

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

ISABELA NISHIJIMA

**PRODUZINDO IMAGENS EM DESIGN GRÁFICO: REFLEXÕES
INICIAIS SOBRE A FOTOGRAFIA COMO MEDIAÇÃO DA
INFORMAÇÃO EM CARTAZES**

CURITIBA
2011

ISABELA NISHIJIMA

**PRODUZINDO IMAGENS EM DESIGN GRÁFICO: REFLEXÕES
INICIAIS SOBRE A FOTOGRAFIA COMO MEDIAÇÃO DA
INFORMAÇÃO EM CARTAZES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para 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.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luciana Martha Silveira

CURITIBA
2011

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO Nº 016

**PRODUZINDO IMAGENS EM DESIGN GRÁFICO:
REFLEXÕES INICIAIS SOBRE A FOTOGRAFIA COMO
MEDIÇÃO DA INFORMAÇÃO EM CARTAZES**

por

ISABELA NISHIJIMA

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^a. Marilda Lopes Pinheiro Queluz
DADIN - UTFPR

Prof(a). Esp. Marcos Varassin Arantes
DADIN - UTFPR

Prof(a). Dr^a. Luciana Martha Silveira
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

Este trabalho não teria sido possível sem a ajuda de algumas pessoas, que me deram o apoio indispensável. Primeiramente, gostaria de agradecer à minha orientadora, que em todos os momentos acreditou nas minhas idéias, expandindo onde estava pouco, e recortando o que era demais. Desde o início, a professora Luciana foi a melhor orientadora que eu poderia ter, dando o suporte que eu mais precisava para crescer e fazer o melhor. Sou eternamente feliz por este trabalho que construímos/desconstruímos/colamos e recortamos juntas, e sua imagem enquanto profissional e ser humano é uma inspiração para mim.

Em seguida, mas não menos importante, agradeço à minha família, que esteve presente nos momentos bons e ruins deste processo, sempre de ouvidos atentos às minhas pequenas conquistas e nos momentos difíceis. Em especial, agradeço a meu avô, que foi e é o meu incentivo para me tornar sempre uma pessoa melhor. Certamente ele me acompanhou por esta trilha.

Agradeço imensamente ao meu amado Carlos Bauer, pela ajuda que me deu em todo este caminho. Sempre atento às minhas idéias, enriqueceu meu trabalho com suas opiniões e sugestões sinceras. Com certeza sua presença foi essencial para a concretização deste trabalho, incentivando minha criatividade e me levantando em cada queda.

Também aproveito a oportunidade para agradecer à todos os amigos que presenciaram esta trajetória, que como muitas outras, não foi um caminho fácil, mas que resultou em um amadurecimento pessoal e profissional notável. Todas as conversas informais sobre este trabalho, a companhia para fazer as fotos sob um sol escaldante, as opiniões sinceras sobre o trabalho: todos estes momentos estão em minha memória. Alguns amigos não estiveram tão próximos assim, para dar o abraço amigo na hora certa. Mas carrego estes em meu coração, e são o local onde posso contatá-los a qualquer momento.

Este trabalho é parte de todos, e se houve sucesso, foi pelo fato de não ter sido um trabalho feito por uma pessoa só. Muito obrigada!

RESUMO

NISHIJIMA, Isabela. Produzindo imagens em design gráfico: Reflexões iniciais sobre a fotografia como mediação da informação em cartazes. 2011. 83 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Bacharelado em Design) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

O presente trabalho busca contribuir para as discussões acerca do uso de fotografias obtidas através de meios digitais ou analógicos e aplicadas na criação de cartazes. Para isto, são estudados autores de fotografia que discutem acerca da posição da fotografia na sociedade e seu valor enquanto documento atestador de uma realidade. Também são estudados autores que discutem o significado do cartaz na sociedade, enquanto parte integrante do espaço urbano, e a função do designer como articulador da mensagem e dos conteúdos dispostos. Após a discussão destes conceitos, são analisados cartazes da designer Paula Scher, afim de extrair as idéias presentes em seus trabalhos de uma forma geral, e analisá-las de forma mais detalhada, para detectar peculiaridades em suas peças gráficas. E finalmente, com estes conceitos em mãos, foi desenvolvido o trabalho que buscou se valer das idéias estudadas e traduzi-las através de fotografias, para construir uma série de cartazes autorais.

Palavras-chave: Fotografia analógica. Fotografia digital. Design de Cartazes.

ABSTRACT

NISHIJIMA, Isabela. Making Images inside Graphic Design: initial thoughts on posters information mediated by photography. 2011. 83 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Bacharelado em Design) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

This study aims to contribute for discussions about the use of digital or analog photographs applied on posters. Some authors that discuss the position of photography in society as a value and as a document that reflects a piece of reality will be studied. Also will be studied some authors that discuss the meaning of the poster in the city, and the role of the designer as the articulator of the message. After discussing these concepts will be done some analysis of a few posters from the designer Paula Scher, in order to understand the ideas in her works, and analyze them in its peculiarities. And finally, with these concepts in mind, the work will be developed so that the ideas will be picked and translated in photographs, and then, will be built a series of posters.

Keywords: Analog photography. Digital photography. Poster design.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- CARTAZ DOES IT MAKE SENSE?	22
FIGURA 2 - CARTAZ DO FILME O ESCAFANDRO E A BORBOLETA	27
FIGURA 3 - CARTAZES BUREAU DE TURISMO DA SUIÇA E SWATCH	29
FIGURA 4 - CARTAZ SHAKESPEARE IN THE PARK	33
FIGURA 5 - CARTAZ BRING IN 'DA NOISE, BRING IN 'DA FUNK	36
FIGURA 6 - CARTAZ THE DIVA IS DISMISSED	39
FIGURA 7 - CARTAZ SWATCH.....	41
FIGURA 8 - CARTAZ BALLET TECH (1999).....	44
FIGURA 9 - CARTAZ BALLET TECH (2001).....	46
FIGURA 10 – CARTAZ BALLET TECH 2008.....	48
FIGURA 11 - CARTAZ CIDADE SORRISO	59
FIGURA 12 - CARTAZ BARÕES BAILARINOS	62
FIGURA 13 - CARTAZ GRITO	65
FIGURA 14 - CARTAZ COLAGEM	68
FIGURA 15 – CARTAZ HOMEM PRAGA	71
FIGURA 16 - CARTAZ MULHER INVISÍVEL	74
FIGURA 17 – CARTAZ PENTAGRAMA	78

LISTA DE FOTOGRAFIAS

FOTOGRAFIA 1 - FOTOGRAFIA DE DIANE ARBUS	12
FOTOGRAFIA 2 - PIETÁ (COM COURTNEY LOVE) DE DAVID LACHAPELLE	18
FOTOGRAFIA 3 – TESTE DE FOTO.....	53
FOTOGRAFIA 4 – TESTE DE FOTOGRAFIA	54
FOTOGRAFIA 5 - TESTE EM FOTOGRAFIA.....	55
FOTOGRAFIA 6 - TESTE DE FOTOGRAFIA	55
FOTOGRAFIA 7 - ESTÁTUA DO BUDA	57
FOTOGRAFIA 8 - JARDIM BOTÂNICO.....	58
FOTOGRAFIA 9 – ESTÁTUA BARÃO DO RIO BRANCO	60
FOTOGRAFIA 10 - ESTÁTUA DO CAVALO BABÃO	64
FOTOGRAFIA 11- FACHADA DE PRÉDIO NA RUA RIACHUELO.....	66
FOTOGRAFIA 12 - ESTÁTUA DO HOMEM NU	69
FOTOGRAFIA 13 - ESTÁTUA MULHER NUA.....	72
FOTOGRAFIA 14 – MONUMENTO AO SANTOS DUMONT.....	75
FOTOGRAFIA 15 - FIOS DE LUZ.....	76

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A FOTOGRAFIA EM AMPLO CONTEXTO	11
3 CARTAZES EM DESIGN GRÁFICO	21
4 A OBRA DE PAULA SCHER: INFLUÊNCIA E INSPIRAÇÃO.....	31
4.1 SHAKESPEARE IN THE PARK (2008).....	33
4.2 BRING IN 'DA NOISE, BRING IN 'DA FUNK (1995).....	35
4.3 THE DIVA IS DISMISSED (1994)	38
4.4 SWATCH (1986)	40
4.5 BALLET TECH (1999).....	43
4.7 BALLET TECH (2001).....	45
4.8 BALLET TECH (2008).....	47
5 EXPERIMENTAÇÃO DE ARTISTA GRÁFICA: FOTOGRAFIA E CARTAZ.....	50
5.1 A IDEALIZAÇÃO	50
5.2 A CONCEPÇÃO.....	52
5.2.2 Barões bailarinos.....	60
5.2.3 Grito.....	63
5.2.4 Colagem.....	66
5.2.5 Homem Praga	69
5.2.6 Mulher Invisível	72
5.2.7 Pentagrama.....	75
6 CONCLUSÃO	79
REFERÊNCIAS.....	81

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em reflexões iniciais sobre a mediação da fotografia em cartazes, da era analógica à era digital, com a finalidade de compreender inicialmente como estes dois diferentes processos da fotografia interagem com o cartaz. Este estudo inicial resultará em experimentações a partir de trabalho fotográfico próprio e estudos vindos de análise dos trabalhos de um artista escolhido como objeto de análise e inspiração, invertendo os processos (analógica e digital), de forma a utilizar estas fotografias na produção de cartazes temáticos.

Os temas selecionados para os cartazes fazem menção a alguns fragmentos da obra da artista gráfica Paula Scher. Será produzida uma série de cartazes a fim de concluir as discussões abordadas neste trabalho. Pelo fato de as temáticas e referências da Paula Scher se tratarem de sentimentos de pertencimento à cidade de Nova York e sua visão particular da cidade, a série de cartazes que será produzida, buscará explorar este sentimento de pertencimento também, mas de forma a transpor isto para a realidade da cidade de Curitiba.

Para a concretização deste trabalho, serão produzidas fotografias autorais, que serão o cerne da série de cartazes, de forma a envolver o profissional de design no máximo de etapas de criação de uma peça gráfica, desde a idéia, à obtenção de um conceito, concepção das fotos e organização dos elementos em um suporte chamado cartaz. Este envolvimento nas etapas tem também a intenção de criticar o posicionamento da fotografia atualmente, que acaba sendo deixada de lado e sujeita à compra em bancos de imagem, excluindo o caráter autoral de uma peça gráfica. Sendo a imagem fotográfica um elemento importante no design, já que é um tipo de documento que atesta uma realidade, cabe questionar se sua situação atual condiz com a importância que realmente merece.

No primeiro capítulo deste trabalho, será discutido o contexto da fotografia no mundo atual, e sua interação com as diferentes tecnologias no decorrer dos tempos, e como isso altera a relação das pessoas com as máquinas fotográficas e com a percepção em si da imagem fotográfica.

No capítulo seguinte, o assunto tratado será o cartaz, enquanto objeto de design, pertencente ao espaço urbano, suas funções, finalidades e possibilidades. Será

dado um breve histórico dos avanços tecnológicos que foram acompanhando a evolução do cartaz.

Na sequência, haverá um capítulo tratando da *designer* Paula Scher. Um pequeno histórico de sua carreira profissional é comentado, a fim de relacionar suas influências de trabalhos anteriores à sua produção de cartazes posterior. Após isto, são analisados cartazes de sua autoria, feitos em momentos diversos e com diferentes finalidades e clientes. A análise será feita a fim de detectar características peculiares e fortes de seu trabalho, com o objetivo de a autora deste trabalho produzir uma série própria de cartazes inspirada na obra de Paula Scher.

No quarto capítulo, será relatado o desenvolvimento do processo de criação e de execução da série de cartazes da autora deste trabalho. Serão apresentados os cartazes um a um, com destaque para a concepção da fotografia de cada um, e as relações que mantém com um respectivo cartaz de Paula Scher, que deverá ser usado como ponto de partida – com relação à apropriação de conceitos.

Para finalizar, serão apresentadas as conclusões obtidas através da construção deste trabalho: o conhecimento adquirido e a importância da contribuição para as discussões acerca do uso autoral ou não da fotografia por profissionais de design gráfico. Em suma, este trabalho buscará enfatizar os benefícios do uso de fotografias digitais e/ou analógicas por um profissional de design, pois há de lhe conferir personalidade e destaque, em meio ao uso desenfreado de bancos de imagens.

2 A FOTOGRAFIA EM AMPLO CONTEXTO

Neste capítulo, será abordada a relação da fotografia com as tecnologias inseridas em seu contexto e como se dá a relação do artista, enquanto produtor de conteúdo, com os artefatos tecnológicos disponíveis.

A produção artística se dá com as alternativas existentes, com as quais o artista considere mais adequadas para expor suas idéias e conceitos sobre os assuntos que pretende abordar. Mas o desenvolvimento de algo “novo”, ocorrerá no momento em que o artista se valer das tecnologias a seu favor, utilizando-as de modo inusitado, ou suportes improváveis, ou até subvertendo o uso padrão da máquina, a fim de expressar sua mensagem de maneira efetiva. Um exemplo curioso é o trabalho de Diane Arbus, que fotografa pessoas peculiares em situações normais, explorando a espontaneidade própria de cada indivíduo, não carecendo de grandes produções ou edições posteriores. Em seu trabalho, o foco é dirigido para a pessoa em sua normalidade – ou não (Fotografia 1). Atrelado à esta discussão, Machado (2007) discorre sobre a arte e tecnologia:

Se toda arte é feita com os meios de seu tempo, as artes midiáticas representam a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidades e saberes do homem do início do terceiro milênio. (MACHADO, 2007, p. 10)



Fotografia 1 - Fotografia de Diane Arbus
Fonte: The Photography of Diane Arbus (2011)

Com base no advento das tecnologias a fim de abrir o leque de oportunidades com as quais o artista pode atuar, ele se encontra em um momento onde há diversas opções a escolher, e principalmente motivos para se questionar. O que se busca analisar nesta discussão é a inconstância de informações e objetos na sociedade atual. Os produtos são constantemente renovados e substituídos por outros mais recentes, colocando em desuso objetos anteriores, e nem por isso, inúteis. Os meios, e as informações encontram-se num momento em que a banalização é evidente. Há um bombardeamento incessante de informações, o que torna praticamente impossível isolar-se das informações disponíveis em veículos de comunicação, jornais e internet. Resta ao indivíduo a opção de filtrar estas informações – ou não. Chega-se ao ponto em que o ser humano está habituado à transição e renovação constante de informações que o rodeiam e busca atingir. Porém, as informações o atingirão de qualquer modo. Cabe questionar se estas informações possuem uma vida útil relevante. Um dos objetos de estudo deste trabalho será a imagem, e como ela se configura em diferentes meios e suportes, como a fotografia analógica, e a digital.

Mas o que se pode analisar inicialmente é o valor de uma imagem atualmente. Ela funciona como a mensagem em si. Flusser (2002) sobre as imagens e seu valor como mensagem, afirma que:

Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. Os conceitos não significam fenômenos, significam idéias. Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. (FLUSSER, 2002, p. 10)

Nota-se a importância da imagem atualmente, como um relevante meio de comunicação, por onde são explanados valores e conceitos. Com o advento das câmeras fotográficas digitais, a disseminação de imagens se intensificou, devido à facilidade de obtenção de imagens de forma rápida. Este tipo de foto é de fácil veiculação e fácil acesso. Tornou-se tão parte integrante de nosso cotidiano, que encontramos dificuldades em viver sem imagens, pois pensamos imagens, e entendemos a partir de imagens. Fruto da renovação constante e veloz do mundo atual, a veiculação de imagens também sofre esta banalização de seu valor, pois – como a grande maioria das coisas na sociedade pós-moderna – a velocidade da geração de informação é grande.

A liberdade de expressão atinge um ponto alto, pois um indivíduo comum pode atuar não somente como receptor de mensagem, mas também como produtor. Há espaço aberto para expressar-se livremente, e há meios para isso. São muitas informações bombardeadas diariamente, a todo instante. É nossa opção submetermo-nos a este ritmo frenético, ou selecionar o que de fato nos interessa e é relevante. Porém, fato é que esta banalização e ritmo absurdo, por mais que se queira, não é fácil escapar ileso do excesso de informação. Acostumamo-nos sem perceber, a realizar mais de uma atividade ao mesmo tempo. Conectar-nos a diferentes redes simultaneamente, e com o ritmo acelerado de vida.

Dentro dessa aceleração, entram as imagens como leitura rápida de conceitos, deixando um pouco de lado o texto. Acerca da imagem e sua influência na vida pós-moderna, Flusser (2002) trata o assunto da banalização de sua presença:

As fotografias nos cercam. Tão onipresentes são, no espaço público e no privado, que sua presença não está sendo percebida. O fato de passarem despercebidas poderia ser explicado, normalmente, por sua circunstancialidade: estamos habituados à nossa circunstância, o hábito a encobre, somente percebemos alterações em nosso cotidiano. (FLUSSER, 2002, p. 61)

A democratização das tecnologias e máquinas atua como agente facilitadora dessa situação de banalização e efemeridade de informações transmitidas por

imagens. Pois ao passo em que a informação pode ser gerada por qualquer indivíduo comum, e em instantes estar disponível para quem quiser, o terreno torna-se terra-de-ninguém, e cabe a cada cidadão o discernimento do que lhe é interessante e relevante, ou do que lhe é banal e desnecessário. Este cenário era um pouco diferente na época das câmeras fotográficas analógicas, já que a obtenção de imagens dependia de uma película com quantidade de fotos limitada, e de um serviço de revelação da película, o que carecia de mais tempo. Bem como o limite de imagens possíveis numa película, acabava impedindo a produção de fotos muito repetidas, causando menos imagens, conseqüentemente.

Sontag (2004), comenta o assunto da relação das pessoas na atualidade com o excesso de imagens em seu cotidiano e a relação de dependência que se cria neste contexto:

A necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotos é um consumismo estético em que todos, hoje, estão viciados. As sociedades industriais transformam cidadãos em dependentes de imagens; é a mais irresistível forma de poluição mental. Um pungente anseio de beleza, de um propósito para sondar abaixo da superfície, de uma redenção e celebração do corpo do mundo – todos esses elementos do sentimento erótico são afirmados no prazer que temos com as fotos. (SONTAG, 2004, p. 34)

O artista – diferentemente do público - se vale das máquinas como meio de expressão. Busca utilizar elas para suas finalidades, que implicam em traduzir suas opiniões para as outras pessoas, como produtor de conteúdo, e não consumidor. Isso ocorre da maneira que julgar necessário e mais válido, a transmitir de maneira efetiva esta mensagem. Cabe ao artista reinventar-se constantemente, na medida em que as tecnologias existentes também vão se reinventando. Deve-se buscar essa sintonia com as inovações tecnológicas, a fim de atingir o público consumidor de maneira compatível com a realidade existente e que público pretende-se que a mensagem atinja. Machado (2007) trata o assunto sob a seguinte ótica:

Existem, portanto, diferentes maneiras de se lidar com as máquinas semióticas cada vez mais disponíveis no mercado eletrônico. A perspectiva artística é certamente a mais desviante de todas, uma vez que ela se afasta em tal intensidade do projeto tecnológico originalmente imprimido às máquinas e programas que equivale a uma completa *reinvenção* dos meios. (MACHADO, 2007, p. 13)

De certa forma, espera-se que o artista venha a agir como agente modificador da realidade e como reinventor de padrões instituídos, a fim de estender ainda mais

o leque de alternativas com as quais o público pode se valer para expressar suas idéias. Como dito anteriormente, o momento atual é visto como tecnologicamente inconstante, onde as renovações e inovações tecnológicas são esperadas pelo público. Tornamo-nos passivos, e necessitamos da figura do artista como renovador da realidade, demonstrando inovações na imagem. Com o fluxo constante de imagens, sua banalização é clara, e também o significado que lhe é atribuído, que passa a perder valor, na mesma medida em que talvez não haja valor a ser transmitido. Flusser (2002) trata a situação como um momento de alienação do homem frente à sua própria realidade:

Trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem se esquece do motivo pelo qual imagens são produzidas: servirem de instrumentos para orientá-lo no mundo. Imaginação torna-se alucinação e o homem passa a ser incapaz de decifrar imagens, de reconstituir as dimensões abstraídas. (FLUSSER, 2002, p. 9)

Referindo-se ainda ao momento atual da banalização da imagem, Flusser (2002) discorre sobre a relação que se dá com a nossa visão de mundo, baseada nas imagens que notamos diariamente. Atenta para o fato de o homem pós-moderno ter seu comportamento diretamente influenciado por imagens, e como isso se configura no mundo em geral, na visão que temos dele, e em como o expressamos - mais especificamente em cores - consciente ou inconscientemente:

Igualmente habituados estamos à coloração de tal universo. Não nos damos conta quão surpreendente teria sido um cotidiano colorido para as gerações precedentes. No século XIX, o mundo lá fora era cinzento: muros, jornais, livros, roupas, instrumentos, tudo isso oscilava entre o branco e o preto, dando em seu conjunto a impressão do cinza: impressão de textos, teorias, dinheiro. Atualmente tudo isso grita alto em todas as tonalidades do arco-íris. Nós, porém, estamos surdos oticamente diante de tal poluição. As cores penetram nossos olhos e nossa consciência sem serem percebida, alcançando regiões subliminares, onde então funcionam. (FLUSSER, 2002, p. 62)

Essa explosão de cores que se nota em imagens, também é fruto do hibridismo que surge, pois nos encontramos na situação de idealizar realidades - uma beleza padrão, uma paisagem paradisíaca, etc. As fotos buscam traduzir a realidade, mas não se permitem ser um espelho do real. Como exemplo, as manipulações fotográficas afim de disseminar a imagem da maneira como se idealiza pelo senso comum. Com as imagens, são instituídos padrões de beleza e conceitos que são agregados de diversas formas pelas pessoas, podendo alterar

seu comportamento e opiniões vigentes até então. Sontag (2004) comenta sobre o poder das imagens produzidas por câmeras fotográficas sobre as pessoas:

O papel da câmera no embelezamento do mundo foi tão bem-sucedido que as fotos, mais do que o mundo, tornaram-se o padrão do belo. (SONTAG, 2004, p. 101)

Vivemos um momento em que são idealizados padrões de beleza, e isso advém das imagens que são alteradas afim de conferir às pessoas este tipo de desejo. Porém, isto não consiste na realidade propriamente dita, mas na transmissão de uma mensagem do modo que se pretende, afim de instituir a opinião e valores que se desejam impor no público. Isto está diretamente ligado com o que as pessoas entendem por “fotografia”, como foi citado anteriormente. O senso comum das pessoas lhes impôs que o conteúdo de uma fotografia é nada menos do que condizente com a realidade, pois tem um valor de documento. Mesmo que seja de conhecimento geral que as imagens possuem retoques e ajustes, o inconsciente coletivo leva as pessoas a acreditar que a imagem é uma representação fiel da realidade. Já está implícito que o significado de uma foto é mostrar algo belo, pois este supostamente é o intuito da fotografia: mostrar algo belo. E como comentado anteriormente, o conteúdo da fotografia podendo ser adulterado afim de garantir-lhe “melhor aparência”, modifica a mensagem original e o comportamento do público diante da imagem mostrada. Machado (1996) disserta sobre:

Como acontece nos “objetos” manipulados pela computação gráfica, a imagem é agora uma realidade fantasmática: ela está ali para todos os efeitos práticos, mas, a rigor, não passa de uma equação matemática à qual se deu forma plástica, através de um algoritmo de visualização. (MACHADO, 1996, p. 18)

Esta hibridização atual de comportamentos, meios e máquinas, atinge um patamar onde a mistura em si consiste na personalidade e no estilo. O estilo é híbrido, as mensagens também. A imagem manipulada possui foto, mas também ilustração e tipografia. Os meios de comunicação são muitos, e as imagens circulam por eles. O artista pós-moderno tem a oportunidade de transitar por estes meios de forma que julgar adequada. O artista também deve ser híbrido, e talvez seja no hibridismo que more a reinvenção esperada deste, abrindo mão do purismo estético e do meio de expressão. Machado (1996) discute a multiplicidade dos meios:

Na verdade, as poéticas tecnológicas permitem finalmente romper a teleonomia dos meios, de modo que as mensagens possam transitar por múltiplos suportes e se transfigurar infinitamente nesse movimento. Os instrumentos se tornam agora compatíveis entre si, as diversas formas de cultura se reunificam, ninguém é mais a priori ou exclusivamente pintor, poeta ou compositor. (MACHADO, 1996, p. 18)

No contexto atual, conforme expõe Silveira (2003), surge o conceito de “pós-fotografia”, como citado, refere-se à hibridização notada nas imagens, pois são constituídas de diversos elementos, e não mais somente a fotografia em seu nível mais puro. Busca-se hibridizar, misturar, afim de obter novas soluções e visuais diferentes. Agregar mais informação à imagem, conferindo-lhe mais força e expressão. A edição de imagens através de *softwares* põe em discussão se a fotografia ainda pode ser referida com este termo, quando talvez seja apenas suporte para a criação de algo novo, baseado na foto, mas não sendo essencialmente constituído dela. Como exemplo, pode-se citar o trabalho de David LaChapelle, pois abusa de edições nas fotografias, afim de simular mundos fantasiosos e situações bem inusitadas (Fotografia 2). Silveira (2003) trata o assunto, referindo-se a este tipo de imagem concebido atualmente, como “pós-fotografia”:

O problema da pós-fotografia é a utilização das tecnologias digitais tanto para a manipulação e modificação de fotografias como para a própria criação de imagens com aparência fotográfica, sem utilizar a técnica fotográfica. Isso leva a uma conclusão de que a pós-fotografia representa objetos “inexistentes” e se não há um referente, ou seja, um objeto cuja luz é captada pela película, não se trata de uma fotografia, é uma pós-fotografia.

(...)

Assim como a pintura teve que definir o seu papel e as características específicas de sua linguagem quando a fotografia apareceu, agora a própria fotografia tem que pensar e entender suas características e linguagens, frente à pós-fotografia. (SILVEIRA, 2003, p. 184)



Fotografia 2 - Pietá (com Courtney Love) de David LaChapelle
Fonte: David LaChapelle (2006)

Torna-se necessária a discussão acerca do valor deste “novo” segmento da fotografia, e de que forma se apóia em estilos e padrões do passado, a fim de validar-se e ser aceita pelo público. Vale discutir se este novo conceito de fotografia enquadra-se como resultado equivalente às inovações tecnológicas constantes. Pois é algo de relevante que pode-se notar na sociedade atual, mesmo que resultando na instituição de conceitos ligeiramente questionáveis, pois atua diretamente sobre a opinião pública, e está sujeito à sua compreensão indevida. A partir do momento em que se expõe uma opinião, ela estará sujeita à múltiplas interpretações, e nem sempre a intenção do criador da mensagem será a de abrir o leque de possíveis interpretações.

Outro ponto que vale ser lembrado, é o do valor dado à fotografia, não apenas como forma de expressão; forma de arte – ou não; ou entretenimento de massa, mas o de documento. Seja seu conteúdo produzido, encenado ou capturado com espontaneidade, há de se admitir que este é o ponto comum entre os autores diversos acerca de fotografia e realidade. Dubois (2001) comenta este conceito de documento, e a possível razão para este consenso:

Existe uma espécie de consenso de princípio que pretende que o verdadeiro documento fotográfico “presta contas do mundo com fidelidade”. Foi-lhe atribuída uma credibilidade, um peso de real bem singular. E essa virtude irreduzível de testemunho baseia-se principalmente na consciência que se tem do processo mecânico de produção da imagem fotográfica, em seu modo específico de constituição e existência: o que se chamou de automatismo de sua gênese técnica. (DUBOIS, 2001, p. 25)

Barthes (1984) em seu livro *A Câmara clara* discorre sobre a noção de realidade que se têm ao observar fotos, por se tratarem de fragmentos de mundo eternizados em um suporte de papel. O autor tem uma visão mais íntima da fotografia, conectando seus conceitos diretamente com experiências pessoais, anseios e recordações. Por se tratar de uma visão mais familiar – se é que pode-se chamar assim - , faz uma relação da fotografia + realidade + passado intimamente ligada à um sentimento de saudade, tratando a fotografia como um registro de um momento, e o que resta deste momento – além da memória particular – é a memória física, possível pela fotografia:

(...) ao atestar que o objeto foi real, ela induz sub-repticiamente a acreditar que ele está vivo, por causa desse logro que nos faz atribuir ao Real um valor absolutamente superior, como que eterno; mas ao deportar esse real para o passado (“isso foi”), ela sugere que ele já está morto. (BARTHES, 1984, p. 118)

Além desta visão um pouco fantasiosa e poética, há de se considerar uma visão menos estreita, levando em consideração que a fotografia pode ser facilmente manipulada, de acordo com a ótica do fotógrafo, que pode converter uma temática em outra, de acordo com seu ponto de vista. Levando-se também em consideração o contexto em que estarão inseridas estas fotos, para a visualização de outras pessoas, e a interpretação pessoal que cada indivíduo terá sobre as imagens. Silveira (2003) atenta para esta possível interpretação mais ingênua da fotografia:

As imagens fotográficas não podem ser consideradas como espelhos “perfeitos” do mundo, ou seja, transparentes. Elas ressaltam, escolhem, privilegiam, enfim, lêem o real à maneira do operador e de seus próprios mecanismos de captura da imagem. (SILVEIRA, 2003, p. 177)

É válido trazer estes conceitos no decorrer do trabalho. Não um ceticismo explícito, tratando a fotografia friamente como algo manipulável, previsível e fruto de produções meticulosas. E nem como sendo algo fantástico em todos os momentos e ditador de uma verdade presente talvez/somente numa imagem única. São duas visões particulares e extremas, presentes em momentos e temáticas diferentes, e de forma alguma podendo ser aplicadas de forma geral à todos os temas fotografados.

3 CARTAZES EM DESIGN GRÁFICO

Neste capítulo o assunto abordado será o design gráfico de cartazes. Serão apresentadas uma definição do que é o cartaz, sua função, a evolução de sua linguagem, sua relação com a fotografia e sua interação no ambiente urbano.

Para introduzir o assunto, Sontag (2010), utiliza uma citação de Hutchinson (1968) para ilustrar e esclarecer claramente no que consiste o objeto “cartaz”:

O pôster é essencialmente um anúncio grande, normalmente com um elemento pictórico, normalmente impresso em papel e normalmente exposto em uma parede ou quadro para o público em geral. Seu objetivo é chamar a atenção para qualquer coisa que o anunciante esteja tentando promover e gravar uma mensagem no transeunte. O elemento visual ou pictórico proporciona a atração inicial – e ele deve ser suficientemente impressionante para prender o olhar do transeunte e superar a atração concorrente dos outros pôsteres, de modo que precisa uma mensagem verbal suplementar que reforce e amplifique o tema pictórico. O tamanho grande da maioria dos pôsteres permite que a mensagem verbal seja claramente lida a distância. (HUTCHINSON 1968, *apud* SONTAG, 2010, p. 211)

O cartaz surge a partir do momento em que é possível e viável a reprodução e distribuição em massa, por ser um objeto utilizado para a divulgação no espaço urbano e de duração determinada pela ação do tempo e/ou das pessoas, sujeito à vandalização e degradação natural. O cartaz passa a ser possível com o surgimento da tipografia, pois possibilitava a impressão em quantidades maiores, e a reprodução de imagens através de ilustrações xilográficas. Com o advento da litografia foi possível acrescentar mais cores à composição e agregar maior liberdade de criação, já que o *layout* era todo contido na pedra litográfica. Hollis (2000), discorre sobre a evolução das técnicas:

Antes da litografia, os pôsteres eram impressos por tipografia, como os livros, com tinta preta e ocasionais ilustrações xilográficas. Era o tipógrafo que escolhia e combinava os tipos, geralmente de modo que preenchesse a folha impressa. Embora a fotografia já existisse desde algumas décadas atrás, suas imagens não podiam ser reproduzidas em tamanho ampliado nem em grandes tiragens. (HOLLIS, 2000, p. 5)

Nota-se que mesmo com o advento da fotografia, ainda não era possível compor cartazes com imagens fotográficas, devido à impossibilidade da reprodução desta em larga escala ou ampliadas. Porém, a utilização da fotografia em cartazes

passa a ser possível, em preto e branco, e inserem esta nova linguagem nos meios de comunicação, conforme afirma Hollis (2000):

Os pôsteres de 1914 e 1918 marcaram um momento decisivo na história do design. A ilustração desenhada e pintada deixa de ser a técnica pictórica dominante na arte gráfica impressa. As fotografias em preto e branco podiam agora ser reproduzidas mecanicamente sem qualquer problema. Os flashes, as emulsões fotográficas mais sensíveis e as novas lentes ajudaram a fotografia a se desenvolver como meio de registrar eventos e aparições públicas. A iluminação de estúdio e o retoque deram à imagem fotográfica uma dramaticidade, um glamour, uma emoção que a colocaram em pé de igualdade com o cinema. (HOLLIS, 2000, p. 32)

Um marco na história do cartaz e das artes gráficas, foi o cartaz de April Greiman, *Does it make sense?* (Figura 1). A artista foi pioneira, pois “substituiu a montagem fotográfica por “imagens híbridas”, reunidas por computador” (HOLLIS, p.19). April Greiman, através do computador, uniu imagens fotográficas, grafismos e textos, abrindo a possibilidade de uso do computador para executar trabalhos de cunho gráfico.

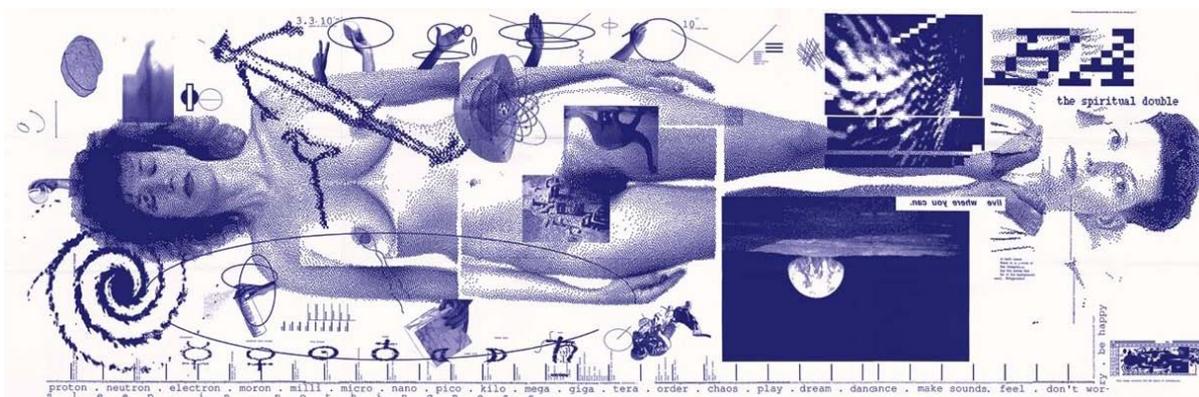


Figura 1- Cartaz Does it make sense?
Fonte: Hollis (2000, p. 19)

É notável a evolução das linguagens utilizadas nas artes gráficas analisando a evolução dos cartazes. Por sua vez, a estética dos cartazes é influenciada diretamente pela arte e pela moda. Isto coloca o cartaz na discussão de “ser ou não ser” um objeto de arte. Pois carrega em si referências às vanguardas e busca comunicar algo de forma subjetiva (ou não), conferindo à mensagem figuras de linguagem que enriqueçam o diálogo com o público, dando margem a interpretações pessoais únicas. Esta discussão de arte e reproduzibilidade é abordada de mesma forma acerca da fotografia. Enquanto objetos feitos com possibilidade de serem reproduzidos em maior escala, acabam adquirindo um caráter duvidoso de obra arte,

por não se tratarem de peças únicas. Porém, isso também não os coloca em patamar de falsificações, pelo fato de as cópias não possuírem valor inferior. Sontag (2010) comenta a intenção do cartaz desde seu surgimento, e os paralelos entre outras linguagens:

Contudo, o pôster (como a fotografia e o cinema) não traz consigo nenhuma história do mundo pré-moderno: ele só poderia existir na época da cópia mecânica. Diferentemente de uma pintura, a intenção não era que o pôster existisse como objeto único. Portanto, a reprodução de um pôster não cria um objeto de segunda geração, esteticamente inferior ao original ou diminuído em seu valor social, monetário ou simbólico. Desde sua concepção, o destino do pôster é ser reproduzido, existir em grande quantidade. (SONTAG, 2010, p. 213)

O ponto comum entre o cartaz e a fotografia está presente em sintetizar a linguagem em torno de um tema central e/ou temas periféricos, afim de transmitir uma mensagem ao público. E esta mensagem pode não ser um circuito fechado, onde a interpretação deve ser uma, ou os caminhos para se chegar à conclusão pretendida pelo agente transmissor da mensagem. Dubois (2001) disserta sobre a imagem e sobre as múltiplas interpretações, e de como é necessária a existência do receptor da mensagem:

A foto não é apenas uma imagem (o produto de uma técnica e de uma ação, o resultado de um fazer e de um saber-fazer, uma representação de papel que se olha simplesmente em sua clausura de objeto finito), é também, em primeiro lugar, um verdadeiro ato icônico, uma imagem, se quisermos, mas em trabalho, algo que não se pode conceber fora de suas circunstâncias, fora do jogo que a anima sem comprová-la literalmente: algo que é, portanto, ao mesmo tempo e consubstancialmente, uma imagem-ato, estando compreendido que esse “ato” não se limita trivialmente apenas ao gesto da produção propriamente dita da imagem (o gesto da “tomada”), mas inclui também o ato de sua recepção e contemplação. (DUBOIS, 2001, p. 15)

O design gráfico consiste em agregar numa composição os elementos gráficos que o designer julgar necessários para transmitir sua mensagem de algo para alguém, da forma que lhe parecer mais adequada. A função do designer é atuar como organizador dos elementos de linguagem que considerar necessários para a composição de um objeto bidimensional. Gruszynski (2000) define a atuação do designer:

O designer atua como articulador visual de mensagens que são concebidas preliminarmente por autores – escritores, jornalistas, redatores, etc. ou

eventualmente por ele próprio – e dirigidas a leitores conforme o público alvo a que a peça gráfica se destina. (GRUSZYNSKI, 2000, p. 7)

Seguindo a mesma linha de raciocínio, onde o designer é colocado na posição de “articulador” das mensagens que são desenvolvidas por ele mesmo ou por outros profissionais, Hollis (2000) também comenta a atuação do designer na composição de um objeto que comunicará uma mensagem:

As representações gráficas podem ser sinais, como as letras do alfabeto, ou formar parte de outro sistema de signos, como as sinalizações nas estradas. Quando reunidas, as marcas gráficas – como as linhas de um desenho ou os pontos de uma fotografia – formam imagens. O design gráfico é a arte de criar ou escolher tais marcas, combinando-as numa superfície qualquer para transmitir uma idéia.(...) As palavras e imagens normalmente são utilizadas em conjunto; pode ser que um dos dois – texto ou imagem – predomine, ou que o significado de cada um seja determinado pelo outro. Alguns dos exemplos mais sofisticados de design gráfico recorrem à precisão das palavras para dar sentido exato a imagens ambíguas. (HOLLIS, 2000, p. 1)

Além de articular os elementos que virão a compor a mensagem, também é função do designer transmitir esta mensagem da forma que melhor convir. No caso do cartaz, é dispensável o uso de palavras em demasia – no sentido de que não é necessário “explicar” a mensagem, e sim buscar uma forma sintética de comunicar a idéia – e deve haver harmonia entre a imagem e as palavras, quando for necessário o uso de ambas. Hollis (2000) disserta sobre a linguagem sintética que deve ser buscada no cartaz, por ser um meio de comunicação onde a leitura deve ocorrer de forma rápida:

O pôster, como design gráfico, pertence à categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado. (HOLLIS, 2000, p. 5)

Seguindo este mesmo raciocínio, de que o cartaz deve buscar utilizar uma linguagem clara, onde a mensagem possa ser assimilada de forma rápida e à distância, há de levar-se em consideração as gerações posteriores. A intenção contida no cartaz não pode ser obscura a ponto de outras gerações não poderem compreender seu objetivo. Deve-se buscar criar um material atemporal, que agregue as referências e tendências vigentes, sem se fechar para outras interpretações em épocas distintas. Segundo Barnicoat (1972):

Un cartel nunca puede ser oscuro, difícil de entender. El diseñador no puede permitirse el lujo de expresar una idea personal que las generaciones futuras a lo mejor son capaces de descifrar. No, él tiene que lograr un contacto directo. Y para ello há de trabajar teniendo en cuenta a su público, como le ocurre al empresario de un espectáculo. En muchos casos es necesario hablar al público no profesional en un lenguaje popular, aunque también hay veces en que ciertos públicos esperan un alto grado de maestría e técnica. Los carteles suelen reflejar el idioma popular porque su función es tanto comunicativa como de decoración. (BARNICOAT, 1972 p. 183)

Barthes (1984) comenta sobre as sociedades pós-modernas e sua relação com imagens. É notável que o ambiente urbano se encontra repleto de imagens por todos os lados, como forma de comunicação direta com o público. Neste sentido, encontram-se os cartazes no ambiente urbano, também como produto passível de consumo por parte das pessoas. Com base nisto, Barthes (1984) comenta o liberalismo, mas também o outro lado do consumo de imagens atual:

O que caracteriza as sociedades ditas avançadas é que hoje essas sociedades consomem imagens e não crenças, como as do passado; são portanto, mais liberais, menos fanáticas, mas também mais “falsas” (menos “autênticas”). (BARTHES, 1984, p. 174)

Sobre a atuação do designer na criação de cartazes, vale ressaltar que outras profissões acabam por lhe agregar valor no material final, seja com a redação dos textos ou a produção das imagens – neste caso, o fotógrafo – e é conferida importância a estes profissionais, pois o resultado de seu trabalho terá influência significativa no resultado final: o cartaz.

Porém, o que se pode notar atualmente, é uma terceirização da fotografia a níveis mais distantes. A fotografia passou a um outro patamar, onde existem bancos de imagens gratuitos e pagos, onde com algumas palavras-chaves é fácil encontrar imagens que caracterizem o que se busca: situações cotidianas, retratos de pessoas, paisagens e fotos de objetos. São materiais de fácil acesso, e não carecem de tempo e produção, apenas a escolha da imagem ideal e uma edição posterior, afim de adequá-la ao projeto gráfico. Este fácil acesso às imagens pode ter surgido de uma necessidade de imagens padrão, sem um contexto definido, apenas algumas temáticas simples, alinhado ao custo alto que uma produção de uma foto especialmente para um projeto pode acabar tendo alguns custos mais elevados. Mas o que se nota é o uso desregrado destas imagens, o que pode acabar tornando

um trabalho caricato ou nada fiel com a imagem que se pretende para um produto, empresa, etc.

Enquanto o uso de bancos de imagens pode acabar dando resultado à diferentes usos para uma mesma imagem, uma foto produzida especialmente para um projeto específico, acaba sendo parte integrante de fato do projeto, já que seu conceito e tema foram propostos com direcionamento para um projeto em especial. Isto enriquece o trabalho, à medida em que a mensagem a ser transmitida foi construída por partes, e todas estas partes tem coerência entre si. Entra em discussão também o preço da produção de fotos, que pode acabar resultando em um custo elevado. Mas produções menores dão abertura ao uso de metáforas interessantes, ao invés de uma representação direta daquilo que se quer representar. O cartaz do filme *O Escafandro e a Borboleta (Le Scaphandre et Le Papillon)* é um exemplo interessante, pois utiliza linguagens diversificadas, como a tipografia manual desenhada por cima de uma fotografia com aspecto de antiga. As letras à mão e a foto antiga conferem um ar nostálgico e pessoal à produção, tendendo a relacionar que o filme deve tratar assuntos relacionados à infância e/ou passado de um personagem (Figura 2).

Barnicoat (2000) atenta para este fato, de que é válido conferir importância às demais atividades que influenciam no produto final:

Los signos y las letras de la sala de composición no son los únicos medios de que dispone hoy la nueva tipografía. Las imágenes son a menudo mejores que las palabras; transmiten más cosas y las dicen más de prisa. El método natural de la representación pictórica es actualmente la fotografía. Sus usos son ahora tan variados que estaríamos perdidos sin ellos. La calidad del fotógrafo es un factor decisivo para el éxito de cualquiera de las tareas que emprenda. La fotografía tiene sus propias reglas, basadas em los mismos principios que la nueva tipografía. (TSCHICHOLD, 1935 *apud* BARNICOAT, 1972, p. 156)



Figura 2 - Cartaz do filme O Escafandro e a Borboleta
Fonte: Internet Movie Poster Awards (2011)

Os cartazes foram feitos essencialmente para constarem no ambiente público, visíveis e compreensíveis à todos os públicos. Seu objetivo é comunicar, e não haveria sentido se a comunicação não fosse efetiva de fato, tornando o cartaz um objeto de entendimento restrito à poucas pessoas. Este objeto acaba por se tornar parte integrante do espaço público, sujeito à ação do tempo e com prazo de validade indeterminado. O que interessa ao transmissor da mensagem, é que este agente – o cartaz – cumpra sua missão no tempo que lhe for disponível a permanência na cidade. Sontag (2010) comenta sobre o cartaz no espaço urbano, atentando também para a competitividade e busca de um lugar ao sol na cidade:

Os pôsteres são agressivos porque aparecem no contexto de outros pôsteres. O comunicado público é uma declaração independente, mas a forma do pôster depende do fato de que existem inúmeros pôsteres –

concorrendo (e algumas vezes se reforçando) mutuamente. (..) O pôster, todavia, é um elemento integrante do espaço público moderno. Diferentemente do comunicado público, implica a criação do espaço urbano público como uma área de signos: as fachadas e superfícies entulhadas de imagens e palavras das grandes cidades modernas. (SONTAG, 2010, p. 210)

Por se tratar de um objeto de comunicação simples e clara, veiculado em ambiente urbano, o artista gráfico se vale de referências que sejam de entendimento geral. Podem ser oriundas de movimentos artísticos recorrentes, de acordo com a intenção da mensagem. São buscadas intenções previamente ditas em outros trabalhos, vanguardas, ou imagens, e isso é condensado e exprimido num objeto novo, com significado novo baseado em significados já existentes. O atrativo também pode se dar pela moda vigente, sendo mais um motivo para o cartaz ser atrativo dentre outros elementos que compõem o cenário urbano. Sontag (2010) comenta esta busca de referências em materiais anteriores:

A relação que os pôsteres têm com a moda visual é a da “citação”. Assim, o artista do pôster é um plagiador (de si próprio ou dos outros), e o plágio é a principal característica da história da estética do pôster. (SONTAG, 2010, p. 214)

Um exemplo de “citação” é o cartaz feito por Paula Scher (Figura 3), para um anúncio da *Swatch* (1986), que usou como forte referência um cartaz do designer Herbert Matter para o Bureau de Turismo Suíço (1938). São usados elementos muito semelhantes, como as montanhas, pessoas esquiando e a bandeira suíça. Inclusive a foto faz menção à foto do cartaz de Herbert Matter, e o tratamento recebido. No cartaz de Paula Scher houve o acréscimo de um braço ostentando dois relógios da marca *Swatch*. A referência na qual Paula Scher se baseou não é infundada, já que os relógios da *Swatch* são produzidos na Suíça.



Figura 3 - Cartazes Bureau de Turismo da Suíça e Swatch
Fonte: HOLLIS (2000, p. 203)

Esta espécie de “plágio” pode muito bem ser entendido com o conceito de pós-modernidade, explanado por Gruszynski (2000) no trecho a seguir:

A pós-modernidade trabalha com a citação de estilos anteriores em um mesmo edifício e na relação com ambientes heterogêneos que convivem lado a lado, sem que haja a pretensão de que um estilo dominante se imponha sobre o conjunto. (GRUSZYNSKI, 2000, p. 66)

Neste contexto de pós-moderno, é recorrente a construção de materiais híbridos, pois as referências se misturam às tendências atuais, constituindo uma mensagem rica de significados, onde é preciso que haja entendimento das referências utilizadas para a compreensão da mensagem pelo público. O advento dos computadores facilitou o processo de criação destes materiais, pois permite o uso de diversas funções e experimentações num curto espaço de tempo e com facilidade. Estas experimentações que foram sendo facilitadas, também acabam sendo característica do pós-moderno, como Gruszynski (2000) constata no excerto a seguir:

A computação gráfica aumentou as possibilidades de manipulação das formas e recursos gráficos, centralizando nas mãos do designer gráfico uma série de decisões que lhe asseguram uma maior autonomia no desempenho de suas funções. Isto se dá em um contexto associado à introdução das teorias pós-estruturalistas no âmbito da atividade. Tais teorias e os objetos gráficos gerados sob sua inspiração (muitos de modo intencional e consciente, outros tantos impulsionados pelo contato com a produção de diferentes profissionais) têm sido caracterizados como design pós-moderno. (GRUSZYNSKI, 2000, p.10)

Cardoso (2008), também comenta as características do pós-moderno e como isso veio a modificar comportamentos, o processo criativo do designer e os resultados obtidos, em si.

A marca registrada da pós-modernidade é o pluralismo, ou seja, a abertura para posturas novas e a tolerâncias 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)

Encontramo-nos numa sociedade hibridizada, onde estas características da pós-modernidade são notadas não somente no design (e seria presunção afirmar que são), mas no próprio comportamento das pessoas e no seu entendimento de mundo. Isto é reflexo da globalização, pois veio a diminuir distâncias e aproximar conceitos. A internet torna as informações mais acessíveis e tudo que era distante, mais próximo. É fácil conhecer culturas distantes, e possivelmente identificar-se com conceitos diversos que não os da comunidade local. Isto tudo contribui para a formação do indivíduo, e de sua formação como profissional de design.

4 A OBRA DE PAULA SCHER: INFLUÊNCIA E INSPIRAÇÃO

Este capítulo irá tratar de forma ampla, a obra de Paula Scher, e suas referências e preferências, que torna seu trabalho bem humorado e marcante. Serão analisadas de forma geral algumas de suas peças gráficas, a fim de detectar suas características peculiares e os pontos fortes que definem seu estilo pessoal.

Paula Scher iniciou sua carreira trabalhando no departamento de propaganda da *CBS Records*, como assistente do diretor de arte. Posteriormente, foi convidada para trabalhar na *Atlantic Records*, assumindo um cargo no departamento de arte. Mas um breve período após esta mudança, a designer retornou à *CBS Records*, porém, como diretora de arte. Após um longo período na CBS, onde desenvolvia capas para os discos da gravadora, passou por uma fase trabalhando como *freelancer* até que em 1991 foi convidada a integrar o comitê da *Pentagram* – um grupo de sócios com modelo de negócios diferenciado guiando o trabalho – onde se encontra até os dias atuais.

A grande inspiração de Paula Scher é declaradamente a cidade de Nova York, seus tumultos e agitos, suas cores, luzes, prédios e sons. Grande parte de suas peças possuem uma referência notável à cidade, seja pelos seus prédios ou por sua diversidade cultural.

Paula Scher (1948) não é nova-iorquina de nascença, mas ela adquiriu a autosssegurança, o sarcasmo e as alocações abruptas de um nativo. Acredita que a melhor maneira de se comunicar com os nova-iorquinos é gritando. (...) Ela grita – ousada e inequivocamente – por meio da tipografia. (HELLER, 2009, p. 319)

Paula Scher é inspirada por estilos de vanguarda, principalmente no que concerne à tipografia – um objeto bastante explorado em suas peças -, pois com sua chegada à Nova York, “foi inspirada pela recuperação, feita pelo *Push Pin Studios*, de estilos antiquados como o vitoriano, o *art nouveau* e o *art decó*.” (HELLER, 2009, p. 268). Estas referências são uma constante em seus trabalhos. Porém, no que diz respeito à seus trabalhos, Heller (2009) disserta sobre esse hibridismo presente em seus trabalhos, num contraste passado X presente:

Embora o pôster seja um híbrido de duas formas históricas, o resultado foi novo, contemporâneo e contudo, misteriosamente familiar, muito

semelhante a uma criança, cujo código genético é fornecido por seus pais, mas o resultado acaba por transcendê-los. (HELLER, 2009, p. 269)

Como foi comentado anteriormente, em seus trabalhos, dentre diversas características, pode-se notar o uso de uma tipografia bem trabalhada, acompanhando imagens fotográficas, ilustrações, ou sendo usada isoladamente. A tipografia – não somente pela escolha do tipo escolhido, mas também por sua composição – confere e fortalece o caráter metafórico das peças de Paula Scher, buscando transmitir o movimento da dança, o som ritmado de uma música, uma cidade de concreto ou um grito ecoando no espaço.

A designer declara que o melhor jeito para se expressar na cidade de Nova York é gritando, então em seus cartazes, ela se vale de caixas altas afim de garantir essa sensação de um som mais alto e audível, que impõe seu espaço entre outros cartazes no ambiente urbano. Os ângulos retos conferem à peça um status indiscutivelmente urbano, pois é a cidade representada numa vista aérea, e seus prédios encaixados, ocupando – e disputando – seu espaço. A designer busca atingir diversos públicos, através da leitura simples de seus cartazes, como O Heller (2009) explana a seguir:

Os pôsteres tipográficos foram colocados em cabines telefônicas por toda a cidade, pendurados em estações de trem nos arredores e em alguns poucos outdoors selecionados. Essas peças tinham o objetivo de atrair o transeunte para um jogo visual de decifrar o significado das palavras. Se eles não conseguissem descobrir na primeira tentativa, os anúncios, que estavam relativamente próximos, poderiam numa segunda olhada ter a mensagem decifrada. (HELLER, 2009, p. 321)

Nota-se em seus trabalhos a presença constante do ambiente urbano. Está presente nos encaixes das informações, no *grid* meticuloso, onde as idéias se ajustam conforme tamanho e importância.

Uma constatação curiosa pode ser feita ao analisar os trabalhos da artista: em sua maioria, suas peças possuem relação forte com o sentido da audição. Paula Scher busca agregar ao cartaz a sensação auditiva, baseada em suas próprias experiências. Como sua inspiração declarada se trata da cidade de Nova York, é possível que a audição da artista seja mais aguçada e atenta aos barulhos e transmita esta característica à seus trabalhos. Seus cartazes dizem respeito à shows, espetáculos de dança, peças de teatro, etc. Através da sensação auditiva que se têm ao ouvir os sons, nota-se que Paula Scher têm a intenção de se valer

das palavras como se fossem as ondas sonoras ou instrumentos musicais. Algumas palavras possuem mais peso, e acabam sendo representadas de forma mais robusta e com corpo maior, enquanto outras podem vir acompanhadas de pesos iguais e transparências, conferindo suavidade.

4.1 SHAKESPEARE IN THE PARK (2008)

O cartaz apresentado na Figura 4 consiste em um cartaz de divulgação para um evento gratuito criado pelo *The Public Theater*, chamado *Shakespeare in the Park*, que ocorre na cidade de Nova York, em um teatro existente no *Central Park*.

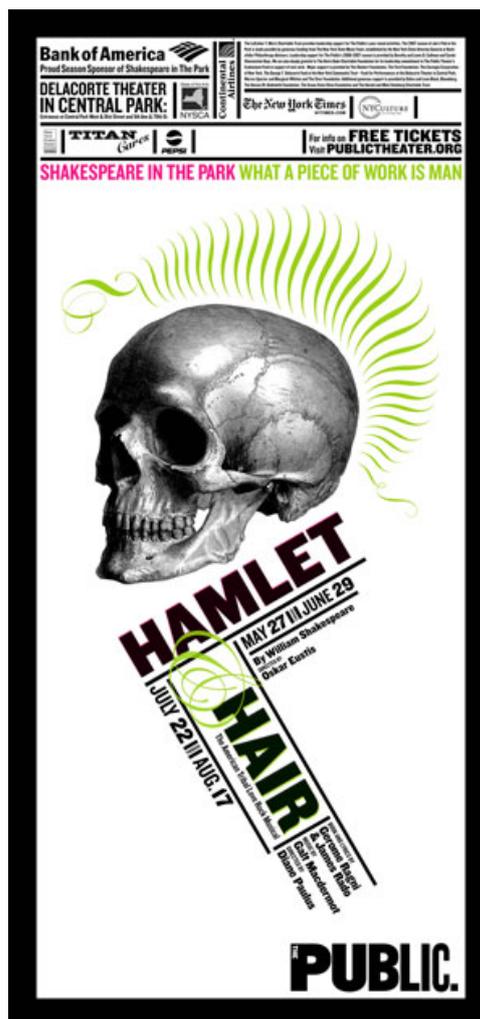


Figura 4 - Cartaz Shakespeare in the park
Fonte: Pentagram (2011)

O cartaz consiste na divulgação de duas peças de teatro a ser exibidas – sendo uma delas, escrita por William Shakespeare -, neste caso, *Hamlet* e *Hair*. Tendo como pressuposto que o cartaz deveria funcionar bem para divulgar duas peças distintas, sem segregar a imagem de uma peça ou de outra, nota-se a harmonização entre elementos presentes nas duas: o crânio e alguns fios de cabelo. Os fios de cabelo foram dispostos de forma a formar um conjunto que completasse a imagem da caveira, porém, foram construídos graficamente através de traços, contrapondo o realismo do crânio. Este conjunto de crânio humano + fios de cabelo é disposto de forma centralizada horizontalmente no cartaz, aparecendo por completo, sem o uso de sangras, repetições ou transparências.

É dado destaque especial para as imagens figurativas e para as informações tais como: o nome da peça, autores e datas de exibição. Estas informações são dispostas centralizadas, e o nome das peças aparece com um corpo de fonte maior do que as outras informações, indicando mais importância, e as demais informações também possuem variação de tamanho, de acordo com importância. O observador têm visíveis as informações mais gerais à distância, e caso tivesse interesse ou o cartaz tenha chamado a atenção, ao se aproximar, os demais dados vão se tornando legíveis. Os nomes e informações das duas peças vêm em orientações diferentes - formando entre si um ângulo de 90° - indicando que os textos presentes em cada sentido pertencem à diferentes peças.

A tipografia utilizada é constituída basicamente de fontes sem serifa, na cor preta. As palavras são colocadas sempre em caixa alta, de forma a induzir a própria forma de comunicação na cidade – segundo a designer, como dito anteriormente – e como uma forma de posicionar o cartaz perante o ambiente urbano, sendo um objeto que “grita” por atenção no meio da multidão. As informações mais importantes são usadas com fontes de corpo maior, seguidas de informações gradativamente em corpo menor, de acordo com o grau de importância. Outras informações, como o nome do evento, são colocadas em cores diferentes (que não o preto ou o branco), o que confere um diferencial e torna a informação mais chamativa, já que o cartaz é quase somente composto por preto, branco e escalas de cinza.

É usado um espaço branco sem textura, trabalhado juntamente com imagens e textos na cor preta, gerando um grande contraste entre o fundo e os elementos. Há também algum texto e os fios de cabelo na cor verde, e outro texto em um tom

de rosa vibrante. O uso de poucas cores em uma composição quase que totalmente preta e branca dá um destaque grande para as cores, e hierarquizando as informações com estas cores, pois diferencia dos textos na cor preta e lhes atribui importância. As informações encontram-se compostas lado a lado, mas nunca sobrepostas ou com efeitos de transparência.

As demais informações à respeito de apoiadores, patrocinadores e um endereço eletrônico onde é possível buscar mais informações são dispostas na parte superior do cartaz, alinhadas dentro de um *grid*, com espaços variáveis e desiguais, comportando estas informações de maneira coerente: marcas corporativas são usadas em tamanho legível, e textos com muitas informações são colocados em um corpo de fonte menor, sem tanto destaque.

4.2 BRING IN 'DA NOISE, BRING IN 'DA FUNK (1995)

A Figura 5 apresenta o cartaz para o evento *Bring in 'Da Noise, Bring in 'Da Funk*. Se tratava de um musical que passava por diversos momentos marcantes para a cultura afro-americana: desde a escravidão até os dias atuais, e seu legado musical deixado para a posteridade.



Figura 5 - Cartaz Bring in 'da noise, bring in 'da funk
Fonte: Pentagram (2011)

Neste cartaz, pode-se ver a imagem de um rapaz – Savion Glover, um mestre do sapateado - executando um passo de dança, e diversas palavras em volta dele. Consiste em um cartaz para a divulgação de um musical que trata da cultura afro-americana. A infinidade de palavras juntamente com a imagem fotográfica indica som e movimento, já que o musical provavelmente deve apresentar números de dança.

Nas informações escritas, é possível distinguir o nome do espetáculo na parte superior do cartaz, porém, não há uma distinção muito grande de tamanho entre o nome do espetáculo e as demais informações. Essa distinção se dá mais pela orientação das palavras do que por sua diferença de tamanho ou de cores. No lado

esquerdo pode-se notar a marca do teatro onde se realizou o espetáculo – em um corpo de fonte maior do que o das demais informações, mas com tipografia que acompanha o estilo dos demais tipos usados.

São usadas fontes de diversos tipos e com variações de tamanho entre uma palavra e outra, e inclusive diferenças de tamanho numa mesma palavra, de forma a acompanhar a imagem fotográfica e preencher o espaço. As fontes usadas são todas sem serifa, e em caixa alta – uma forte característica da artista. Algumas palavras são escritas com fontes mais condensadas, passando a sensação de aproveitamento do espaço, parecendo mais “espremida” para se encaixar no espaço que lhe foi disposto.

O cartaz apresenta poucas cores: o amarelo do fundo, o branco, preto e vermelho nas palavras, e a imagem fotográfica usada em preto-e-branco. O fundo amarelo é bastante chamativo, atizando a curiosidade e atenção das pessoas. Algumas informações textuais são colocadas em vermelho, oferecendo destaque para estas informações, diferenciando a cor destas das demais.

A distinção de importância entre as informações se dá através de diferentes dimensionamentos de informações: as informações mais importantes são colocadas em tamanho maior, com destaque, podendo ser lidas à uma distância maior, enquanto informações mais detalhadas são menores, carecendo de uma distância menor entre o observador.

Alguns textos são colocados em orientações diferentes, induzindo o leitor à se aproximar e dispender alguns momentos para fazer a leitura do cartaz. No geral, os textos são colocados em ângulos de 90° entre si, mas alguns textos possuem variação no tamanho das letras afim de ajustar-se melhor ao espaço, ou são apresentados em ângulos diferentes. As palavras são colocadas encaixadas, e essa variação de tamanho entre as fontes e espessuras indica um ritmo de batida forte da música, uma parede repleta de grafites, pelo que se pode constatar na oscilação entre tipos mais pesados e outros mais suaves, como é explanado por AUTOR no excerto a seguir:

O jeito de Scher – inspirado pelos grafites urbanos de nossos dias e pelos programas de teatro vitorianos – foi propositalmente desenhado para atrair um amplo público, das áreas pobres aos subúrbios da cidade, especialmente daquelas pessoas que nunca foram ao teatro e para as quais um típico anúncio no “estilo Broadway” significaria a exclusão. (HELLER, 2009, p. 319)

O *grid* busca principalmente harmonizar o texto com a imagem e de acordo com ela. São usados ângulos diferentes dos ângulos retos afim de garantir movimento ao conjunto, pois apenas ângulos perpendiculares entre si transmitiriam uma noção de estaticidade que não diz respeito à este espetáculo.

A imagem fotográfica foi usada em preto-e-branco, e retrata um rapaz executando um passo de dança, numa posição frontal, em direção à câmera. Esta imagem foi recortada, de forma a excluir qualquer tipo de fundo presente na foto original, aproveitando somente a figura do rapaz. A foto em si apresenta movimento, pois a postura do indivíduo transmite o ritmo da dança e da música. A imagem não é centralizada no cartaz, transmitindo uma sensação de que o rapaz originalmente estava presente no centro do cartaz, mas que o ritmo da música e seu passo de dança o deslocaram um pouco para o lado, e todo o texto contido em torno dele o acompanhou.

4.3 THE DIVA IS DISMISSED (1994)

Este cartaz consiste em uma peça de divulgação de um show de humor da artista Jenifer Lewis (Figura 6). Tratava-se de um show de humor, onde o espetáculo possuía uma relação autobiográfica com a atriz e escritora do número.

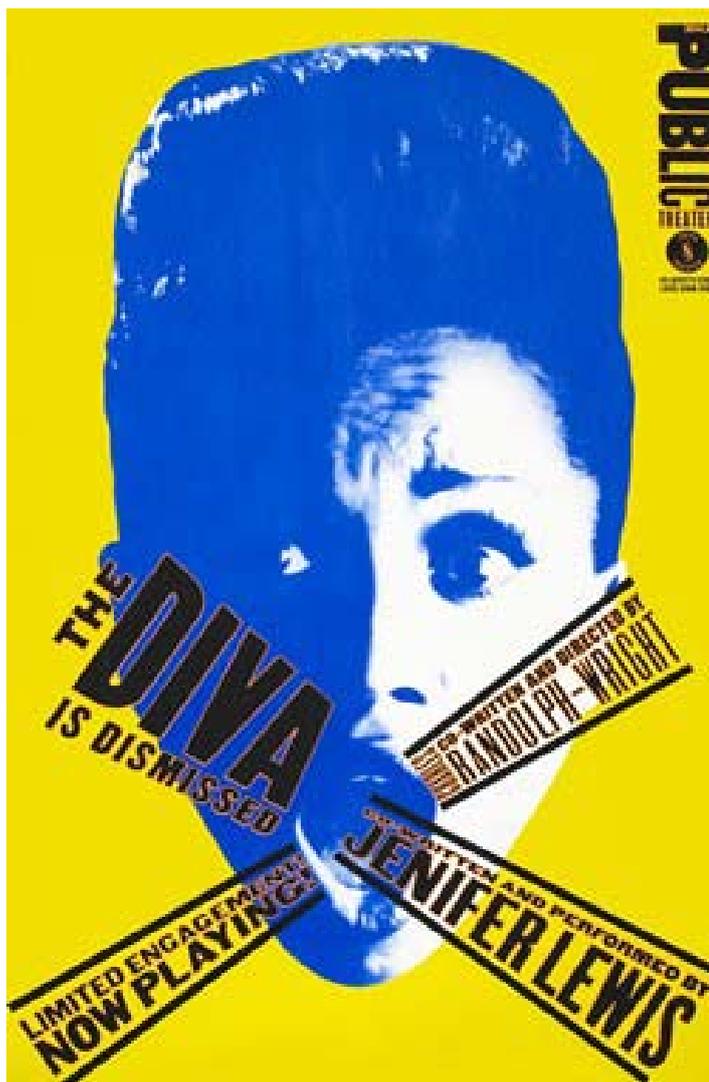


Figura 6 - Cartaz The Diva is Dismissed
 Fonte: Pentagram (2011)

O cartaz não possui muitos elementos, figurativos ou textuais, se valendo de uma comunicação direta, onde a mensagem é transmitida por poucos elementos. Há uma foto do rosto da atriz - centralizada no cartaz - com uma expressão facial que indica um grito, e as informações textuais são dispostas de forma radial ao redor de sua boca, de forma a aparentar a direção do som do grito.

Em comparação aos demais cartazes feitos pela designer, este apresenta relativamente poucas informações. São informações mais objetivas e bem breves. Provavelmente pois um grito é curto e fala por si só, tem a agressividade, impaciência e chama a atenção para si. São todas informações breves, além da marca do teatro no canto superior, há o nome da peça, o nome da atriz e escritora, do diretor e uma frase com uma chamada para a peça, afim de instigar o público e dar a entender que tipo de temática será tratada.

São usadas fontes sem serifa e em caixa alta. O sentido da caixa alta neste caso é bem evidente, já que a imagem da atriz supõe um grito, as palavras também aparentam estar sendo “gritadas”. Os tipos de informações são divididos em blocos, totalizando quatro conjuntos de informações. Estes blocos são dispostos radialmente em torno da boca da atriz, simulando o grito. Para enfatizar o efeito de som se expandindo no espaço, as letras mais próximas da boca são levemente menores e vão aumentando gradualmente conforme se afastam da boca, transmitindo a sensação de abrangência de maior espaço, como as ondas sonoras.

O cartaz possui poucos elementos. Possui um fundo amarelo liso, alguns textos na cor preta, e uma imagem fotográfica de um rosto feminino, que recebeu tratamento para se resumir em duas cores principais: o azul e o branco. O azul da foto e o amarelo do fundo possuem um contraste forte, por serem praticamente cores contrastantes no círculo cromático. Outra característica interessante que pode-se notar em alguns materiais da Paula Scher, é a presença de movimento tanto em seus cartazes quanto nas fotos que complementam estes. A foto de Jenifer Lewis, neste caso, representa um grito, que é notado por sua expressão facial – olhos arregalados, com um aspecto de leve desespero, e a boca aberta - , não deixando margem para dúvidas do que isso representa.

As informações são dispostas de forma centralizada, exceto pela marca do teatro, que encontra-se deslocada para a direita. As informações referentes à peça, são dispostas no centro do cartaz, e não há elementos no fundo para preencher o espaço. Neste caso, o espaço “vazio” têm a função de exaltar a imagem e os textos, sem desviar o foco da atenção do observador, e concentrar-se apenas no grito. Novamente as palavras são dispostas em ângulos, afim de garantir movimento e ação às palavras, de forma a complementar a imagem, sem carecer de mais elementos pictóricos, de forma a sintetizar a mensagem a ser transmitida, de forma simples, clara, e principalmente objetiva.

4.4 SWATCH (1986)

Este é um cartaz feito para um anúncio da marca *Swatch* – uma marca de relógios (Figura 7). É um cartaz polêmico e divisor de opiniões, pois buscou claramente referência ao cartaz de Herbert Matter, feito em 1938 para o *Bureau* de Turismo Suíço. Porém, Paula Scher afirma que este cartaz consistiu em uma espécie de paródia ao cartaz de Herbert Matter:

De qualquer maneira, as pessoas captam a piada ou ao menos compreendem seu sentido – realmente espero que o façam – e essa é a graça para nós [Scher e seu então sócio Terry Koppel] e uma das razões pelas quais adoramos fazer design. (HELLER, 2009, p. 270)

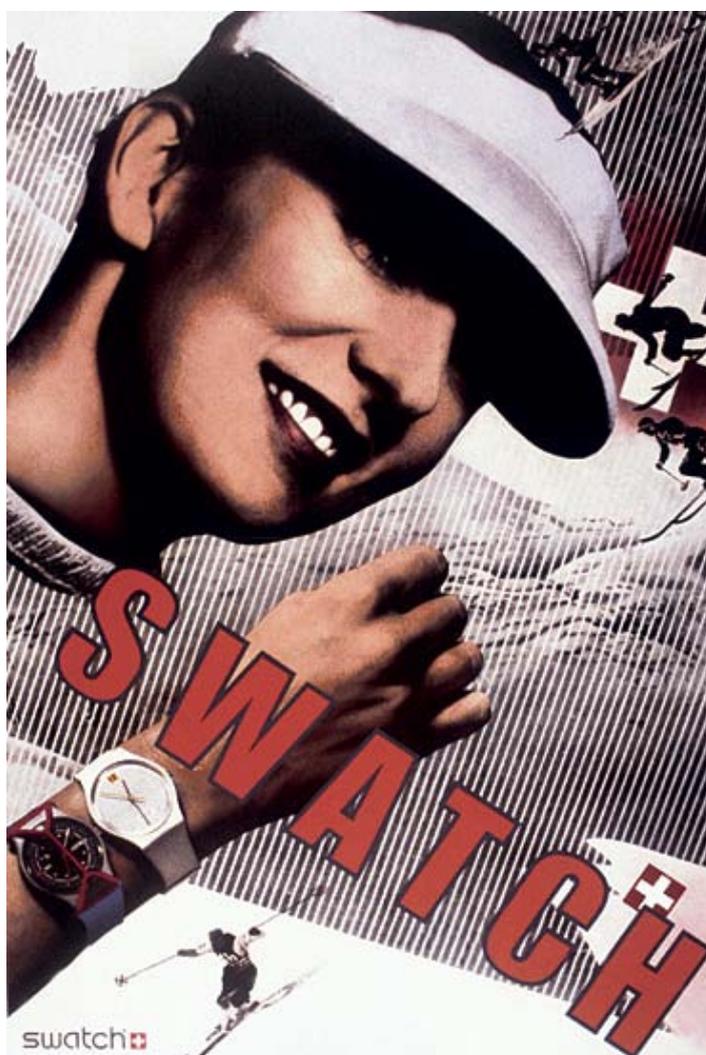


Figura 7 - Cartaz Swatch
Fonte: Pentagram (2011)

O cartaz de Paula Scher apresenta praticamente todos os mesmos elementos presentes no cartaz feito para o *Bureau* de Turismo: algumas colinas cobertas de

neve, onde há esquiadores; uma bandeira da Suíça ao fundo; e em primeiro plano a foto de uma modelo sorrindo e ostentando uma viseira. A diferença presente no cartaz de Paula Scher é o acréscimo de um braço usando dois relógios da marca. A relação como cartaz feito por Herbert Matter nos idos de 1938 faz sentido, pois o cartaz de turismo representa um atrativo do país, além de ser atrativo por si só. Este cartaz é mais enriquecido por ter sido relevante e uma forte referência para uma releitura feita por outro designer – com outra finalidade.

As informações textuais contidas no cartaz se resumem à marca no canto inferior, e ao nome da marca representado em letras grandes numa linha diagonal próxima à imagem do rosto da moça. As montanhas e esquiadores remetem à um dos atrativos turísticos da Suíça.

No escrito “*Swatch*” no meio do cartaz, foi usada uma fonte sem serifa, na cor vermelha, provavelmente afim de ornar com a bandeira da Suíça, que aparece ocupando um espaço menor na composição, de forma mais sutil. No cartaz de turismo, também há a utilização de fontes sem serifa, porém, são representadas na cor preto.

O fundo apresenta imagens de montanhas cobertas de neve – típicas do país - , e algumas pessoas esquiando, evidenciando o esporte, que é um atrativo turístico. Há uns grafismos por cima das imagens, são constituídos de linhas retas, repetindo-se em um ritmo constante, formando um padrão listrado. Estas listras são inclinadas apontando para o lado direito, o que reforça a idéia de ascensão e declividade das paisagens Suíças.

A imagem fotográfica que demonstra um rosto feminino alegre é bastante semelhante à do cartaz de turismo, pois esta foto para o cartaz de Paula Scher foi tirada com a modelo num mesmo ângulo e com iluminação semelhante. A modelo está com o rosto levemente virado para o lado, num posicionamento de $\frac{3}{4}$, de forma que ela não estivesse olhando diretamente para a câmera, mas para o horizonte. O tratamento aplicado na foto foi afim de deixar-lhe mais parecida com a foto usada de referência, intensificando as sombras em seu rosto e braço, e dando um aspecto suave de envelhecido para a foto.

As informações são em sua maioria, pictóricas, como foi dito anteriormente. As informações textuais são apenas dois modos distintos de escrever a marca de relógios, e a composição destas informações segue exatamente o modelo da referência. A marca *Swatch* escrita em vermelho, próxima à imagem, é inclinada, em

um ângulo que propicie a formação de um ângulo reto entre os grafismos listrados – que são seguidos pela orientação da foto.

Paula Scher, no livro Heller (2009), comenta sua impressão sobre o cartaz da *Swatch* e do *Bureau* de Turismo da Suíça:

Embora alguns críticos argumentem que a apropriação excessiva do passado tende a trivializar tanto o passado quanto o presente, promovendo o design automático, outros argumentam que a introdução dessas reprises serve para avivar o campo do design por meio da oferta de opções mais criativas. Quando a história é inteligentemente absorvida, os resultados são visíveis. Onde a história é usada com eficiência como modelo, um senso de adequação é, em geral, aparente. Mas, quando a história é somente cortada e colada, o resultado quase sempre é puro clichê. (HELLER, 2009, p. 270)

4.5 BALLET TECH (1999)

Este cartaz consiste em um instrumento de divulgação de espetáculo, da companhia de dança *Ballet Tech* (Figura 8). Como o próprio nome diz, há uma união entre o balé e a tecnologia, seja nas danças, na produção dos espetáculos e etc.

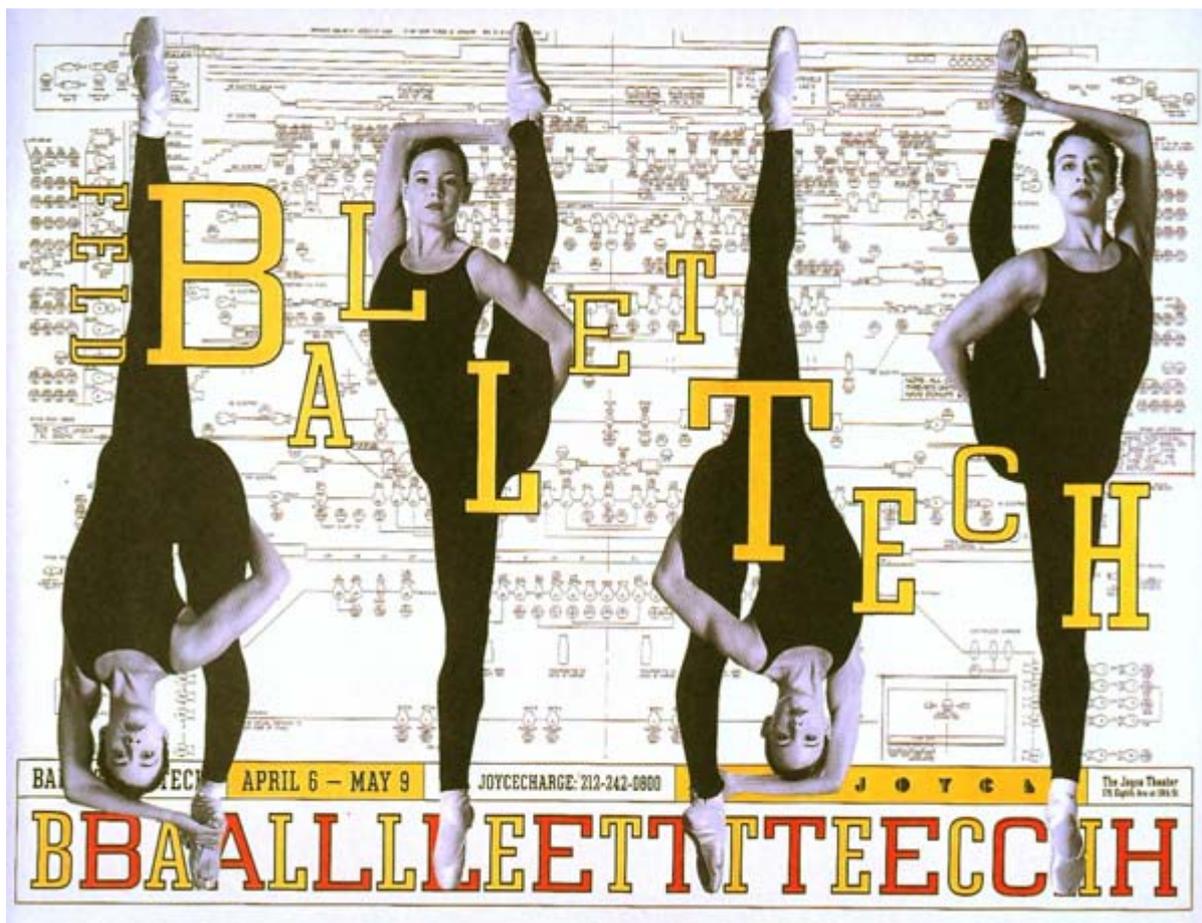


Figura 8 - Cartaz Ballet Tech (1999)
Fonte: Pentagram (2011)

Pode-se notar a presença de imagens fotográficas de bailarinas, com um letreiro que expõe o nome da companhia à frente destas imagens, com as letras espalhadas. No fundo há um desenho, aparentemente um projeto de algum produto eletrônico, explanando seu funcionamento. As informações são dispostas na horizontal ou na vertical, neste caso. Buscou-se utilizar apenas os ângulos retos, logo, a sensação de fluidez e delicadeza foi deixada um pouco de lado, dando espaço para uma impressão mais sólida e forte da companhia de dança.

As informações propostas consistem no marca da companhia de dança, com as letras espalhadas pela frente das dançarinas, ajustando-se aos seus corpos; há umas informações em tamanho menor na parte inferior do cartaz, como datas do espetáculo, e o local de exibição. Nesta parte inferior se repete o escrito “*Ballet Tech*”, duplicado e com letras nas cores vermelho e amarelo, com duas fontes diferentes. O escrito em amarelo utiliza uma fonte serifada e mais condensada do que a vermelha, que segue o mesmo modelo, mas aparenta ser mais robusta. Ambas apresentam um contorno preto.

O fundo deste cartaz se utiliza de um projeto, ou esquema de funcionamento de algum artefato eletrônico, ou até um circuito elétrico. Este é o elemento que transmite a idéia de tecnologia à peça gráfica. Este conceito de tecnologia é evidenciado também pela disposição reta dos elementos, que formam sempre ângulos de 90° entre si, com pouca mobilidade. São usadas poucas cores: grande parte das informações são em preto-e-branco, assim como as fotos. Demais textos também são colocados em preto-e-branco, exceto pelo nome da companhia, que apresenta variações entre amarelo e vermelho.

As imagens fotográficas que apresentam dançarinas executando uma pose com uma das pernas levantadas pra cima, são usadas em preto-e-branco. Esta pose foi registrada numa perspectiva frontal, desta forma, as fotos também acompanham a composição geral da peça. A variação de posição destas dançarinas se dá através da rotação de duas imagens repetidas: as dançarinas foram colocadas de cabeça para baixo, resultando em quatro imagens lado-a-lado.

4.7 BALLET TECH (2001)

Este é outro cartaz feito para um espetáculo da companhia de dança *Ballet Tech* (Figura 9). O cartaz apresenta algumas fotos de dançarinos executando passos de dança, evidenciando movimento e curvas mais sinuosas.



Figura 9 - Cartaz Ballet Tech (2001)
Fonte: Pentagram (2011)

Há uma dançarina em primeiro plano, numa pose semelhante à do cartaz anterior: com a perna levantada acima de sua cabeça. Em segundo plano há as imagens de alguns rapazes executando algumas poses e passos de dança que remetem às danças de rua. As informações textuais são dispostas na horizontal ou na vertical, com variação no dimensionamento da fonte.

O nome da companhia de dança aparece em tamanho grande, com uma fonte serifada, de forma a preencher uma linha vertical do cartaz, e inclusive ultrapassando os limites do cartaz, sangrando. No nome da companhia foi aplicado um filtro que lhe conferiu transparência, e então acrescentou-se a mesma informação repetida, sobreposta, porém não alinhada, dando um aspecto de erro de registro. As informações dispostas na horizontal são colocadas com fontes também serifadas, apresentando dados sobre localização do espetáculo e data de exibição.

O fundo da imagem é predominantemente branco, com algumas listras em um castanho claro, contendo informações que remetem à um filme fotográfico. O filme fotográfico consiste na imagem negativa, e após o processo de revelação desta

película, obtém-se a imagem positiva. Não por acaso, a imagem dos rapazes em segundo plano está apresentada em dois tons, com aparente aspecto de imagem negativa. A imagem dos rapazes, em verde, é repetida continuamente, pois pode-se observar que a imagem é repetida no lado direito do cartaz, dando a impressão de erro, como se o cartaz tivesse sofrido um corte errado. Ou até mesmo remetendo à *tickets* de ingressos, comuns para dar passagem à eventos deste gênero, como pode-se observar também pela tarja laranja disposta verticalmente, ao lado da imagem da dançarina.

As informações pictóricas são centralizadas verticalmente, e as laterais – superior e inferior – apresentam uma margem colorida com algumas informações textuais, como o nome da companhia de dança de forma contínua, com as fontes alternadas (como foi observado no cartaz anterior), e algumas marcas de registro comumente utilizadas em gráficas, afim de certificar-se o meio do documento. Provavelmente isto ocorre pois a intenção foi a de produzir um material com ar mais despojado, sujeito à interpretações que relacionem outros matérias gráficos utilizados para divulgação de eventos.

4.8 BALLETT TECH (2008)

Esta peça consiste em um cartaz feito em meados de 2008, com uma nova identidade proposta para a companhia de dança *Ballet Tech*. Tem um aspecto visual bem distinto das demais peças de Paula Scher analisadas até então. Não há tantas peripécias tipográficas e cores vibrantes, é basicamente construído em preto-e-branco e escalas de cinza, fazendo menção novamente à cidade de Nova York. Pode-se concluir que a designer se vale de diversos modos para representar a cidade, que vão se modificando no decorrer do tempo e com as tendências visuais, que vão se alterando e renovando com o passar das épocas. Segue uma breve nota, publicada no site da *Pentagram* à respeito desta nova identidade:

The palette is composed of black, white and silvery grays, in the way that the buildings of New York can sometimes appear. The starkness of the identity

is softened by its transparency and a subtle gradation of color that will include shades of blue blacks, green blacks and red blacks.

(...)

“The identity is designed to be powerful and graceful at the same time, like the company,” says Scher. “It looks like the city’s ballet.” (PENTAGRAM, 2011)

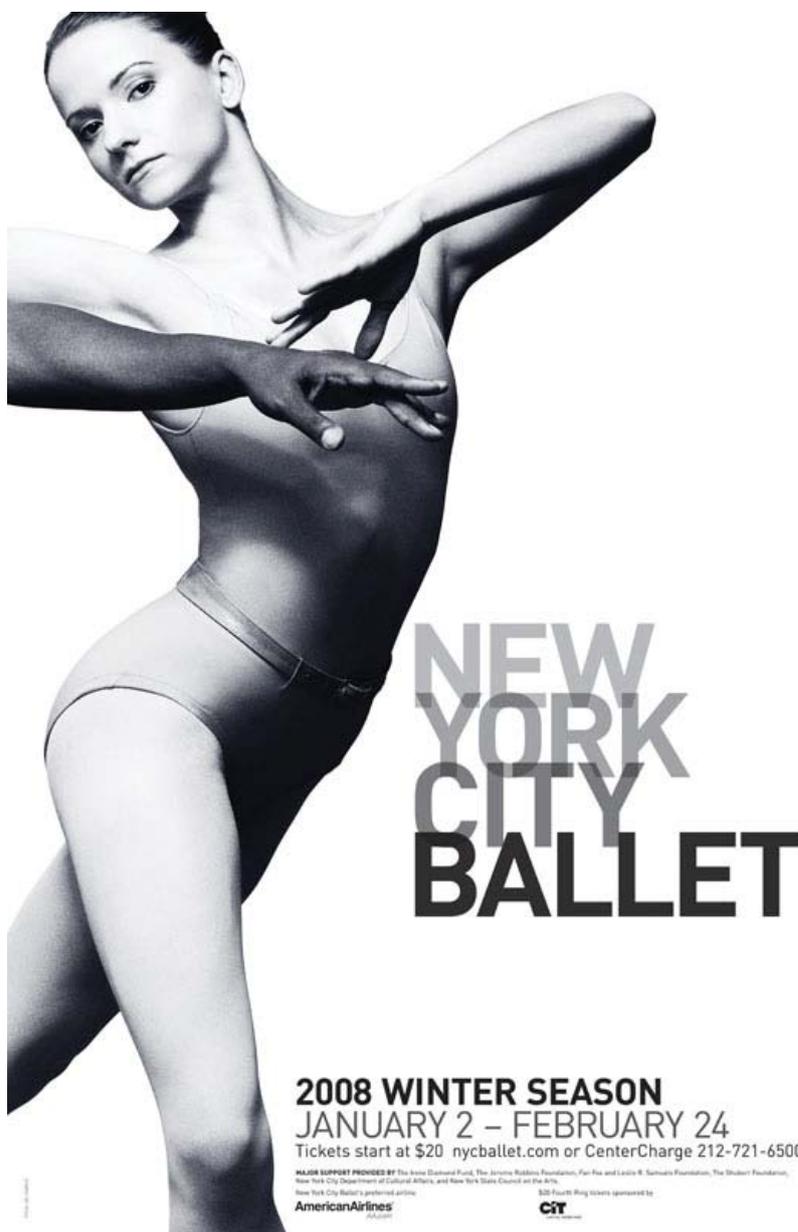


Figura 10 – Cartaz Ballet Tech 2008
Fonte: Pentagram (2011)

Pode-se observar na Figura 10, a presença de uma imagem fotográfica retratando uma jovem bailarina, em uma pose suave e fluida, e um braço masculino aparecendo em parte. Esta imagem foi colocada em preto-e-branco, e denota uma característica presente nas fotos contidas nos cartazes da Paula Scher: possui movimento, não se trata tão somente de uma imagem estática. Há um texto à direita

da foto, com o nome de um espetáculo aberto na temporada de inverno do ano de 2008. Na parte inferior há um bloco de texto com informações mais detalhadas sobre o evento, com variação de fontes, ou variações de uma mesma fonte, se valendo de outras famílias desta.

O nome do espetáculo é colocado em letras grandes, com gradações de cinza, até chegar ao preto, vindas de cima para baixo. Isto denota fluidez no texto, com o acréscimo de transparências entre as palavras – que estão levemente sobrepostas -, combinando com a pose da bailarina, que também é bastante suave.

Seguindo a linha monocromática, o fundo é branco, e a imagem possui um contraste forte, com sombras pretas, fazendo com que a imagem salte do cartaz. Este contraste é reforçado pelo acréscimo do braço masculino negro, que aparece de forma sutil, a sugerir que a imagem possui uma continuidade. E de fato, esta imagem possui continuidade, pois é um retalho de uma imagem maior, utilizada em *banners* e na decoração local da companhia de dança. Como citado anteriormente, pela própria designer, a intenção era a de construir uma identidade forte e graciosa, e isso foi alcançado pela harmonia entre os altos contrastes de preto e branco, e pelas transparências utilizando tons de cinza, que acima de tudo remetesse à cidade.

O estilo do cartaz segue tendências contemporâneas de estilo, favorecendo a clareza na comunicação, pois apresenta informações claras e precisas. São usadas fontes sem serifa (o que se notou ser algo recorrente nas peças da designer), com variações de pesos, tornando o cartaz homogêneo através de transições bruscas, mas dentro do estilo proposto.

5 EXPERIMENTAÇÃO DE ARTISTA GRÁFICA: FOTOGRAFIA E CARTAZ

5.1 A IDEALIZAÇÃO

Tomando como base os cartazes de Paula Scher analisados anteriormente, seguiu-se um processo de criação de uma série contendo sete cartazes: cada um fazendo referência a um dos cartazes analisados – em quesitos de temática, conceito e cores.

A proposta era a de inverter as linguagens fotográficas: analógica ou digital, de acordo com o cartaz tomado como base, afim de contribuir para uma discussão do uso da fotografia autoral pelo designer, e de suas linguagens disponíveis, que proporcionam resultados estéticos diferentes, tendo os cartazes de Paula Scher como inspiração.

A fotografia permite edições digitais, retoques, intervenções no ato do clique e tudo mais o que se puder imaginar. Neste trabalho, a intenção foi a de explorar e experimentar as edições manuais: o recorte à mão, colagem e intervenções na foto, reforçando o caráter autoral e resgatando um processo de criação manual.

Partindo de um número de cartazes definido pela análise, foram detectadas características que poderiam ser exploradas na série de cartazes a ser feita. Partindo do uso da fotografia, optou-se por dar destaque a esta linguagem, deixando elementos textuais não incluídos nestes cartazes. Apesar de ser um elemento importante para a comunicação das mensagens nas peças da Paula Scher, o objeto de estudo e experimentação deste trabalho consiste na fotografia, e devido a isto, o destaque foi direcionado exclusivamente para ela. De forma que eliminando elementos tipográficos da construção dos cartazes, careceu-se de um esforço maior para transpor formas e composição das palavras para as fotos.

Para compor uma série de cartazes, desejou-se que tivessem algo que criasse unidade entre os sete cartazes. Os cartazes da *designer* Paula Scher analisados possuem finalidades diferentes, e para este trabalho, almejou-se fazer cartazes que se comunicassem entre si e com os da Paula Scher ao mesmo tempo, sendo possível detectar pontos em comum com as peças dela. O elemento presente

nas peças da *designer*, em geral, são elementos complementares. Ela abusa de cores complementares, criando contrastes fortes; há uma força na imagem destacada do fundo liso; bem como intervenções na imagem, visando complementar e conferir outro significado às imagens, como por exemplo no cartaz do evento *Shakespeare in the Park* (Figura 4).

A fim de criar esta unidade, foram selecionadas características contidas nos cartazes analisados, que seriam interessantes para ser exploradas nos cartazes a ser feitos. Paralelo a isso, também foram listados alguns tipos de intervenções que poderiam ser feitas nas fotografias. Foi feita uma análise de que linguagem fotográfica poderia ter sido usada nos cartazes de Paula Scher, pois este tipo de informação não se encontrou disponível nos meios pesquisados. A idéia não é a de esta inversão de linguagens ser algo imutável e obrigatório, mas sim um meio de divisão de uso de linguagens à efeito de experimentações.

Optou-se por fazer um trabalho que fizesse relação com as referências usadas por Paula Scher. No caso dela, a inspiração declarada é a cidade de Nova York, com a agitação e sonoridades e arranha-céus. Para esta série de cartazes em desenvolvimento, foi decidido explorar o sentimento de pertencimento à algum lugar, e foi escolhida a cidade de Curitiba como tema. A autora deste trabalho não nasceu nesta cidade, mas possui vínculos emocionais e lembranças distintas, como as de infância e adolescência.

Então, foi preciso definir o tema a ser fotografado, os objetos a compor os cartazes, que principalmente simbolizassem a cidade. Em algumas divagações foi cogitado o uso de estátuas, por se tratarem de representações de pessoas – bastante usadas nos trabalhos de Scher (as pessoas, não as estátuas) – e serem parte integrante da paisagem urbana, presentes em praças e próximas a prédios históricos. As estátuas são elementos presentes na cidade, e imunes às mudanças que ocorrem ao redor. Possuem seu espaço, mas nem sempre a manutenção necessária. Ao observar algumas fotos antigas, pode-se notar como a paisagem ao redor modifica-se com rapidez, enquanto as estátuas continuam imponentes e imutáveis, inclusive, tornando possível a identificação do local por meio da estátua. As estátuas são representações de pessoas, podem ser personalidades importantes para a construção da cidade, meramente decorativas ou simbólicas, homenageando alguém. São construídas em materiais rígidos, e o aparente movimento que algumas podem apresentar, é mérito do artista que as construiu. Logo, as estátuas

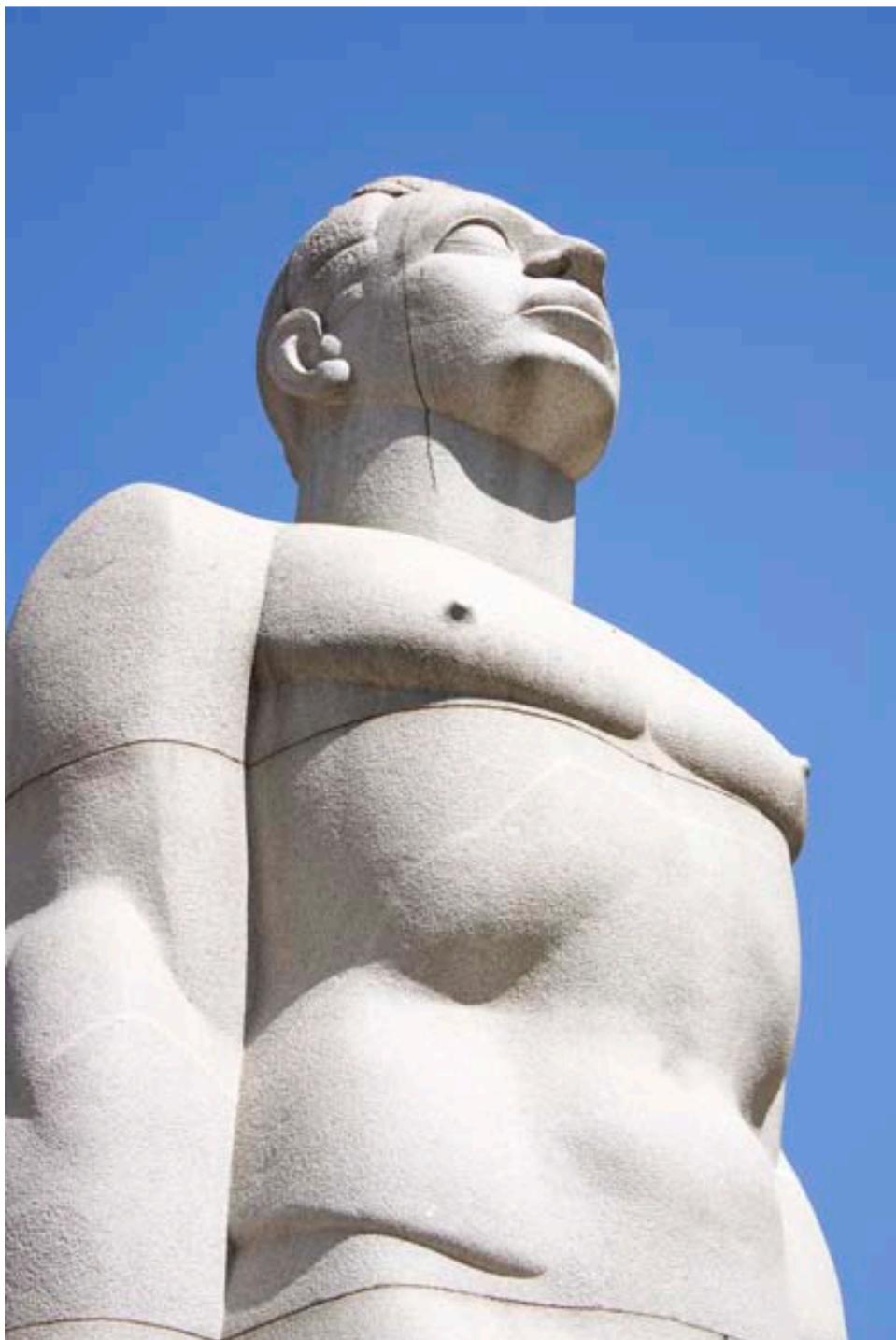
constituíam um bom tema a ser fotografado, já que se tratam de objetos rígidos, com sensação de movimento, além de serem representações de algo escolhido, não constituindo a realidade em si, mas possuidor de um significado que remete à realidade – assim como a fotografia.

5.2 A CONCEPÇÃO

Serão apresentados na sequência, as fotografias que deram origem aos cartazes, bem como um acompanhamento do processo de criação de cada uma das peças, detalhando os paralelos entre estes cartazes e os da Paula Scher.

Foram realizados testes fotográficos prévios, a fim de conferir o comportamento da luz nestas estátuas, os ângulos possíveis e que tipo de composição estas peças formam no ambiente urbano. Um ponto curioso detectado, talvez o mais influente no resultado, é que grande parte das estátuas são dispostas em local elevado, tornando a maioria das fotos possível somente observando a estátua por baixo. Com auxílio de um equipamento mais aprimorado e/ou fotografando a partir de algum prédio próximo talvez seja possível capturar a estátua em posições frontais e de perfil. Mas, partindo do pressuposto de que não é simples adentrar em locais assim, optou-se por usar as fotos nas condições possíveis, aproximando o enquadramento e ângulos dos utilizados nos cartazes de Scher.

Seguem alguns testes fotográficos prévios, decisivos para a obtenção das fotografias utilizadas no trabalho.



Fotografia 3 – Teste de Foto
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

A Fotografia 3 foi um teste, a fim de estudar possíveis ângulos e enquadramentos. Somente seria possível realizar esta fotografia por baixo, de forma a deixar o Homem Nu sempre olhando em direção ao horizonte, e em um ângulo que lhe confere imponência – como em praticamente todas as estátuas. A foto a ser usada no cartaz foi feita com o uso de uma máquina fotográfica analógica.



Fotografia 4 – Teste de Fotografia
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

A Fotografia 4 e a Fotografia 5 são estudos feitos para a fotografia da estátua do Barão do Rio Branco. Esta é outra estátua que não permitia uma vista frontal sem conferir imponência à estátua. Foram feitas fotos em alguns ângulos, afim de verificar qual posição favoreceria o cartaz, com o intuito de agregar um ar de espetáculo na estátua. A posição frontal apresentada na Fotografia 5 tornou possível a experimentação de repetições da imagem – garantindo um conjunto com posição apoteótica - , e edições digitais, para conferir-lhe um aspecto de imagem negativa.

A Fotografia 6 corresponde à um dos estudos de fotografia, porém, o intuito desta era constituir um fundo, um padrão que preenchesse o espaço e fosse passível de interação com as imagens de estátuas que seriam acrescentadas na composição.



Fotografia 5 - Teste em fotografia
Fonte: Arquivo pessoal (2011)



Fotografia 6 - Teste de Fotografia
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.1 Cartaz Cidade Sorriso

Para este cartaz, foi tomado como base o cartaz da Swatch (Figura 7), que é por sua vez, inspirado em outro cartaz.

A principal característica deste, é a apropriação de outro material. Logo, optou-se por utilizar o mesmo modelo de construção, constituído de fundo com paisagem característica, pessoas, e um elemento em primeiro plano, representando um indivíduo sorridente. No cartaz de Paula Scher, houve o acréscimo de um braço ornamentado com relógios, então isso abriu margem para o acréscimo de algo que complementasse a imagem, conferindo um caráter lúdico e condizente com o contexto da paisagem.

Foi escolhida a estátua do Buda, por ser uma das poucas que ostentam um sorriso. A grande maioria possui uma expressão séria ou visionária. Além de que está em uma posição meditativa e presente na praça do Japão, ou seja, possui relação com as raízes da aluna. Estas fotos foram obtidas através de uma câmera digital, e passaram por um processo de edição e tratamento de cor em software de computador. A foto utilizada na construção do cartaz pode ser vista a seguir:



Fotografia 7 - Estátua do Buda
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Para compor o fundo do cartaz, foi escolhido o Jardim Botânico, por se tratar de um parque com destaque para natureza, freqüentado principalmente por famílias com crianças e casais. Trata-se de um ambiente mais relaxante e silencioso, onde é possível entrar em contato com a natureza e descansar. Este cenário e o Buda constituem um conjunto harmonioso, pois o Buda encontra-se em posição de meditação, combinando com os freqüentadores do Jardim Botânico, que vão atrás de tranquilidade. O parque foi fotografado em um domingo, por ser um dia em que é bastante procurado, ainda mais em dias com temperatura mais amena.



Fotografia 8 - Jardim Botânico
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Definidos os elementos a integrarem o cartaz, e com as fotos feitas, foram feitos esboços e testes prévios de composição. Não houve uma necessidade tão grande de estudo de composição, já que era possível se apropriar do modo como os outros cartazes haviam sido construídos. Foi usada a cabeça em tamanho grande, em primeiro plano. Mas ainda assim, faltava algum elemento que desse a comicidade para o cartaz, e que diferenciasse este dos que serviram de “inspiração”. Em algumas pesquisas breves, foram achados algumas informações sobre uma suposta queda que a estátua teria sofrido, resultando em uma degolação da cabeça, que foi reconstituída posteriormente. Então, acrescentou-se o corpo em tamanho menor, dando destaque maior para a cabeça. Assim como objetos que sofrem algum tipo de acidente, e após reconstituição, não são exatamente como costumavam ser, pois adquirem um caráter diferente, que consiste em uma tentativa de retomar o que eram antes. Destacou-se a cabeça, tornando-a incompatível com o corpo, mas mesmo assim, identificável e com as partes pertencentes à mesma estátua.

O resultado obtido é mostrado a seguir, na Figura 11:



Figura 11 - Cartaz Cidade Sorriso
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.2 Barões bailarinos

A criação deste cartaz tomou como base o cartaz da companhia de dança Ballet Tech, de 2001 (Figura 9).

Foram usados elementos oriundos do cartaz analisado, como por exemplo, as cores, o efeito de negativo na foto, e elementos construtivos do cartaz presentes no produto final. O cartaz presente na Figura 9 foi usado para divulgação de um espetáculo de dança e da própria companhia em si. Para o cartaz a ser feito, desejou-se manter este caráter de espetáculo no cartaz, dentro dos novos parâmetros, utilizando estátuas e sendo construído à mão. Para isto, usou-se a imagem da estátua do Barão do Rio Branco (Fotografia 9).



Fotografia 9 – Estátua Barão do Rio Branco
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Assim como foi analisado no cartaz da Paula Scher, há imagens em negativo. Para este, optou-se por também usar imagens fotográficas em negativo. Esta transposição para negativo ocorreu em um software, pois a fotografia foi obtida com uma câmera analógica, e careceu de uma digitalização do filme, para posterior edição, e revelação do arquivo digital.

A fim de conferir um aspecto de espetáculo e companhia de dança, foi executada uma repetição de mesma imagem, já que muitas danças costumam ter coreografias semelhantes para todos os dançarinos, gerando um movimento uniforme em grupo. O resultado obtido foi interessante, então executou-se o espelhamento da imagem, colocando estas estátuas em “dança” numa pose apoteótica.

Para compor o fundo, foi usado um papel laranja liso, usando como fundo amplo o que no cartaz de Scher era o detalhe destacado e colocado na frente. Em verde foram usados detalhes transparentes sobrepondo a foto. Foram colocados alguns pedaços de plástico transparente, um deles criando uma faixa vertical, fazendo referência à faixa no cartaz de Scher - que sugere a continuidade do cartaz. Os pedaços rasgados de plástico têm a intenção de tornar a composição irregular, quebrar a simetria das imagens, e colorir parcialmente as fotos. Foram afixadas com fita adesiva, que foi deixada aparente, a fim de extravasar a construção do cartaz.

A postura representada na estátua quando colocada em grupo sugere um movimento repetido pelas outras, que sozinho poderia não fazer tanto sentido. As imagens do Barão coladas não foram milimetricamente ajustadas para conferir simetria. Há um deslocamento gerando uma sangra nas laterais, onde pode-se detectar que não foram usados mesmas quantidades de espaço para os grupos de Barões.

Segue o resultado na Figura 12:

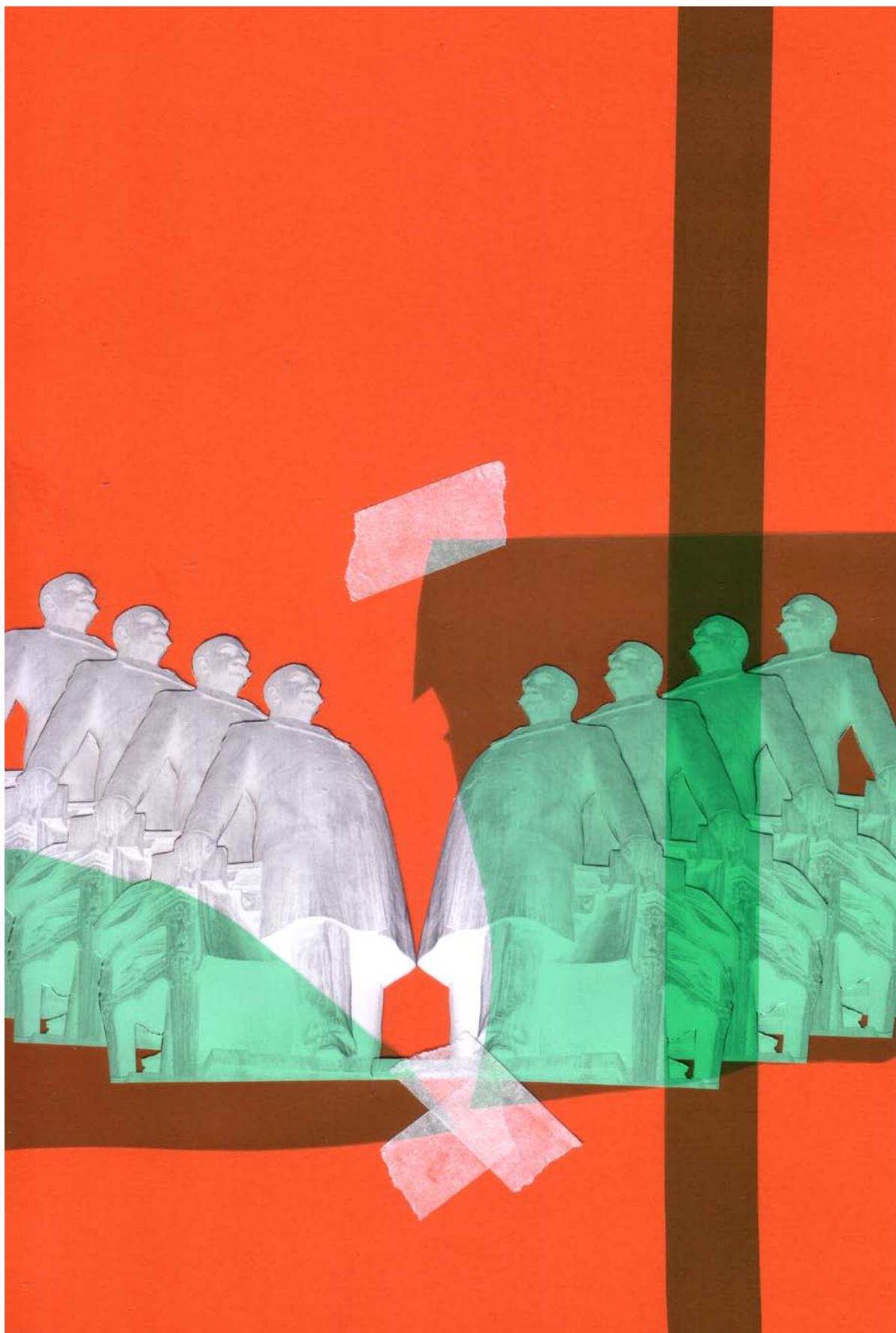


Figura 12 - Cartaz Barões bailarinos
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.3 Grito

Este cartaz é a releitura fotográfica que faz referência ao cartaz da peça *The Diva is dismissed* (Figura 6). O elemento bastante forte nas obras de Scher é o fato de possuírem características complementares entre si – podem ser cores, ausência ou presença de elementos, ou a própria relação com o ambiente urbano. Ela se vale de cores complementares, usando essa complementaridade como no *yin yang*, onde o notável é a harmonia entre coisas distintas. Ou como se pode notar no decorrer da carreira de Scher, os cartazes se tornam mais “limpo”, em contraste com a cidade, que vai se tornando mais poluída de informações.

Foi preciso procurar alguma estátua ou monumento na cidade que caracterizasse o grito, como o de Jenifer Lewis, algo que emitisse um som, e extravasasse algum sentimento de pânico, dor ou desespero. O espetáculo de Jenifer Lewis possuía um caráter cômico, onde a atriz representava situações que tinham relação direta com sua vida. Essa comicidade do espetáculo precisava ser transposta para algo que representasse um sentimento semelhante. Então, optou-se pela estátua do Cavalo Babão – chamada na realidade, de Fonte da Memória - , presente no Largo da Ordem. O cavalo aparenta uma agonia, e possui um olhar vidrado, como se sentisse dor e a água que sai de sua boca fosse um reflexo desta dor.

Foram tiradas fotos da estátua de perfil, a fim de destacar somente a boca, e agregar isto à cidade que aparece representada por alguns prédios ao fundo. Estas fotos foram obtidas através de uma câmera digital, e foram feitos somente alguns retoques de contraste (Fotografia 10).



Fotografia 10 - Estátua do Cavalo Babão
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

A foto foi alterada para ficar com aspecto preto-e-branco, destacando as formas, e direcionando a atenção, sem confundir o observador com cores demais. A fim de criar uma relação entre o cartaz a ser feito e o analisado, foram listadas características que poderiam constar nesta peça nova. Havia a forma das palavras saindo da boca da atriz, transmitindo a sensação de som, e o contraste forte entre as cores. Optou-se por reduzir a paleta de cores, deixando somente o amarelo e o preto. E as fotografias foram recortadas de maneira a sugerir uma forma equivalente à das palavras saindo da boca da atriz, originando-se do centro do cartaz e indo em direção às extremidades, se expandindo e preenchendo o espaço.

Por terem sido usados fragmentos da foto, não é possível identificar prontamente o que elas retratam. Os recortes deixam algumas partes da estátua sangradas, impedindo a visualização deste fragmento completo. O recorte vem à fragmentar a imagem que já foi fragmentada na concepção da fotografia. E a junção destes fragmentos forma uma espécie de mosaico que tem origem no centro do cartaz e se expande em direção às laterais, como o som que se expande no espaço (Figura 13).



Figura 13 - Cartaz Grito
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.4 Colagem

Este cartaz faz referência com o do espetáculo *Bring in 'da noise, bring in 'da funk* (Figura 5). Como a inspiração maior de Scher é a cidade, este cartaz retratava no fundo as informações ordenadas de forma a aparentar ser uma parede com grafites e diversos meios de comunicação utilizados no ambiente urbano. Então para o cartaz foi idealizado utilizar o suporte explorado na cidade de Curitiba como meio de expressão, e tivesse relação com a unidade contida nos outros: a de utilizar estátuas ou monumentos públicos, elementos constituintes do espaço urbano atual, mas que possuem uma história mais extensa e presentes também no passado da cidade.



Fotografia 11- Fachada de Prédio na Rua Riachuelo
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

O objeto encontrado foi uma fachada antiga, com algumas intervenções, como *stencils* e pichações. O prédio em si já apresenta intervenções, já que o que resta é somente a fachada. A pintura é desgastada, deixando à vista camadas de tinta anteriores, exaltando sua idade avançada. Os *stencils* são coloridos, se destacando do tom amarelado da fachada. E as pichações abaixo são em tinta preta, contrastando com a tinta branca. É o tipo de construção antiga da cidade que se encontra em estado ruim de conservação, e serve de mural para as modificações e vandalizações. Foi um elemento da cidade interessante, pois apresenta em si o passado e o presente. O conservadorismo do passado e a degradação e desvalorização de um patrimônio público presente.

Esta foto foi obtida com o auxílio de uma câmera digital, e com o uso de um software de edição de imagens, foi gerada outra imagem a partir da original, com aspecto negativo, afim de representar a noite. Já que este tipo de intervenção costuma ser feito à noite, e é visualizado de dia. Os rasgos e colagens nas fotos são afim de transmitir o modo como as mensagens se apresentam: sobrepondo-se em camadas, e em camadas esta informação vai se sedimentando e criando outro tipo de informação – o reflexo da cidade, que vai contruindo-se e renovando-se, mantendo fragmentos de passado, intervindo nestes fragmentos, ou simplesmente derrubando-o. Os rasgos vêm a reforçar o caráter de arte urbana, rebelde e de protesto – isso buscou-se transmitir através destes rasgos, que também indicam um desapego da fotografia, retirando-a do patamar de objeto carregado com sentimentos. (Figura 14)

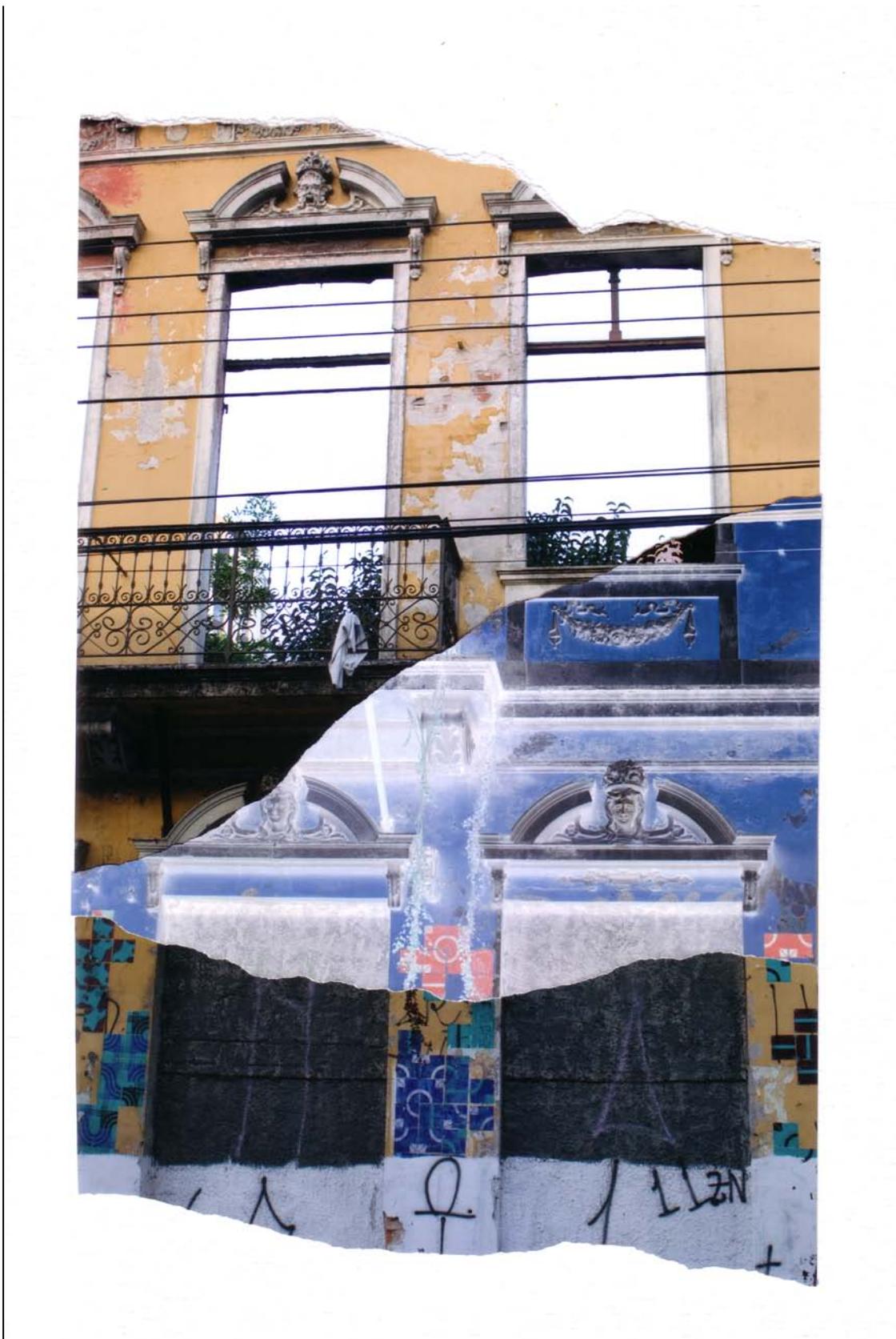
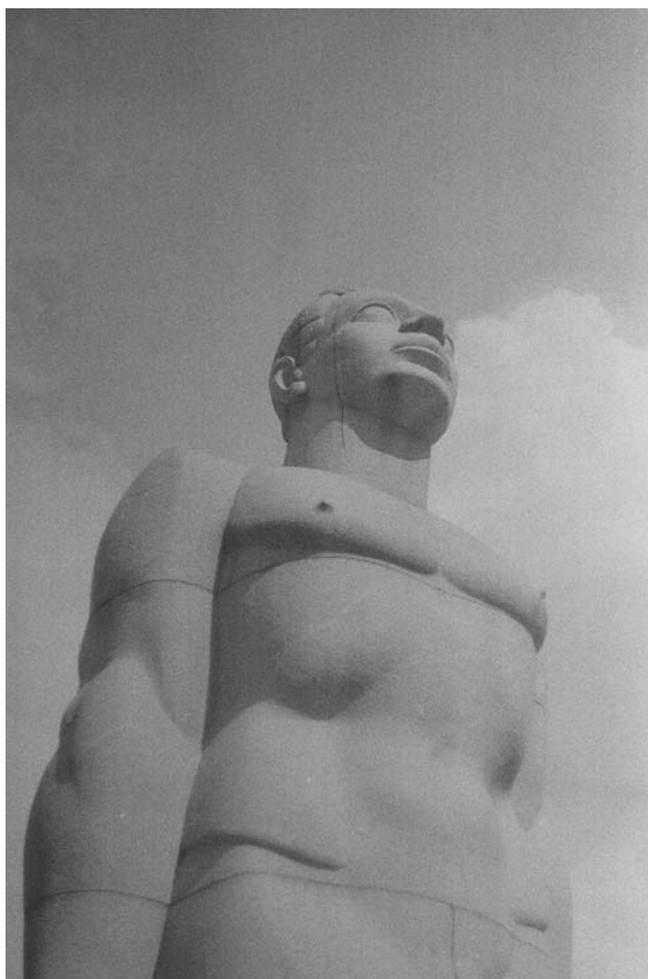


Figura 14 - Cartaz Colagem
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.5 Homem Praga

Este cartaz usou como referência o cartaz do evento Shakespeare in the Park (Figura 4). Assim como analisado no cartaz de Paula Scher, a intenção foi a de agregar coisas distintas em uma mesma imagem, linguagens diferentes em harmonia e complementando, agregando outro significado à imagem. No cartaz de Scher isso acontece pela harmonia entre a caveira e os tufo de cabelo. No cartaz a ser feito, almejou-se utilizar intervenções diretas na fotografia, desenhadas à mão. Isto por si só agregaria este conceito de junção de elementos distintos.

Foi preciso procurar uma estátua ou monumento que fosse ideal para este cartaz: que estivesse aberta a uma intervenção complementar, adicionando algo e lhe conferisse outro significado. Foi escolhida a estátua do Homem Nu, pois, por estar nu, está aberto à adição de quaisquer coisas que o “vistam”.



Fotografia 12 - Estátua do Homem Nu
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Foi decidido desenhar à mão por cima da foto, pois uma colagem fotográfica implicaria em uma variação menor de linguagens. A intenção foi a de deixar evidente o contraste entre as diferenças. Neste caso, entre a fotografia e a ilustração. A intervenção por cima da foto implica em um caráter urbano de modificação, e uma crítica a este tipo de intervenção em patrimônio público. A fotografia foi obtida com uma máquina analógica e não sofreu qualquer tipo de tratamento.

O desenho feito por cima da imagem é constituído de alguns contornos em preto nos traços principais da cabeça e do rosto, aumentando o contraste da foto, que é formada por diversos tons de cinza e pouco contraste entre luz e sombra. O olho visível foi desenhado e o olhar da estátua foi desviado do horizonte para os pombos presentes no ombro da estátua. O olhar desconfiado tem a intenção de conferir personalidade à estátua, alterando o foco de um olhar para o futuro, para um olhar para o presente e as condições atuais da cidade – representadas pelos pombos, que são a praga urbana. (Figura 15)



Figura 15 – Cartaz Homem Praga
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.6 Mulher Invisível

Este cartaz está relacionado com o cartaz da companhia de dança *Ballet Tech* (Figura 10). O cartaz feito por Paula Scher consiste em uma dançarina em preto-e-branco e um fundo branco atrás. O contraste é dado pela fotografia preto-e-branco e pelos textos que acompanham a imagem, utilizando os tons da foto.

Para a criação deste cartaz foram procuradas representações femininas na cidade, e uma bastante interessante foi a da Mulher Nua. A estátua representa feminilidade e suavidade. Esta suavidade e sutileza é dada inclusive pelo fato de sua presença na praça não ser tão lembrada quando a do Homem Nu.

A fotografia para o cartaz foi obtida através de uma máquina analógica, e também não sofreu nenhum processo de edição em software.



Fotografia 13 - Estátua Mulher Nua
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Com a intenção de acrescentar algum elemento que complementasse a foto, ou intervir, a solução encontrada foi a de fazer o inverso: retirar a mulher da foto. Deixar-lhe apenas a silhueta, de forma que o contorno e o cenário fossem os únicos modos de identificar a estátua. A solução foi justamente fazer o inverso do que o cartaz do espetáculo *Ballet Tech* e tornando o cartaz da Mulher Nua complementar ao outro, por ser constituído apenas de fundo.

A retirada da Mulher da foto tem outro significado, pois a presença do Homem Nu por vezes se torna mais marcante do que a da Mulher, mesmo ambas sendo localizadas na mesma praça e próximas uma da outra. Isto confere à Mulher um carácter de invisível, forçando a memória do observador a se lembrar da estátua – ou tentar. (Figura 16)

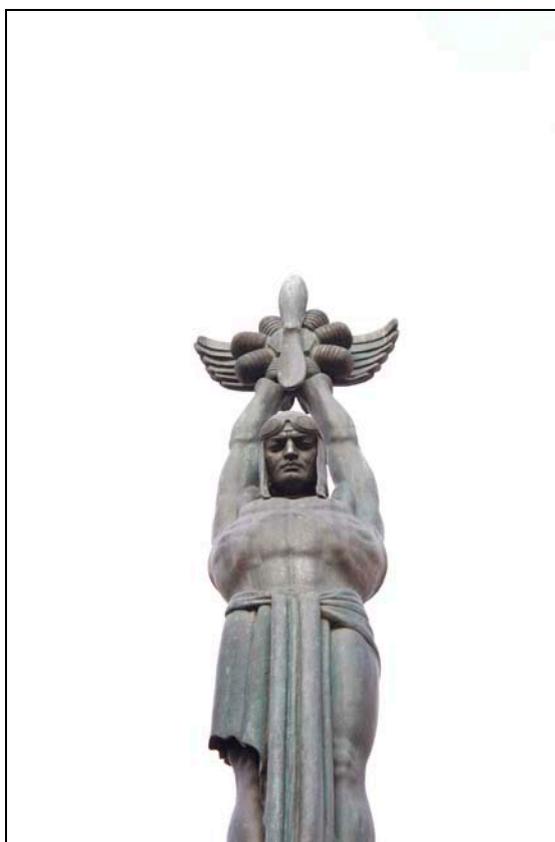


Figura 16 - Cartaz Mulher Invisível
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

5.2.7 Pentagrama

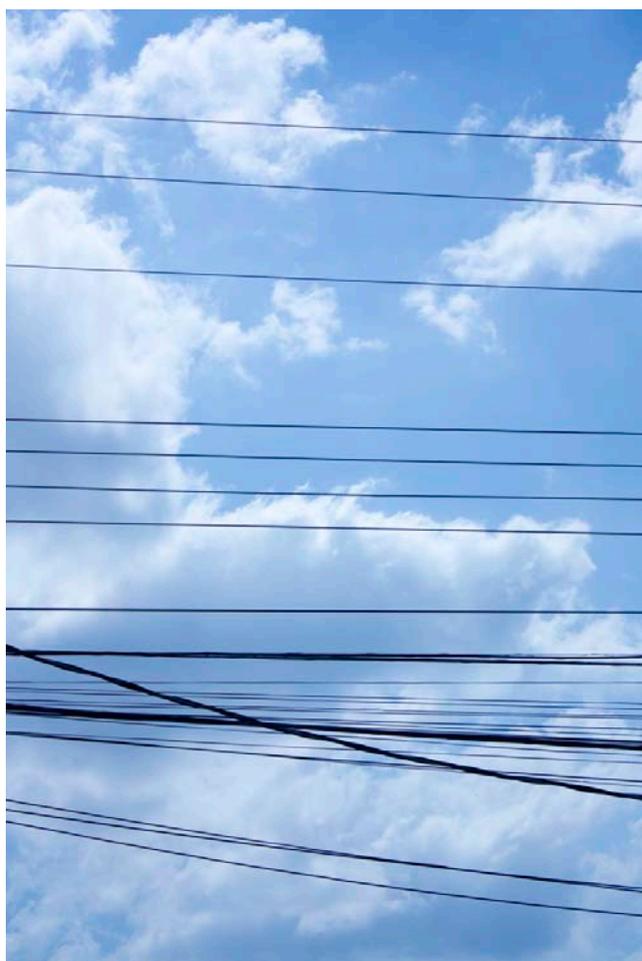
O desenvolvimento deste cartaz utiliza como base o cartaz da companhia Ballet Tech (Figura 9). É outro cartaz feito para a companhia de dança. Foi decidido seguir o modelo de construção semelhante ao do *Ballet Tech*, utilizando uma imagem que preenchesse o fundo, mais um elemento em destaque na frente e utilizado de forma repetida e com variações de posição.

O conceito do cartaz de Scher é a junção entre arte e tecnologia, e este foi o ponto explorado no cartaz criado. Carecia-se de deixar de forma evidente e harmoniosa estas duas entidades. Para isso, foram buscados alguns elementos que representassem cada uma destas entidades. Então foi encontrada uma estátua na Praça Santos Andrade, que homenageia o Santos Dumont. Esta foto foi feita com o auxílio de uma câmera digital, e passou por algumas correções simples de cor em *software* de edição de imagens. A estátua em si já continha a arte e tecnologia impregnadas – por se tratar de uma escultura e uma representação da aviação.



Fotografia 14 – Monumento ao Santos Dumont
Fonte: Arquivo Pessoal (2011)

Para representar o fundo do cartaz, almejava-se usar algo que representasse a tecnologia, bem como sugerisse musicalidade. Assim como no cartaz de Scher, em que as bailarinas podem muito bem sugerir notas musicais, no cartaz a ser desenvolvido desejava-se explorar este mesmo caráter musical. O pentagrama foi uma possibilidade de exploração deste conceito, de forma que as estátuas poderiam ser colocadas em diversas posições, simbolizando notas musicais. E para a representação do pentagrama, foi usada uma foto de fios de luz, alguns ordenados e outros mais desorganizados – o reflexo do caos da cidade, onde a tecnologia compete por espaço para chegar aos lugares. Esta foto sofreu edições, e o fato de ter sido obtida com uma câmera digital facilitou o processo. As cores da foto passaram por um tratamento afim de deixar o céu com um azul mais intenso e contrastante com as nuvens. (Fotografia 15)



Fotografia 15 - Fios de Luz
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

Com estas imagens em mãos, foram recortadas as fotos das estátuas em processo manual, e encaixadas através de recortes feitos no decorrer dos fios, afim de dar a impressão de que as estátuas saem dos recortes, e estão pousadas nos fios. Assim como as notas musicais, as estátuas seguem posições diversas no decorrer do pentagrama – aqui representado pelos fios de luz. As estátuas também remetem aos pássaros que pousam nestes fios, em diferentes posições, de forma que poderia ser retirada uma canção pelo simples posicionamento dos pássaros. (Figura 17)



Figura 17 – Cartaz Pentagrama
Fonte: Arquivo pessoal (2011)

6 CONCLUSÃO

O resultado obtido com este trabalho consistiu em uma análise ampla da fotografia e as relações e sensações de realidade que pode proporcionar aos observadores. Posteriormente foi comentada a situação do cartaz no ambiente urbano e seu valor como instrumento de comunicação. Foi feito um breve histórico profissional e análise ampla de alguns cartazes selecionados da *designer* Paula Scher, com a finalidade de capturar as idéias principais utilizadas nas peças gráficas e influências recorrentes. Com estes dados em mãos, foram desenvolvidos cartazes com os conceitos detectados nos trabalhos de Scher, porém, com uma interpretação usando a fotografia como elemento base.

O objetivo central deste trabalho era contribuir para a discussão do uso da fotografia, e as possibilidades de uso, que contemplam a fotografia analógica, a fotografia digital, e a pós-fotografia, e mais o que puder ser imaginado. Com a construção experimental de cartazes utilizando diferentes linguagens de fotografia e intervenções distintas, foi possível verificar que a fotografia autoral tende a enriquecer os trabalhos, conferindo traços únicos. Os objetivos pretendidos foram atingidos, à medida em que os conceitos estudados, a discussão acerca da realidade na fotografia e do cartaz enquanto parte integrante do espaço urbano foram pontos contemplados na idealização e concepção da série de cartazes da autora.

Pode-se concluir com este trabalho, que a utilização de fotografia autoral é possível para um profissional de design, e que tende a agregar mais valor e personalidade a seu trabalho. Bem como a utilização de fotografia analógica e intervenções manuais – sem, ou com pouca utilização de softwares de edição - , pois este tipo de processo confere um valor diferente no resultado final.

Os cartazes desenvolvidos neste trabalho, como forma de fixação dos conceitos dos cartazes da Paula Scher e dos conceitos acerca de fotografia enquanto documento atestador de uma realidade, e sobre o cartaz no ambiente urbano, podem funcionar como um registro da visão pessoal sobre a cidade. Podem funcionar como uma crítica à desvalorização do patrimônio cultural da cidade, ou da própria desatenção do público com relação à estes espaços e monumentos. Mas, acima de tudo, uma crítica à quantidade absurda de informação que se encontra

onde quer que se vá, que acaba por empurrar o passado cada vez mais para o passado.

O trabalho de Paula Scher, que foi usado como objeto de estudo e base para a criação de cartazes próprios, foi uma inspiração curiosa. A construção dos cartazes de Scher possui bases simples, mas é justamente na simplicidade de suas peças gráficas, que habita a força de seu trabalho. Pode-se dizer que a autora do trabalho identificou-se com as obras, com a simplicidade e expressividade das formas, e principalmente com o senso de humor presente e constante nos cartazes.

Os estudos de cor, composição e fotografia realizados na faculdade, abriram a oportunidade para a realização deste trabalho. Os estudos feitos no decorrer do curso foram o primeiro degrau afim de gerar o desejo de aprofundar-se e experimentar os conceitos adquiridos em sala. A análise dos cartazes baseou-se principalmente nestes aspectos formais, e a concepção concentrou-se nisto e principalmente na agregação de conceitos e significados às peças gráficas, afim de não torná-las visualmente bonitas porém, vazias de conteúdo.

O desenvolvimento dos cartazes foi bastante enriquecedor, pois proporcionou a oportunidade de desenvolver um trabalho com embasamento teórico bastante forte, e deu margem a experimentações de cunho fotográfico e paralelamente, experimentações manuais no processo de criação. Foi um amadurecimento intenso de estudos na área de fotografia e de cartazes, com a finalidade de explorar tanto a fotografia analógica, quando um processo de criação mais analógico e menos digital.

Um dos objetivos deste trabalho era o de resgatar o processo manual e a fotografia analógica, afim de contribuir para a discussão de que estes processos não se tornaram obsoletos com o tempo, e muito menos desvalorizados. O intuito era o de discutir as linguagens diferentes que as linguagens fotográficas: digital e analógica podem proporcionar, bem como o processo manual – que não deixa de ser analógico -, distanciando o profissional de meios digitais. A intenção não é a de criticar os meios digitais ou desmerecê-los, mas sim o de atentar para o leque de possibilidades que se abrem ao explorar as diferentes linguagens que podem ser usadas na execução de um trabalho. Espera-se que este trabalho possa um dia servir como inspiração para a continuação de discussões acerca do uso da fotografia no processo de criação do designer, e de sua importância como fragmento de uma realidade e opinião.

REFERÊNCIAS

BARNICOAT, John. **Los carteles: Su historia y lenguaje**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1972

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

DAVID LACHAPELLE. **Heaven to Hell**. Disponível em:
<<http://www.davidlachapelle.com/series/heaven-to-hell/>>
Acesso em: 08 out. 2011

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. 5ª. Ed. São Paulo: Papyrus Editora, 2001.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**/ Vilém Flusser [tradução do autor]. – Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

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

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

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**/ Richard Hollis: tradução Carlos Daudt. – São Paulo: Martins Fontes, 2000.

INTERNET MOVIE POSTER AWARDS. Disponível em:
<http://www.impawards.com/intl/france/2007/scaphandre_et_le_papillon_xlg.html>
Acesso em: 08 out. 2011.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário: O Desafio das Poéticas Tecnológicas** / Arlindo Machado. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2.ed , 1996.

PENTAGRAM. **New York: The Public Theater**. Disponível em:
<<http://pentagram.com/en/new/2008/06/new-work-the-public-theater-1.php>>.

Acesso em: 10 set. 2011.

PENTAGRAM. **New York: The Public Theater**. Disponível em:
<<http://www.pentagram.com/work/#/posters/all/newest/284/>>.
Acesso em: 11 set. 2011.

PENTAGRAM. **New York: The Public Theater**. Disponível em:
<<http://www.pentagram.com/search/swatch/#/1642/>>.
Acesso em: 12 set. 2011.

PENTAGRAM. **New York: The Public Theater**. Disponível em:
<<http://www.pentagram.com/work/#/posters/all/alpha/671/>>.
Acesso em: 12 set. 2011.

PENTAGRAM. **New York: The Public Theater**. Disponível em:
<<http://pentagram.com/en/new/2008/01/paula-scher-designs-new-identi.php>>.
Acesso em: 12 set. 2011.

SILVEIRA, Luciana Martha. **A Interação do Texto Visual e do Texto Verbal sob o Olhar da Ontologia da Imagem Fotográfica**. In: Gilson Leandro Queluz. (Org.). *Tecnologia e Sociedade: (Im) Possibilidades*. Curitiba: Torre de Papel, 2003, v. , p. 1-27.

SONTAG, Susan. **Pôster: anúncio, arte, artefato político, mercadoria**. In: Michael Bierut (Org.). *Textos clássicos do design gráfico*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

THE PHOTOGRAPHY OF DIANE ARBUS. Disponível em:
<<http://diane-arbus-photography.com/>> Acesso em: 08 out. 2011.