incomum. Por não se tratar de um objeto de uso comum, as funções indicativas sugerem o caminho de seu manuseio. A caixa serve como embalagem da lente de aumento, em destaque no seu interior. Na posição de repouso amplia a palavra “você”, sugerindo seu uso para ampliar a informação também pequena na face esquerda. O terceiro eixo de funções, simbólico, evoca os valores interculturais associado ao mapa celeste, objeto de observação em diferentes culturas e momentos históricos e passível de relações diversas.

Tomando o sistema de Ono (2006), as funções de uso referem-se à leitura do produto, o transitar da lente sobre os pequenos escritos. Em sua concepção de função simbólica, o visual elegante e sóbrio traduz os valores e universo da marca, assim como o abordam conceitualmente. A função técnica combina os objetivos e experiência fornecida na configuração, que resulta numa espécie de mistura entre folder e embalagem, combinando o layout impresso com um adereço que interfere na sua leitura.

Em Löbach (2001), a função prática trata do acondicionamento da lente em um berço e a sugestão de seu uso pelo texto em corpo minúsculo. A função estética traz subjetivamente a imagem da marca – simplicidade e elegância voltadas ao mercado de joias. As estrelas resgatam simbolicamente a marca e significados múltiplos.

O sistema de Löbach (2001) se mostra restritivo para este caso; o de Ono (2006) é interessante pela aplicação no formato exclusivo. Já o sistema de Bürdek (2006) parece se adequar mais ao propósito deste projeto, talvez por se tratar de um uso menos prático. Contudo, o projeto precisa ser entendido dentro de seu contexto, o objeto serve mais para fortalecer a relação da empresa com o cliente, mostrar-se presente, do que seu uso em si.

A função comercial – das funções de Ramalho e Oliverira (2005) – da marca é reforçada pela postura de fazer-se presente. Ao oferecer a exploração dos astros como uso, explora-se funções mágicas ou epistêmicas, sem direcionar para uma mensagem específica, mas instigando a curiosidade e o prazer da descoberta. Das funções listadas por Redig (2009), além da estética temos a poética. Constrói-se uma linguagem particular em formato de objeto e interação em uma mensagem aberta.

Percorrendo a mensagem em sua totalidade, é possível separar camadas de informação e traçar uma rota lógica de sua leitura. Há uma linha condutora inicial, textual, que parte da frase “Nestes 365 dias do ano, somente uma estrela brilha mais que todas”, continua no interior com “Você” e conclui com o “Parabéns”, assinado pela marca. Direcionada pela economia de elementos e natureza textual, a mensagem felicita o usuário de modo menos direto, comparando-o com uma estrela, metaforicamente. No segundo momento, tem-se em mãos a lente – percebida por interferir diretamente na mensagem textual – e o mapa estelar, incitando a aproximação dos dois elementos.

O objeto baseia-se em características analógicas, físicas. O suporte para a lente, seu caráter volumétrico e a o mecanismo de leitura exige o gesto e é intermediado por vias táteis. A tecnologia digital pode ter sido usada para configuração do layout, mas não se caracteriza como fator definitivo para sua construção ou leitura.

A legibilidade é abordada de forma particular. Não é difícil encontrar ou mesmo ler a informação textual, contudo ela apenas é possível pelo uso da lente, ferramenta de construção conceitual e de uso prático. Sem ela, não é possível ler os tipos de pequeno corpo, com ela é possível passear pelo emaranhado de estrelas e constelações, olhar mais de perto seus detalhes.

Não se visualiza posicionamento ou postura em relação a determinado assunto, na investigação do caráter de co-autoria do design. Contudo, talvez a

questão tratada – o aniversário do cliente e os valores da marca – não exija tal postura. É com o design, entretanto, que a linguagem e o objeto se configuram. O objeto tem função, leitura e uso particular; a co-autoria se observa em sua natureza. Se a mensagem prévia seria o “parabéns” por parte da empresa, através do design a mensagem é transmitida pelo objeto, na localização de sua informação, forma de leitura, elementos textuais e visuais combinados.

O mapa estelar é visto inicialmente na sua totalidade. A partir do uso da lente o foco de atenção é limitado pela sua moldura e a leitura passeia pela grande quantidade de detalhes. O mecanismo inusitado necessita de outra ferramenta além do olho para ser realizado.

Tecem-se relações de significado com os valores da marca. Ao conceber tal objeto, não é a voz do designer que está a falar como usuário, mas a da marca. Além do visual limpo e elegante – a coloração prata remete às joias –, o artefato propõe um modo diferente de ler suas informações, de se ler o mundo, as estrelas, por analogia. Para se trabalhar com joias e mesmo analisá-las se fazem necessários objetos de ampliação ótica. O detalhamento de joias pode, também analogicamente, ser comparado às informações impressas. As estrelas trazem outras características comparativas, como seu brilho, misticismo, encantamento, fascínio, semelhante ao que as joias se propõe a ser.

O mapa zodiacal resgata o signo atribuído às pessoas pelo dia de seu nascimento. Pela astrologia, diz-se que a posição dos astros influencia no modo de ser e mesmo prevê predisposições futuras. A observação do céu estrelado também é base para investigação do universo, localização espacial e contagem do tempo. A carta celeste inserida no produto projeta significados na direção dos dois temas – a marca de joia e o aniversário. O caminho significativo será construído pelo leitor, e sua bagagem pessoal e cultural conduzirá a comunicação.

A mensagem se configura assim de forma ampla e aberta, aproximando-se do modelo comunicativo poético. É contextualizada a relação da marca, seus produtos, o aniversário do cliente, sendo oferecido um amplo campo significativo a ser desvendado de forma ativa pelo leitor. O diálogo se instaura ao não se compor uma mensagem finita.

Não tendo caráter exclusivamente informativo, a peça pode ser guardada e resgatada em diferentes momentos. Extrapolando sua condição inicial, o curioso uso da lente – objeto tecnologicamente singular, mas envolvente – instiga o uso sobre

outros suportes, olhar para detalhes de outros objetos, impressos ou não. Ao oferecer um objeto que pode ser usado em diferentes situações e inusitado, o artefato convida a uma leitura descompromissada e uma pausa para divagação. A marca intenta, assim, cultivar sua pregnância e presença na vida dos clientes.

A escala do texto revela seu caráter físico. O recurso cria um mecanismo híbrido, a combinação da informação com seu caráter pictográfico. Como na poesia, a informação e sua codificação resgatam seu caráter icônico, e assim, relações de significado. A complexidade e a beleza são compostas nos seus fragmentos, nos detalhes. O dimensionamento é convite para leitura; não havendo lente e o mapa estando em tamanho legível, provavelmente sua leitura seria menos cativante.

A apreensão do sentido global, o dito Interpretante Lógico, parte do uso e visualização inicial da peça e caminha em direção das relações subjetivas que relacionam os componentes com a marca e o aniversário. Através da leitura, ou uso – considerando que aqui a leitura é o próprio uso do objeto – torna-se perceptível o caminho da construção. Percebe-se a intencionalidade de reduzir a dimensão física da informação ao oferecer uma lente de aumento para acessá-la. Para além da gratuidade, percebe-se que estes mecanismos são coerentemente construídos para comunicar.

Este raciocínio alinha-se com o caráter poético ao criar lógica própria. A lógica linear, de começo, meio e fim, indicaria uma mensagem de felicitação pelo aniversário, assinada pela marca dentro de sua identidade visual corporativa. Extrapolando essa ideia, a peça oferece espaço significativo, com ordem direcionada não rigidamente definida, entretanto. O conteúdo particular é associado à forma de olhar particular, que pode ser levada pelo usuário para outros objetos.

Resgatando Pignatari (1987), a poesia diz coisas imprecisas de modo preciso. Se os elementos estão fixados e contextualizados, sua forma e interpretação variam, atraem-se analogicamente para diferentes direções. Ao apresentar tal organização sintagmática, este design aborda temas precisos, mas os superpõe e propõe leituras, combinações, convida a associações e reflexão; um convite à descoberta. A mensagem é sugestiva no primeiro momento, citando a duração do ano; o esclarecimento vem com o “parabéns” interno, em aparato pouco comum. Considerando as comuns mensagens de aniversário em comparação ao texto “interativo”, pode-se dizer que o leitor tem seu repertório desautomatizado.

Pertinente ao tema, funciona como uma surpresa de aniversário, uma caixa de presente.

A comunicação poética projeta-se sobre a mensagem, cria linguagem. Percebe-se por esta análise o processo de criação, baseada no seu conteúdo. O mérito poético do projeto está em mediar o trânsito interpretativo pelos seus signos. Chalhub (1984) atenta que, mesmo não sendo a informação puramente nova, a criação reside na sua combinação, o modo com que a comunicação se articula:

A verdade da arte literária é reveladora: rastreia o sentido das coisas, apresentando-as como se tudo fosse novo, porque nova é a forma de combinar as palavras. Suas definições não são limitadoras, nem únicas: a ambigüidade de que se reveste o signo instiga e provoca inúmeros modos de tentativas de apreensão do real. (CHALHUB, 1984, p.9).

Como uma frase de sentidos variáveis ou palavras que se combinam sugerindo paradigmas variados, o contexto do mapa estelar se torna um ponto de encontro entre temáticas. O uso sugestivo da lente de aumento aproxima física e intelectualmente o leitor do objeto impresso, estimulando por meio do tato e do gesto a percepção pela visão. A percepção pelos sentidos é o caminho para o sentimento. Retomando Pignatari (1987, p. 17): “Mesmo quando parece estar veiculando ideias, ele [o poema] está transmitindo a qualidade dessa ideia. Uma ideia para ser sentida e não apenas entendida, explicada, descascada”.

#### 5.4 CONSIDERAÇÕES

Eles lá no bem-bom da análise, enquanto a gente aqui nas agruras das sínteses... Aqui dentro, duas obsessões me perseguem (que eu saiba): a fixação doentia na ideia de inovação e a (não menos doentia) angústia quanto à comunicação, como se percebe logo, duas tendências irreconciliáveis. (LEMINSKI, 1997, p. 13).

Paulo Leminski no papel não só de poeta, mas também de pensador da poesia, confessa invejar os que tomaram o caminho da crítica e teoria. Com o bom humor que lhe é característico, o autor levanta sua necessidade pessoal de reflexão sobre a atividade. Inovação e comunicação, que lista como motivadores de suas atividades, são também buscas recorrentes no design.

Se um texto qualquer traz conteúdo e informação, na poesia a criação reside na forma como se apresenta, o jogo que se cria com elementos que se dispõe: palavras e frases, em semântica e significado por um lado em sintaxe e visualidade de outro. A partir destes, emergem mecanismos investigados e explorados nesta pesquisa – a lógica de organização própria, a mensagem aberta, a forma como significado. Diferente de narrativas diretas, os modelos poéticos pegam seus leitores de surpresa e apresentam um panorama a ser decifrado e completado, desautomatiza seu repertório, cria modelos de sensibilidade, veicula qualidades de sentimentos. Com a mensagem aberta, a criação é partilhada no ato de leitura.

Da mesma forma que se pensa o texto, pensa-se também o design. Não apenas com palavras, matéria prima da língua, mas com o vasto campo que, além de agregá-las, contempla explicitamente sua forma pictórica na tipografia, e a ampla capacidade expressiva e significativa das imagens, cores, formas, técnicas de representação. Adiciona-se ainda o suporte onde se aplicam, materiais, usos, formatos, interação. Diferentemente de outras formas de arte que tem repertórios que vão além das palavras, o design se insere em contexto comercial e informativo. Estas características não lhe tiram a possibilidade da criação voltar-se para a poeticidade, ao contrário: fazem do design mais um meio de permear a poesia no cotidiano.

As peças apresentadas aqui se distanciam em alguns aspectos. Todas, contudo, almejam a comunicação – a marca que quer ser lembrada, o espetáculo a ser assistido, a exposição a ser visitada. Mais que isso, seus objetos trazem temas e questões particulares, diferenciam-se de outras marcas, exposições e espetáculos. Os projetos de design procuram trazer na linguagem do design semelhanças e analogias ao que cada assunto traz em sua própria linguagem.

Em ambos, percebe-se um complexo sistema, um contexto particular preexistente. De seus universos amplos – as pequenas narrativas –, emergem mensagens para os que neles se interessam. O poético do design se instaura na forma de gerenciar, conduzir, a informação.

Olhar o design através de sistemas de funções variados leva a olhares também variados. Ao aplicar simultaneamente, para leitura, sistemas de diferentes autores, constatou-se que privilegiam diferentes pontos. Seria possível dizer que determinados sistemas de função são mais adequados para certos tipos de projeto. No caso do convite “Na ponta dos dedos”, o sistema de Ono (2006) se torna

interessante por ressaltar os fatores técnicos de produção, pois o convite articula sua mensagem pelo gesto inerente ao uso.

Diferentes níveis de observação podem ser aplicados aos projetos. O sistema de Löbach (2001) e Bürdek (2006) podem levar a entendimentos próximos no cartaz “Salomé”, se apenas analisar seu layout visual. Em nível mais amplo, pode-se considerar o local de sua exposição, agregando a análise do produto – suporte, parede, pedestal, muro, mobiliário urbano – onde está alocado. Nesse sentido, as funções variadas de Redig (2009) e Ramalho e Oliveira (2005) possuem teor sistêmicos. Suas predisposições culturais, sociais, epistêmicas direcionam o olhar para o contexto como a tradição dos cartazes para teatro ou a intenção comercial do kit promocional “Você”.

Os três autores principais propõem conceitos que direcionam a busca da função poética, atentando que pode estar ora concentrada no layout visual, inserida na combinação de elementos estéticos e simbólicos, ora no uso da peça. Em “Você” a função indicativa de Bürdek (2006) sugere como usar o produto, uso este de natureza simbólica onde abriga-se a função poética. No convite de “Na Ponta dos Dedos” a poética depende fundamentalmente da função técnica de Ono (2006), ao mesmo tempo em que amarra-se na função simbólica; ambas orientadas pela função de uso – comunicar a exposição.

Por se tratar de um cartaz, “Salomé” conta apenas com a tinta sobre o papel para cumprir suas funções. Somente informar a peça – função prática – tornaria o projeto ineficiente, foram exploradas de forma poética as funções estéticas e simbólicas.

A manifestação da função poética encontra-se na articulação da mensagem, mas as triangulações que insistentemente foram apresentadas aqui não permitem que o olhar detenha-se na mensagem impressa. Através delas, percebe-se quão complexo é o sistema que um produto de design se insere; mais que isso: surpreende ao compreender como um produto pode dedicar-se a variados aspectos simultaneamente. As várias dimensões (estética, simbólica, prática, técnica, uso...) do projeto abrem caminhos para a construção de mensagens – a mensagem construída do desatar do nó, por exemplo. Ao criá-las, pode-se manipulá-las, e ao fazer isso conscientemente, está a revelar a função poética no design.

A postura privilegiada aqui parte do pressuposto de tratar o design gráfico como comunicação, sua atividade sendo a articulação de mensagens visuais. Ao

combinar os sistemas de funções, seria possível propor um modelo de funções em que o objetivo maior é comunicar. O contexto de projeto indica (ou investiga) o que comunicar e para quem. Da necessidade de comunicar (função prática) projeta-se a mensagem segundo seu uso (leitura, função indicativa e de uso), seus elementos visuais (estéticos, simbólicos, formais) e sua configuração material (função técnica, produtiva). Todas as funções interconectam-se, contudo, orientadas para a construção da mensagem – o uso de determinado material também é informação visual, por exemplo. Ao privilegiar a comunicação e evidenciar a mensagem (a ser criada, manipulada, inventada), a manifestação poética torna-se favorecida.

O grande objetivo de sistemas de funções é manter sob controle as necessidades e prioridades do objeto. Qualquer que seja o sistema adotado para projetar ou para ler um objeto, sua intenção é conduzir o olhar para os diferentes aspectos que ele contempla simultaneamente.

Löblich (2001) mostra que um produto, ao ser inserido em seu sistema, privilegia uma ou outra função, sendo o estético, o simbólico e prático mais ou menos privilegiados; levanta exemplos onde um dos eixos praticamente não existe. Se Löblich (2001), Bürdek (2006) e Ono (2006) descrevem sistemas mais gerais, Redig (2009) e Ramanho e Oliveira (2005) apontam para questões correlatas, pontos variados que podem destacar-se ou desaparecer. Abarcando ambas as proposições, uma determinada função pode existir em maior ou menor grau. Não necessariamente um projeto possuirá uma função prática, ou estética, ou comercial, ou epistêmica ou mesmo poética. Mas essas são possibilidades.

Restringir-se a um modelo de funções ao projetar, contudo, pode se revelar como restritivo. Na prática do design, na rotina de criação, as funções de cada projeto podem surgir de um *briefing*, ou mesmo serem inseridas no meio do processo. Atentar para as dimensões que um projeto pode alcançar, contudo, pode ser promissor. Cabe ao designer manter-se atento e, na postura de co-autor, tornar-se consciente das proposições e diálogos que intenta levar aos usuários de seus projetos:

A pluralidade da experiência humana encontra-se seriamente ameaçada pelo denominador comum da comunicação de massa. Por isso, designers preocupados com o domínio mercadológico da expressão devem, antes de tudo, permitir-se um espaço de manobra suficiente para uma **atitude**

**dissidente** perante a determinação normativa da cultura midiática. (JAN VAN TOORN<sup>2</sup>, apud LUPTON e PHILLIPS, 2008, p. 130, grifo do autor).

Os contextos variados e paralelos que a atualidade sugere implicam a busca constante de formas comunicativas. Mudam-se posturas, mudam-se as pessoas e, portanto, mudam-se as mensagens. O ponto de interesse aqui não diz respeito tanto a qual é a mensagem, mas como é – a função poética que se projeta sobre a mensagem. Se em outro momento a grande narrativa do design visava um modelo universal para comunicação ampla, agora as respostas se constroem no decorrer do caminho, ao passo que narrativas estão em constante mutação.

Enquanto Sagmeister “empreende uma cruzada que visa levar ideias não testadas para o mundo real” (HELLER, 2009, p. 367), levanta-se aqui a possibilidade da função poética ser, no design, uma narrativa ampla, nada limitadora. Não há regras, padrões ou modos específicos de aplicação, apenas características gerais que podem combinar-se livremente com diferentes propostas e posicionamentos. O tema e a visão do autor, no poema, podem gerar uma infinidade de alternativas de linguagens. Se as palavras não são novas, nova é a forma de combiná-las (CHALHUB, 1984).

---

<sup>2</sup> Sem referência à publicação original.

## 6 SÍNTESE VISUAL

As Ilustrações 26 a 34 são de autoria própria, resgatam e complementam as discussões até aqui realizadas.

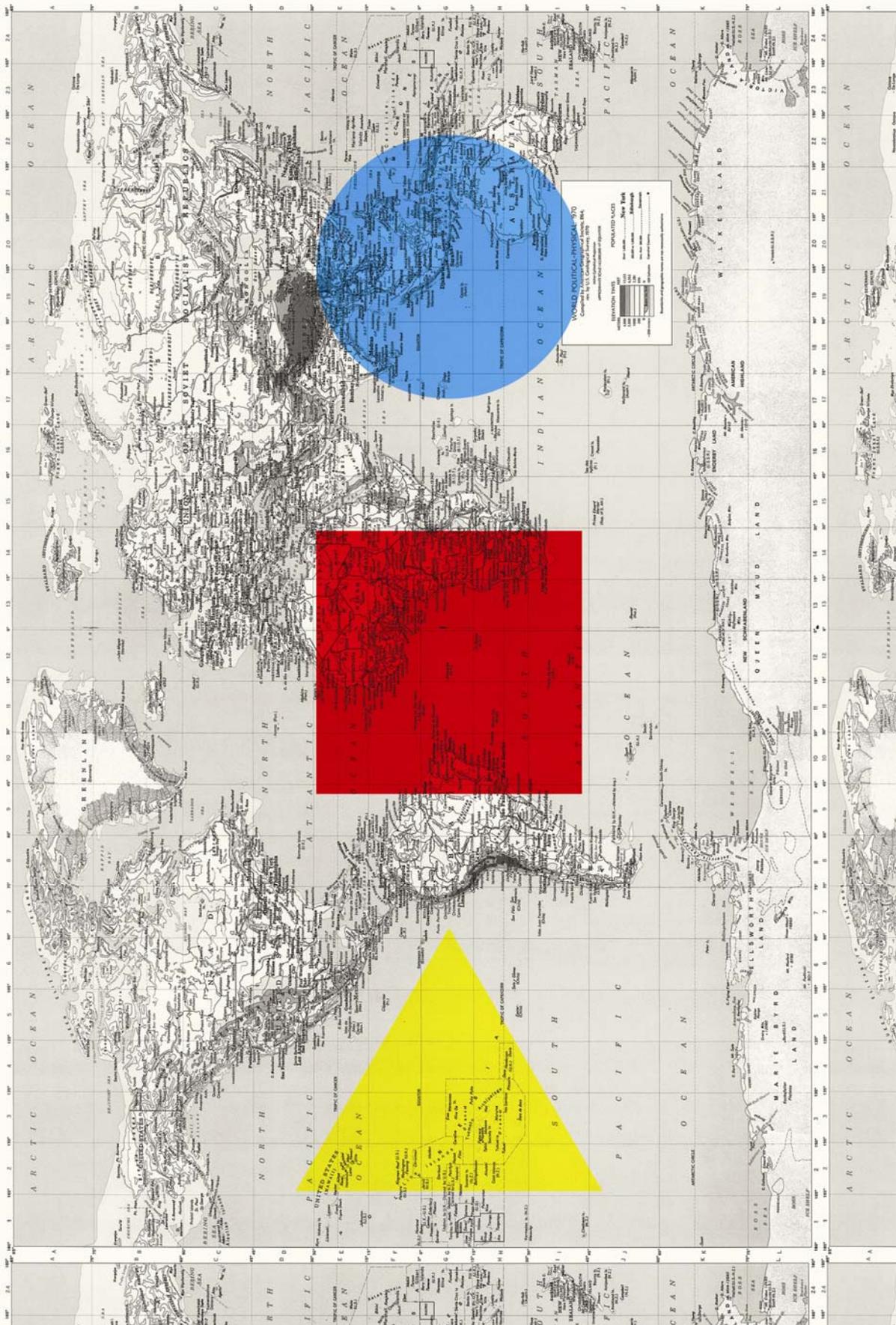


Ilustração 26 – ○□△  
Fonte: autoria própria.



Ilustração 27 – A pós  
Fonte: autoria própria.

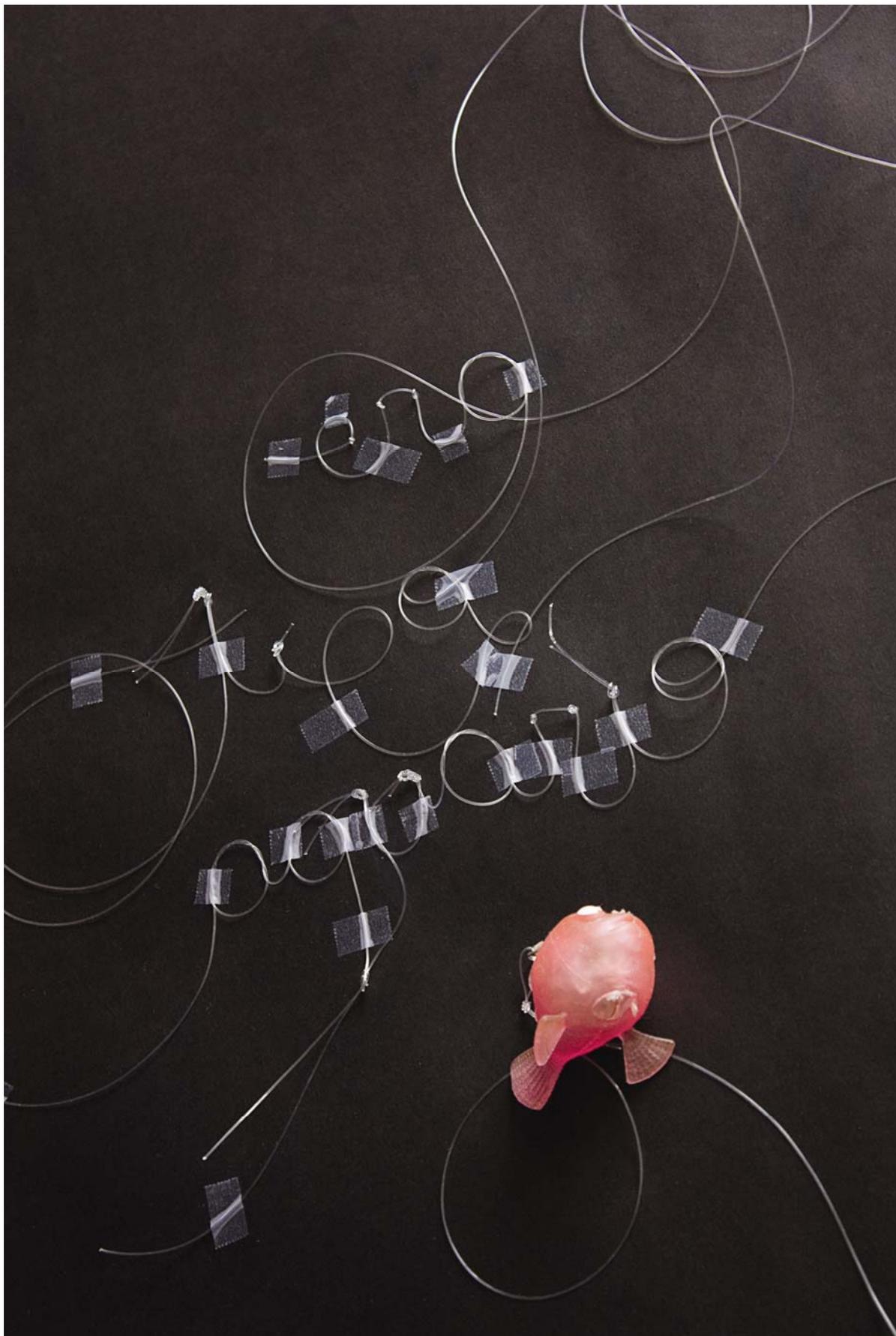


Ilustração 28 – Era tipo aquário  
Fonte: autoria própria.

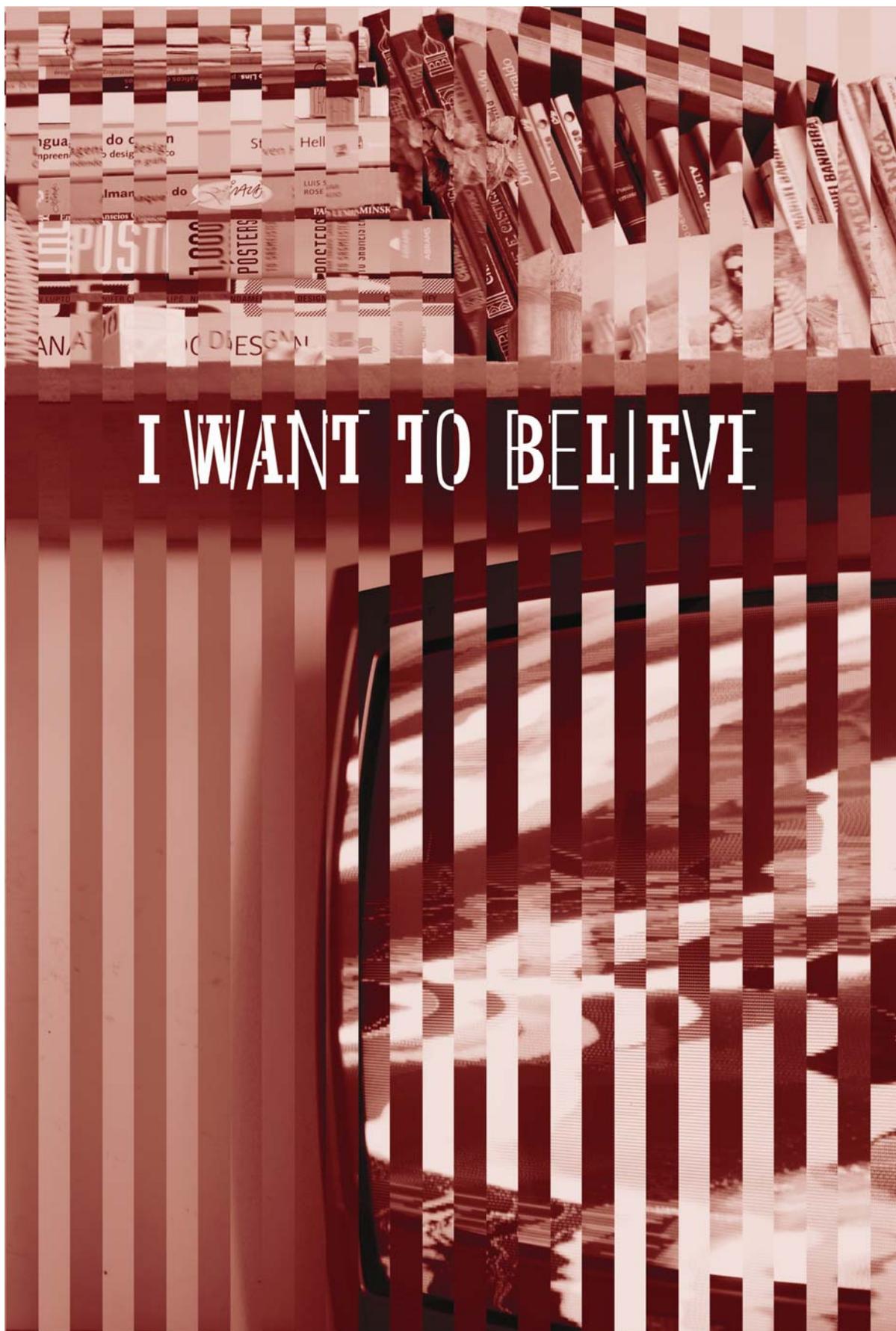


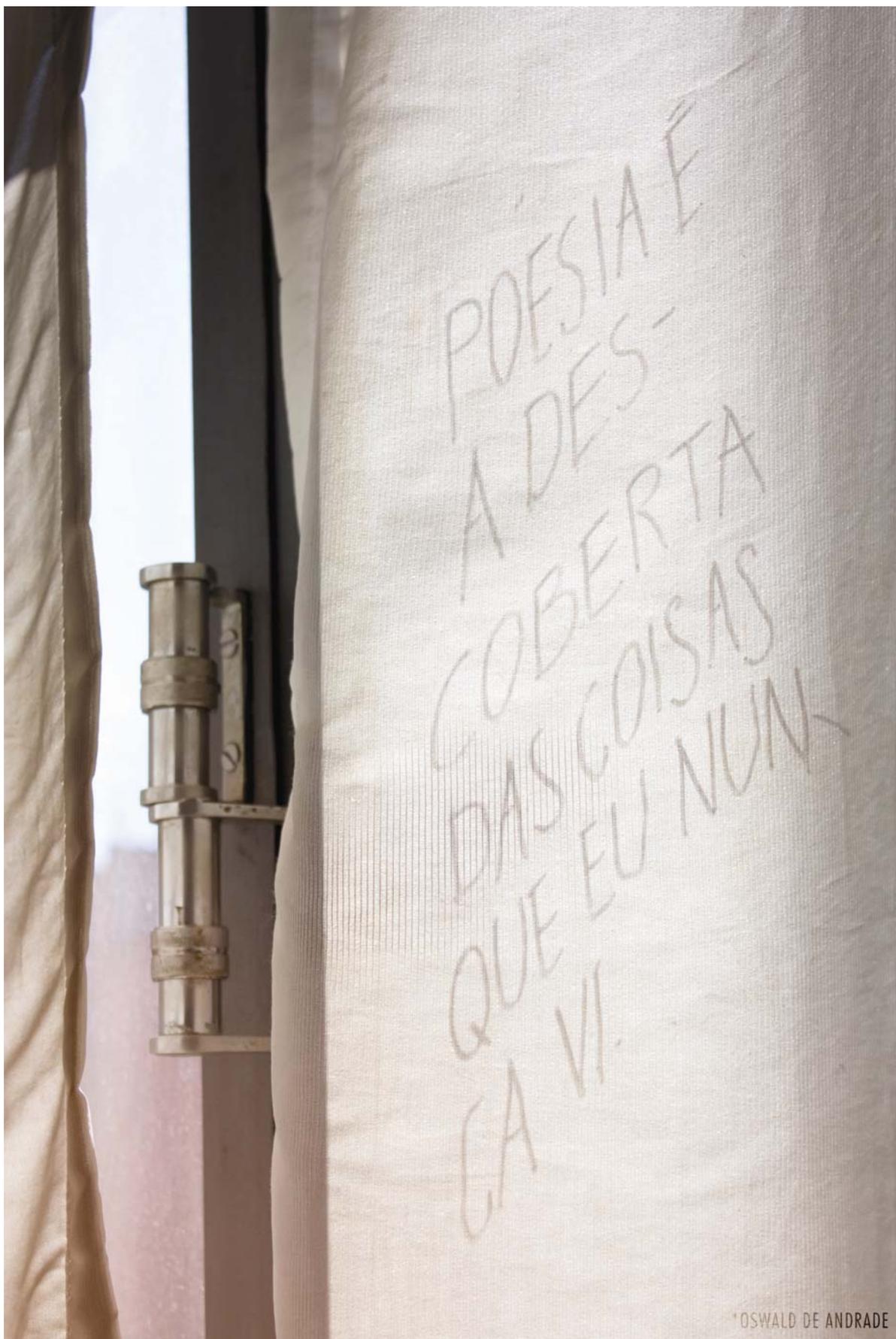
Ilustração 29 – I want to believe  
Fonte: autoria própria.



**Ilustração 30 – Em função das funções**  
 Fonte: autoria própria.



Ilustração 31 – No meio da mensagem  
Fonte: autoria própria.



**Ilustração 32 – Descoberta**  
**Fonte: autoria própria.**

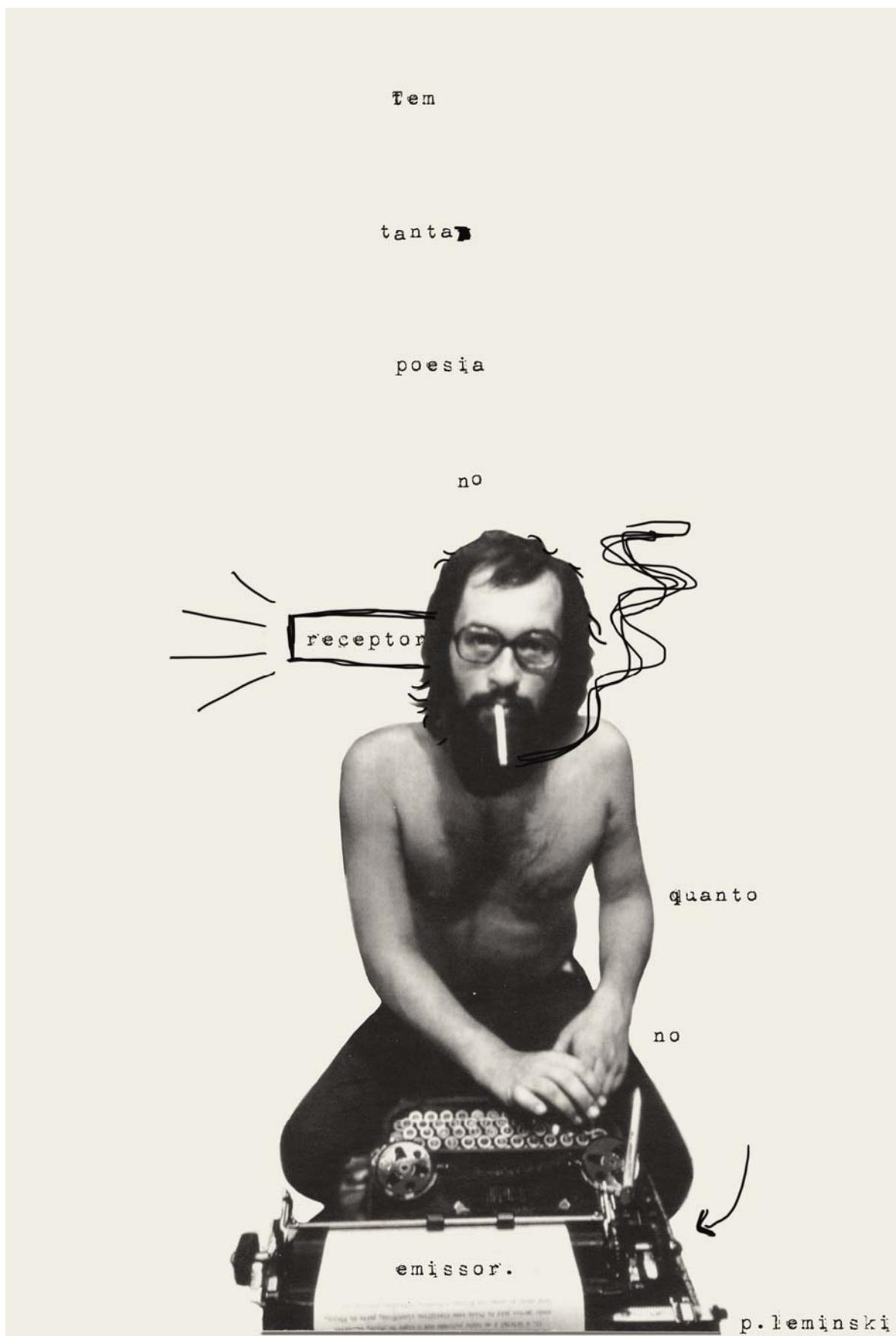


Ilustração 33 – Type writer  
Fonte: autoria própria.

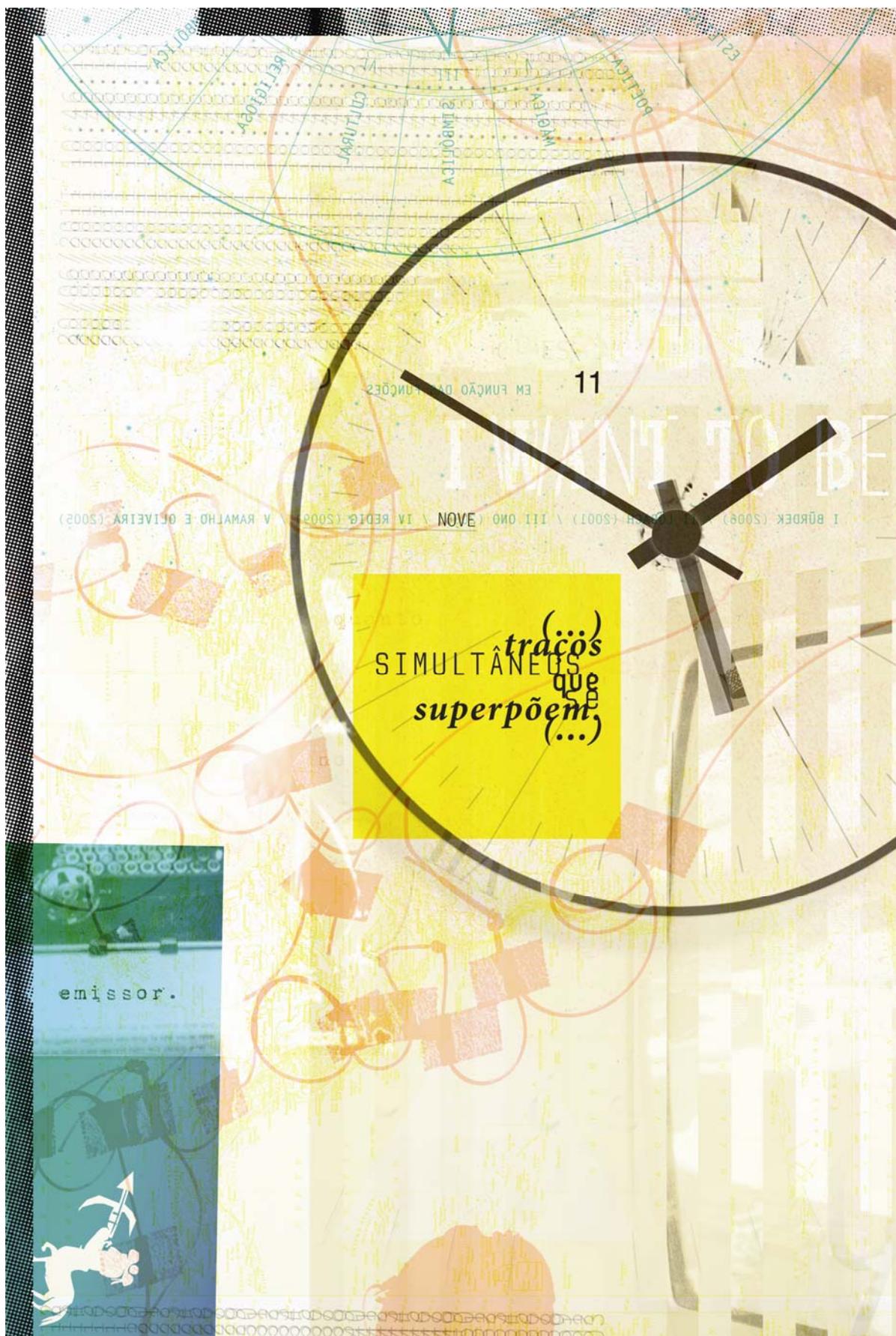


Ilustração 34 – Número nove  
Fonte: autoria própria.

## 7 CONCLUSÃO

O design começa como profissão, do ponto de vista institucional, dentro do contexto modernista. É nesse período que surgem as primeiras escolas, formam-se profissionais e nascem as teorias e posturas que visam nortear a atividade. Proveniente de um momento histórico de autodenominação o design se cria. O contexto econômico e produtivo, a expansão de empresas multinacionais o sentimento de igualdade levaram a busca por criações de sistemas de comunicação supostamente universais. Rigorosos, normativos, sintéticos são as características comumente atribuídas a projetos da época. Há, contudo, ressalvas, se a ideia principal era unificada as manifestações individuais de designers abriram espaço para “visões pessoais” no modernismo. A crítica reside na crença que possa haver uma linguagem universal, capaz de comunicar-se com todos, fazer-se entender e resolver assim todos os problemas de comunicação. E mais: uma fórmula de comunicação capaz de resistir ao tempo e espaço.

Se o design é produto de seu momento cultural e do pensamento dessa época, na pós-modernidade (época plural em definição e narrativas) evidenciam-se as diferenças e a individualidade das pessoas. O design permite-se experimentar, recusando o princípio de onipresença e assumindo caráter, de certa forma, local. Abre-se margem para pensar em formas de se articular mensagens, construir mensagens, não há fórmulas pré-definidas. Em vasta quantidade de possibilidades pensa-se em ter o design na poética uma possibilidade de articular-se.

Falar em uma função poética do design gráfico abre caminhos para diferentes entendimentos. Primeiramente a função pode ser entendida como uma forma de olhar, como uma ferramenta de análise, como aplicada neste projeto; investiga-se um objeto segundo diferentes aspectos, destrinchando sua totalidade para diferentes fins. De outra maneira, tem-se nas funções uma ferramenta de projeto. Neste caso adotar um sistema como absoluto capaz de abarcar um sem fim de situações torna-se imediatamente inadequado, uma vez que considera-se a constante mutação em situações, ferramentas, formas de pensamento, pessoas e da própria cultura.

A função poderia ser entendida como critério que o projeto deve cumprir. Nesse caso, falar em função poética seria falar em necessidade de poesia. De certa forma, faz sentido, ao passo que consome-se arte, cinema, literatura, atividades e

momentos cotidianos são vivenciados repletos de sentimentos e reflexão. Se assim for, caberia, contudo ao designer identificar o momento ou situação que carece de tal necessidade. No design, essa função não seria primária, mas sim associada as demais.

Por outro viés, talvez o mais interessante, seja pensar na função poética não como necessidade, mas como proposição. Uma possibilidade que o designer se dispõe ao elaborar mensagens. Mais importante que sua definição, contudo, é o valor que agrega ao design: a possibilidade de novas combinações, o pensar consciente e intencional sobre o projeto, a aproximação com o leitor, o questionamento de pressupostos, a valorização do caráter humano, o estímulo sensível, a aceitação da beleza e satisfação independente de sua razão prática.

Se design é produto de contextos históricos, a produção de poesia também é. Seu histórico percorre diferentes posturas, movimentos, intenções. A construção de poemas, entretanto, guia-se por mecanismos construtivos que o diferem de outros textos. Como a própria poesia se reinventa, não há regras de como manipular o caráter poético no design, não há um conjunto de regras, apenas características gerais que conferem um sem fim de possibilidades.

As características levantadas como próprias do fazer poético indicam um caminho que passa pela manipulação consciente da mensagem e íntima relação com o leitor. A liberdade de arranjo não garante, contudo a assertividade da poética. De outro lado, mesmo sem intenção, pode-se produzir uma mensagem de teor poético. Como observado nas análises, muitos fatores recorrentes do design se aproximam com o fazer da poesia – fatores palpáveis dos signos, a criação de mensagens híbridas, o desautomatizar da leitura, a aproximação de significado por meio da aproximação formal.

Papanek – cujas palavras são trazidas por Lupton e Phillips (2008, p. 115) – define o design como “esforço consciente de impor uma ordem significativa”. Nessa concepção, e não somente nela, o fazer da poesia e do design dialogam. A atitude que o fazer poético envolve (independente da definição de função) na práxis do design mostra-se promissora. Incentiva a inventividade, a criação, repensa as relações de leitura, exalta a natureza sensível e imaginativa e propõe o diálogo. Ao fazê-lo, o centro do projeto de design torna-se o usuário, as pessoas, envoltas em relações sociais e culturais. Torna-se propícia também na medida em que elabora a

mensagem de forma global, integrando-se elementos físicos, visuais, mecanismos de uso, quesitos práticos e de produção.

O desenvolvimento deste trabalho permitiu a consulta de diferentes áreas de conhecimento, aprofundamento na história e reflexão sobre o design assim como aumento do repertório, tomando conhecimento de designers e seus projetos. Possibilitou reflexão sobre o fazer do design, em como fazê-lo e porque fazê-lo. Bagagem esta que poderá ser aplicada de projetos futuros. Abre-se margem, com esta pesquisa, a continuidade para pesquisas futuras, sobre poética, sobre as funções do design, sobre caminhos e narrativas em um contexto plural e inconstante. Fica o incentivo ao pensar o design através da associação com outras disciplinas, como nesse caso a poética.

A pesquisa contribui para a reflexão do design, e atenta para posturas e ótica aplicadas a projetos nacionais contemporâneos. Levanta projetos que vem sendo desenvolvidos e uma possível linha de entendimento.

Pensar na articulação de mensagens visuais em diferentes formatos de projetos leva a entender uma noção global de design. Formular uma mensagem para um cartaz pode não ser tão distante de fazê-lo para uma revista. Cada formato, por certo, possui suas peculiaridades, mas, de fato, cada projeto possui suas particularidades; projetar uma revista não implica que todas as revistas tenham as mesmas necessidades.

Esta discussão pode se estender para as peças produzidas para a “Síntese visual”. Originalmente foram pensadas como cartazes, pela facilidade de apresentação: apenas uma imagem, plana, não precisa ser folheada ou manuseada, pode ser apresentada fisicamente sobre suporte impresso ou virtualmente. O que define um cartaz, contudo? A mensagem direta, suas dimensões, a exposição pública, o formato? Impressas no corpo do trabalho funcionam como ilustrações, da mesma forma que funcionariam em livro ou revista. Impressas como fotografias em pequenas dimensões são como cartões postais, imagens ilustrativas para serem guardadas, talvez usadas como marcadores de páginas. A fronteira entre formatos se torna volúvel. A mesma articulação aplicada às peças poderia ser aplicada a capas de livros, anúncios publicitários, identidade visuais, etc. Por certo, contudo, que o meio como se apresentam também se torna mensagem.

Em questão de desenvolvimento, o fazer prático possibilitou a aplicação de uma série de conceitos apreendidos no decorrer do trabalho, tornando-se muito

propício executar ideias de articulação de mensagens visuais ao passo que elas são o tema do trabalho. Convenientemente a temática escolhida para as peças é o conteúdo do próprio trabalho: modernidade, pós-modernidade, comunicação, funções do design, poesia. Buscou-se evidenciar diferentes técnicas e mecanismos por meio da série e adicionar às fases de levantamento de conceitos e de análises, uma seção pouco convencional, mas coerente com o tema. As ideias contidas no trabalho possuem também outro meio de serem compartilhadas.

O desenvolvimento do trabalho contribuiu de forma significativa para a complementação da formação acadêmica. O aparato do curso envolvido no decorrer do projeto combina o eixo de disciplinas teóricas como Teoria do Design, discussões sobre metodologia em disciplinas de projeto, assim como a conteúdo destinado a projeto referente às disciplinas práticas (referentes a projeto, ilustração, cor, composição). O desenvolvimento conceitual, experimental, o processo de comunicação, a elaboração de mensagens visuais, entretanto, poderiam ser mais exploradas no decorrer do curso. Se as técnicas são múltiplas, os contextos e ferramentas mudam, articular mensagens e comunicar são atividades que tem se mantido presentes no fazer do design ao longo do tempo.

De todo modo, os objetivos apresentados na proposta inicial do projeto foram alcançados através das reflexões, estudos, comparações, análises, leituras e experimentos. A postura reflexiva almejada foi contemplada e seu desenvolvimento propiciou grande aprendizado. Com o final do projeto, debates de áreas variadas foram levantados e diferentes pontos que rodeiam a atividade do design levantados. Novas dúvidas surgem e com elas futuras oportunidade de estudo e reflexão. A questão macro levantada talvez seja: se design é necessário, porque não fazê-lo com poesia? Tal direcionamento não caracteriza um estilo ou ideologia, está mais próximo de uma atitude ou postura, que, de qualquer forma, não tem seu fim com o fim deste projeto.

## REFERÊNCIAS

III BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN. Curadoria geral Adélia Borges. 1. ed. Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.

AUBREY BEARDSLEY ART. Disponível em: <<http://beardsley.artpassions.net>>. Acesso em 14 set. 2011.

A VISÃO de Edson Bueno sobre Salomé e Oscar Wilde. Bem Paraná - o portal paranaense, Curitiba, 29 jan. 2007. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br>>. Acesso em: 31 ago. 2011.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design**: história, teoria e prática do design de produtos. Tradução: Freddy Van Camp. 1. ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 3.ed. rev. Ampliada. São Paulo: Blücher, 2008.

CHALHUB, Samira. **A meta-linguagem**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1984.

CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. 11. ed. São Paulo: Ática, 2003.

COELHO NETTO, J. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

CONSOLO, Cecília (Org.). **Anatomia do design**: uma análise do design gráfico brasileiro. São Paulo: Blücher, 2009.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico**: do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A imagem da palavra**. Teresópolis: Novas Idéias, 2007.

H. STERN BRASIL. **Uma estrela internacional**. Disponível em: <<http://www.hstern.com.br/site/historia/default.asp>>. Acesso em: 14 set. 2011.

HELLER, Steven. **Linguagens do design**: compreendendo o design gráfico. Tradução: Juliana Saad. 2. ed. rev. ajustada. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. Tradução: Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 15. ed. São Paulo: Cultrix, 1999.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução: Marina Appenzeller. 10. ed. Campinas: Papirus, 2006.

KAFKA sob o crivo de Edson Bueno. Bem Paraná - o portal paranaense, Curitiba, 10 jun. 2009. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br>>. Acesso em: 28 nov. 2011.

KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

LEMINSKI, Paulo. **Ensaios e anseios críticos**. Introdução e organização: Alice Ruiz e Áurea Leminski. Curitiba: Pólo Editorial do Paraná, 1997.

LINS, Rico. **Rico Lins**: projetos gráficos comentados. São Paulo: Solisluna, 2010.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para configuração dos produtos industriais. Tradução: Freddy Van Camp. 1. ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. Tradução: Cristian Borges. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MELO, Chico Homem de (Org.). **Design gráfico brasileiro**: anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MEMORIAL DA CULTURA CEARENSE abre exposição em homenagem a Louis Braille. Secretaria da Cultura: Governo do Estado do Ceará, Ceará. Disponível em: <<http://www.secult.ce.gov.br>>. Acesso em: 08 set. 2011.

MININI, Marcos. **Kafka poster**. Abr. 2010. Disponível em: <<http://www.marcosminini.com>>. Acesso em 14 set. 2011.

MUANIS, Felipe. **Artes**. Disponível em:

<[http://www.felipemuanis.com/Felipe\\_Muanis/arts.html](http://www.felipemuanis.com/Felipe_Muanis/arts.html)>. Acesso em 08. set. 2011.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design e cultura: sintonia essencial**. 1. ed. Curitiba: Aurora, 2006.

PIGNATARI, Décio. **O que é comunicação poética**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

RAMALHO E OLIVEIRA, Sandra. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

REDIG, Joaquim. Rico Lins e o funcionalismo no século XXI. **Revista Agitprop**, ano II, n. 17, fev./mar. 2009. Disponível em: <[http://www.agitprop.com.br/ensaios\\_det.php?codeps=NDR8ZkRkOA==](http://www.agitprop.com.br/ensaios_det.php?codeps=NDR8ZkRkOA==)>. Acesso em: 04 jun. 2011.

REIS, Renata. **H.Stern**: Promotional Kit. Disponível em: <<http://www.rendase.com.br/index.php?/works/hstern>>. Acesso em: 14 set. 2011.

RICO LINS + STUDIO. **Você**: H.Stern. Jul. 2003. Disponível em: <<http://www.ricolins.com/voce>>. Acesso em 14 set. 2011.

RODRIGUES, Jorge Caê. **Anos fatais**: design, música e Tropicalismo. Rio de Janeiro: 2AB, Novas Idéias, 2007.

STRAUB, Ericson; CASTILHO, Marcelo. **Conexões**: como designers conectam experiência, intuição e processo em seus projetos. Curitiba: Infolio, 2010.

STUDIO ABRACADABRA. **Na ponta dos dedos**. 07 jul. 2010. Disponível em <<http://www.studioabracadabra.com>>. Acesso em: 08 set. 2011.

TWEMLOW, Alice. **Para que serve o design gráfico?** Tradução: Maria da Graça Pinhão e Jorge Pinheiro. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 1996.