a escrita icônica

design gráfico, poesia visual e seus entrelaçamentos

mariana eller caetano

orientador · **prof. dr. omar khouri**
pós-graduação em artes · mestrado
área de concentração · artes visuais
linha de pesquisa · processos e procedimentos artísticos
instituto de artes · universidade estadual paulista
são paulo · 2008

Livros Grátis

http://www.livrosgratis.com.br

Milhares de livros grátis para download.

a
escrita
icônica

a escrita icônica

design gráfico, poesia visual e seus entrelaçamentos

aluna · mariana eller caetano
orientador · prof. dr. omar khouri
pós-graduação em artes · mestrado
área de concentração · artes visuais
linha de pesquisa · processos e procedimentos artísticos
universidade estadual paulista · instituto de artes
são paulo · 2008

Dissertação apresentada ao Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista · UNESP como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Artes Visuais.

008 resumo · abstract
010 agradecimentos
012 introdução

01 é poesia para os seus olhos... visualidade e linguagem poética
020 explorando a materialidade gráfica da escrita
034 poesia.zip: uma condensação de significados
044 uma relembrança: alguns pontos luminosos no percurso da poesia visual

02 tecnologias do design gráfico no século xx novas relações entre textos e imagens
059 os designers e a utilização das técnicas
061 a comunicação na modernidade e sua demanda por imagens
064 os processos gráficos do século xx até hoje: das matrizes tridimensionais às imateriais
072 os paradigmas da imagem e de suas matrizes
076 a digitalização e o novo tempo do design gráfico e da poesia

03 é pop! poesia e design no redemoinho da cultura amplificada
084 cultura de massa ou cultura amplificada? que diferença faz?
086 consumo no volume máximo
088 o *kitsch*, quando o gosto é discutível
093 *pop art*, leituras do universo de consumo

04 o uno + o múltiplo poetas e designers em parcerias
098 predominância do ícone sobre o símbolo na poesia
100 predominância da interpretabilidade sobre o utilitário no design
102 poetas + designers = criadores de ícones

112 considerações finais
114 bibliografia geral
117 outras referências consultadas
117 referências iconográficas

RESUMO - ABSTRACT

Poesia e design: dois modos distintos de lidar com a linguagem. O design gráfico, lida com o desenho e a formatação da escrita, dispondo textos e imagens no espaço gráfico. A poesia, quando passa a incorporar elementos advindos dos signos visuais urbanos, da publicidade, da comunicação gráfica, apropria-se das possibilidades semânticas sugeridas pela fusão do texto com imagens. A partir da explosão de códigos e meios causada pela Revolução Industrial, poesia e design tendem a aproximar-se, já que a escrita poética também começa a operar com ferramentas comuns do design gráfico. As duas artes ocupam-se, com diferentes nuances, da mesma prática: a escrita icônica.

Com o objetivo de identificar os entrelaçamentos entre a poesia visual e o design gráfico, esta pesquisa expõe os conceitos básicos da poesia visual, aprofundando-se nas explorações gráficas e poéticas através da dimensão visual da escrita; estuda o desenvolvimento das tecnologias de produção gráfica que possibilitaram a hibridação de linguagens, bem como a facilidade de produção e distribuição das comunicações gráficas; investiga as relações que a poesia visual e o design gráfico estabelecem com os meios de comunicação e como se inserem e se comportam na cultura amplificada; finalmente, resgata três casos de parcerias notórias entre poetas e designers que resultaram em trabalhos de grande valor estético e histórico.

Ao tratar de temas tão carregados de visualidade, naturalmente a pesquisa trouxe muitos achados iconográficos – reproduções de poemas, trabalhos de design, tipografias, etc. Aliando a formação e a prática profissional da mestranda – designer gráfica – com o tema da pesquisa, terminou-se por realizar um projeto gráfico para abrigar o conteúdo da pesquisa, entrelaçando o texto e as imagens do trabalho.

Palavras-chave: design gráfico, poesia visual, escrita

Poetry and design: two different ways of working the language. Graphic design deals with the shape and the formatting of the writing, it places texts and images within the graphic space. Poetry, as soon as it incorporates signs from the urban scene, from advertising, from graphic communications, it takes advantage of the semantic possibilities that are given by the fusion of text and images. Since the booming of new codes and new media, brought by the Industrial Revolution, poetry and design got even closer to each other. Both arts, poetry and design, practice the iconic writing.

Aiming to identify the interlacing between visual poetry and graphic design, this research exposes the basic concepts of visual poetry, immerging into the explorations of the visual reality of the writing; it studies the development of graphic production that improved the merging of codes, as well the spreading of graphic communications; it investigates the relations that the visual poetry and the graphic design establish with an amplified culture; finally, the research relates three successful encounters between poets and designers.

Dealing with themes that are so visually rich, this research brought up many iconic treasures. Putting the author's profession – graphic designer – and the research theme together, this work resulted into a graphic project, designed to contain and to interlace the text and the images that were born from the research.

Key words: *graphic design, visual poetry, writing*

AGRADECIMENTOS

Assim como as linguagens artísticas se entrelaçam para produzir novas formas e novos significados, vejo esse trabalho como resultado de vários entrelaçamentos: família, professores, amigos e colegas que foram como fios de sortidas texturas e cores que contribuíram para a construção do meu mestrado. Quero agradecer a cada um desses laços, mas, primeiro, devo agradecer a Deus, aquele que foi o meu maior habilitador e sustentador.

Aos meus pais, pela torcida sempre animada, pelo carinho, encorajamento e apoio sem iguais.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Omar Khouri, pela segurança intelectual transmitida, pelos encontros sempre atenciosos, pelas opiniões, livros e idéias tão generosamente compartilhados comigo.

Ao Prof. Dr. Milton Sogabe, pelas importantes colocações e sugestões expostas na banca do exame de qualificação deste mestrado.

Aos professores da Pós-Graduação em Artes do Instituto de Artes da Unesp, por tudo o que transmitiram em suas aulas, e pelo modo como cada um ajudou a iluminar o percurso desta pesquisa de mestrado.

À Profª. Drª. Aniceh Farah Neves, pela primeira orientação de pesquisa recebida, ainda na graduação, mas que perdura até hoje.

Aos amigos e colegas que conheci durante o curto – e apressado! – período de aulas do mestrado: pelas angústias, dúvidas, dilemas, anotações e cafezinhos compartilhados. Em especial, meus agradecimentos à Tatiana Travisani, Felippe Brauer, Daniele Gomes de Oliveira, Regilene Sarzi, Flávio de Almeida e Laura Leal.

Às amigas Débora Molinari, Érica Barreto, Heloísa Neves, Lívia Andrade, Maria Teresa Alves e Ocimara Balmant, pela presença animadora nestes dois anos.

Aos amigos e colegas da Plano1 Comunicação, pelo companheirismo e imenso incentivo recebidos. Ao Maurício e Guilherme de Almeida Prado e ao Marcelo Pitel, por acreditarem que valeria a pena. Ao Fernando Mainardi, por continuar acreditando! À Andréa Mello, pelos divertidos *drops* de poesia, pela troca de tantos valiosos livros e de experiências similares. Aos amigos e respeitáveis opinantes: Fernando Adams, Tathy Otero, Fábio Manzan, Fabiana da Rosa, Janaína Siqueira, Rômulo Castilho e Leandro Quaresma.

E, por fim, agradeço ao meu sempre professor e amigo, Prof. Dr. José Luiz Valero de Figueiredo, que por sua paixão pelo que fazia e pesquisava, contagiou-me, moveu-me e incentivou-me a iniciar esta pesquisa de mestrado. Em cada página deste trabalho há muito do que aprendi com ele. São lembranças e ensinamentos que hão de pulsar por toda a vida. Um laço assim não se esquece.

O lucro da poesia, quando verdadeira, é o surgimento de novos objetos no mundo. Objetos que signifiquem a capacidade da gente de produzir mundos novos. Uma capacidade in-útil. Além da utilidade.
PAULO LEMINSKI (no ensaio *Inutensílio*, 1986)

1. quantidade é qualidade
2. o belo é o significado
3. o significado é o uso
4. o uso é a comunicação

DÉCIO PIGNATARI (*Brevíssimo Tratado de Antiestética Semântico-qualitativa*, 1971)

INTRODUÇÃO

Se levarmos a sério a sentença clássica atribuída ao design industrial do século XX, de que a **forma segue a função**, enunciada pelo arquiteto norte-americano Louis Sullivan[1] em um artigo seu em 1896 e lançada aos ventos dos aforismos históricos, encontraremos problemas em identificar, hoje, as conexões do design com a linguagem poética. Pois, se o design projeta objetos para desempenhar funções específicas requeridas pelas necessidades humanas, qual é a função que a poesia deveria executar? Existe uma necessidade humana específica à qual a poesia deveria atender?

Se reconhecermos não haver uma finalidade instrumental para a poesia como há para um utensílio doméstico ou para um manual de instruções de algum aparelho eletrônico, podemos, então, nos perguntar qual seria o propósito de unir a metodologia pragmática e, admitamos, mercadológica do design com a aparente não-instrumentalidade da poesia. Poesia para quê? Design misturado com poesia por quê?

Para responder a essas perguntas – pois para, ao menos tentar, buscar essas respostas, nasceu esta pesquisa – teremos de rever alguns pontos acerca do design e da poesia, tanto nos seus

1. SULLIVAN, 1896

distintos desenvolvimentos históricos como no momento do encontro de seus percursos.

Quando aqui falamos da prática do design que se vinculou à prática da poesia, estamos nos referindo ao **design gráfico**: a atividade de planejamento e viabilização de projetos que comunicam informações prioritariamente através dos códigos visuais. Essas informações podem ser materializadas por meio do código verbal, de ilustrações, de fotografias, enfim, nas mais variadas possibilidades de expressão gráfica. E quanto à poesia que se aliou aos recursos gráficos do design, referimo-nos à **poesia visual**: a poesia que se apropria de outros códigos além do verbal, que enxergou outros caminhos para a comunicação poética na multicolorida ambiência constituída pelas transformações proporcionadas pelas tecnologias industriais e eletrônicas.

Muitos são os interesses em comum entre o design gráfico e a poesia visual e, desde o início, a mistura entre os dois tinha grandes chances de dar uma substância de alto teor nutritivo estético e informacional. Dentre as várias afinidades entre design e poesia, duas delas devem ser sublinhadas: **a consciência da influência do meio para a constituição da mensagem** (vide Marshall McLuhan) e a **noção de *projeto* de linguagem** (vide poetas concretos). Pois a partir do momento em que os poetas se reconhecem como designers de linguagem, o poema passa a ser visto como "objeto útil, consumível, como um objeto plástico"[2] e se aproxima das formas de mensagens veiculadas pela publicidade, pela imprensa diária e pelos amplos meios de comunicação visuais modernos. Quando a linguagem gráfica e os conhecimentos tecnológicos do design combinam-se com a criação poética, o poema deixa de ser pensado como tipo, um fenômeno de linguagem de "conteúdo artístico" exclusivo aos canais literários, mas sim como protótipo, uma comunicação de formas que se imiscui na afluência rápida e mutante das informações contemporâneas.

2. Haroldo de Campos, In: CAMPOS; PIGNATARI, 2006, p. 81

A poesia entrelaçada ao design se assume como um objeto útil ao ambiente moderno. **Ela é participativa**, intromete-se em diversos meios de comunicação, até mesmo na publicidade e na propaganda – Vladimir Maiakovski, Décio Pignatari são exemplos de poetas que criaram para comunicações publicitárias. **Ela é simultânea**, celebra a multissensorialidade da vida e a velocidade dos meios que a conduzem e a perpassam – como assim o fizeram os poetas Blaise Cendrars e Filippo Tommaso Marinetti. **Ela é extravagante**, escorrega para fora dos suportes tradicionais, experimenta códigos outros além do verbal e da estrutura versificada, incorpora ruídos, fragmenta-se em adesivos que aderem às superfícies da cidade, imprime-se em processos alternativos, pesquisa novas materialidades – como fazem os poetas como Augusto de Campos, Tadeu Jungle, Arnaldo Antunes, Júlio Mendonça e outros tantos que compõem o rol dos poetas-gráficos brasileiros.

Neste trabalho, dividimos a investigação acerca do **entrelaçamento poesia+design** em quatro partes.

Em é poesia para seus olhos... ▪ visualidade e linguagem poética, apresentamos os conceitos básicos da poesia visual e aprofundamos sobre as explorações gráficas e poéticas através da dimensão visual da escrita. Estudamos a escrita ideogrâmica como fonte de relações estruturais dos signos gráficos e seus significados. Pontuamos momentos-chave do percurso da poesia visual desde a publicação de *Um lance de dados* (1897), do poeta francês Stéphanne Mallarmé.

As contribuições criativas e tecnológicas do pensamento projetual do design gráfico para a poesia são abordadas na segunda parte do trabalho, intitulada tecnologias do design gráfico no século XX ▪ novas relações entre textos e imagens. Aqui, discorremos sobre o surgimento histórico do design gráfico e o desenvolvimento das tecnologias de produção

gráfica, que se modificou tanto quantitativa, produzindo mais em menos tempo, quanto qualitativamente, ampliando as possibilidades de fusão dos códigos visuais e das matrizes, até o ponto em que os sistemas de composição e impressão passam a não distinguir mais os textos das imagens. Tanto a hibridação de linguagens como a facilidade de produção e distribuição das comunicações gráficas proporcionaram profundas reverberações na criação poética e, também, na própria concepção de valor e durabilidade do "produto-poema".

Na terceira parte, é pop! ▪ poesia e design no redemoinho da cultura amplificada, investigamos as relações que a poesia visual e o design estabelecem com os meios de comunicação de amplo alcance e como se inserem e se comportam nessa cultura amplificada. São abordados os fenômenos *pop* e *kitsch* da linguagem estética – fenômenos esses que possuem identificações estreitas com a cultura de produção industrial, pós-industrial e de consumo.

Por fim, em o uno + o múltiplo ▪ poetas e designers em parcerias, resgatamos casos históricos de "duplas de criação" compostas por poetas e designers. Nestes trabalhos de parcerias, estudamos a riqueza dessas obras interdisciplinares, exemplificadas pelas duplas Vladimir Maiakovski + El Lissitzky (Rússia, década de 1920), João Cabral de Melo Neto + Aloísio Magalhães (Brasil, 1954) e Décio Pignatari + Alexandre Wollner (Brasil, década de 1960).

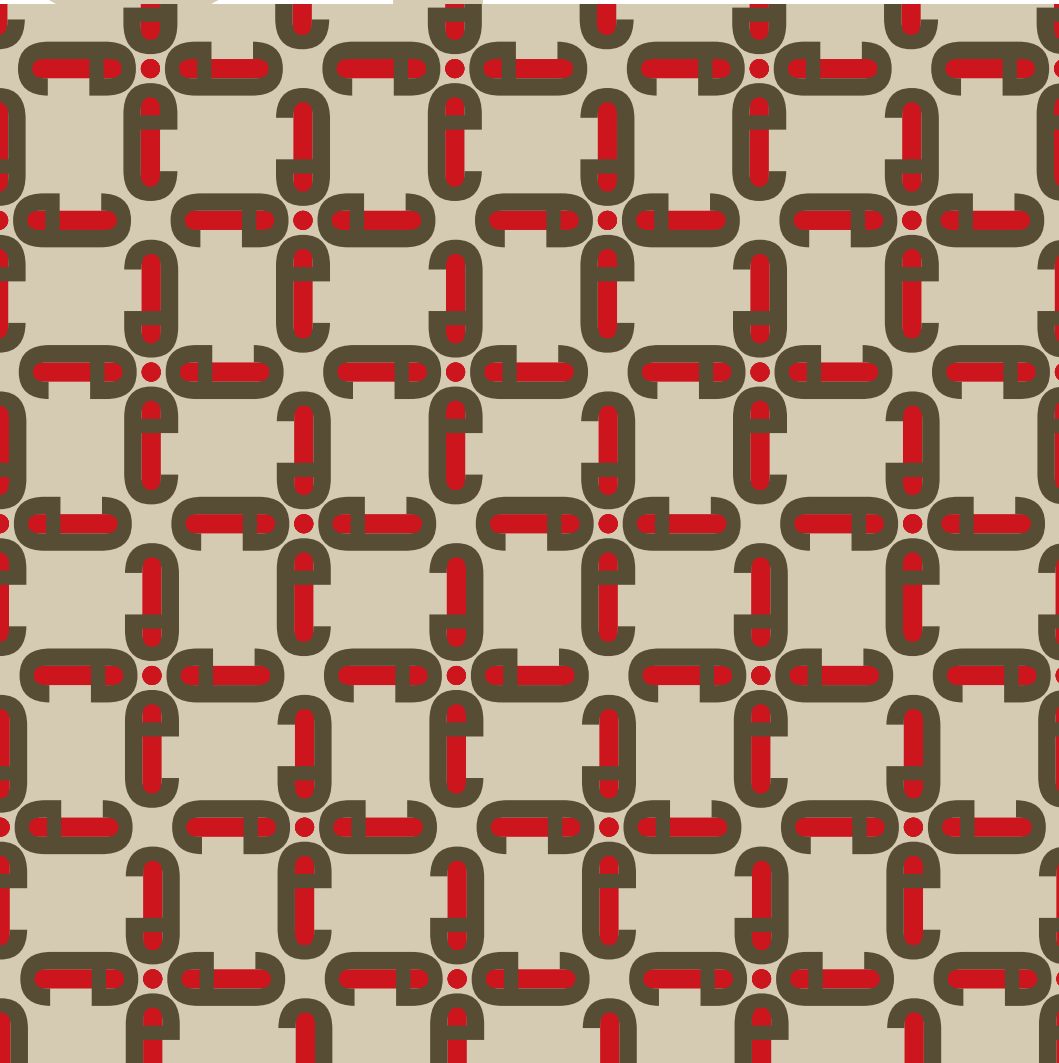
O entrelaçamento da poesia visual com o design gráfico inaugura um **novo protótipo de linguagem**: uma linguagem que não é só dos poetas e nem só dos designers gráficos, uma linguagem que é praticada por uma forma de escrita onde seus significados se constroem apenas a partir do momento de sua execução. É ver para ler. É a idéia que nasce da forma – relembrando a sentença de Gustave Flaubert – é a escrita que avança mais e

mais em direção ao "domínio gráfico de sua nova e excêntrica figuralidade" – citando Walter Benjamin sobre *Um lance de dados* de Mallarmé[3]. É uma fusão de códigos visuais diversos, de textos e imagens, que proporcionam a dupla experiência de olhar e ler, abrindo um amplo campo de investigação para essa dinâmica forma de escrita: **a escrita icônica**.

3. CAMPOS; CAMPOS; PIGNATARI, 2002, p. 206

01

... a dupla experiência de olhar e ler nos dá a sensação de que tudo está recomeçando do nada... ser novo, no sentido do poema configurado, é sinal inconfundível de espírito de vanguarda **CHARLES BOULTENHOUSE**



É POESIA PARA OS SEUS OLHOS...

visualidade

e linguagem poética

01

A busca pela interação entre as linguagens é uma das características mais evidentes do século XX.[1] Desde que a vida humana passou a ser atravessada pelos numerosos, e sempre renovados, feixes de informação, não apenas as linguagens – instrumentais e artísticas – e os meios de transmissão das linguagens sofreram modificações, mas todo o espaço que as sustentam já não é mais o mesmo. Como o poeta Octavio Paz reconhece, "o espaço [...] é o agente das mutações". Se antes o principal espaço da escrita da poesia era a página ou "qualquer superfície plana", agora "o espaço se move, incorpora-se e torna-se rítmico."[2] O espaço da poesia hoje pede para ser explorado pelos olhos, ouvidos, enfim, todos os sentidos. Pede para ser preenchido pelas possibilidades gráficas, construído como um espaço de leitura imersivo, habitado pela dinâmica dos ritmos e das imagens.

De todos os entrecruzamentos da poesia com outros códigos que não propriamente o código verbal, estamos investigando a dupla **poesia-design**. Nesta parceria a dimensão sensória privilegiada é a percepção da obra poética como uma **manifestação visual**. Poesia que enche os olhos – apenas para começar.

1.PLAZA, 1987, p. 11
2. PAZ, 1976, p. 118

A poesia visual não é um fenômeno novo. A preocupação com o desenho, a elaboração gráfica, o design do poema, vem de tempos longínquos – um exemplo é o poema Ovo, de Símias de Rodes, datado de cerca de 300 a.C.[3], onde o poeta grego constrói o poema de modo que seu layout interfira no modo de leitura das palavras. Obra de poeta ou de designer?

Importante salientar que a relação poesia/olho pode manifestar-se de três modos:[4]

1 o poeta pode provocar a imaginação do leitor: a **formação de uma imagem mental**. O poeta Ezra Pound nomeou tal modo de significação poética de *fanopéia*, uma "projeção de uma imagem na retina mental"[5];

2 o poema pode adquirir dimensão visual por meio da própria **materialidade da escrita**: a exploração das formas tipográficas, cores do texto, alinhamentos, espaçamentos, e até pelo emprego da escrita caligráfica e do registro visual do gesto da escrita;

3 a visualidade pode ser inserida de modo ainda mais contundente, no **emprego de recursos além** da visualidade própria do registro da escrita: desenhos, fotografias, texturas, elementos gráficos, projeções luminosas, etc.

Embora reconheça o longo percurso histórico das formas visuais na poesia, o poeta e professor Philadelpho Menezes identifica o termo "poesia visual" como notação a um fenômeno poético específico do século XX, onde a hibridação das linguagens vem diretamente do "panorama visual das grandes cidades e dos meios de comunicação de massa" (MENEZES, 1998, p. 14).

3. CAMPOS, PIGNATARI, 2006, p. 179
4. KHOURI, 1997
5. POUND, 2003, p. 53

Ovo (300 a.C.), poema de Símias de Rodes, é uma homenagem ao deus Hermes, que possuía a eloqüência como um de seus atributos. O poeta configurou seus versos de modo que o poema se fecha no seu centro, pois a leitura se dá alternando o primeiro verso com o último, o segundo verso com o penúltimo e assim por diante.

Nos dois últimos desses modos de estímulo visual da poesia, o entrelaçamento poesia/design gráfico pode em muito contribuir para a criação poética. Manipular caracteres tipográficos, estruturar o espaço da escrita, a arquitetura da página, a atmosfera visual do texto, sintonizar elementos verbais e não-verbais, projetar formas e significados como coisa una. As possibilidades exploratórias da poesia visual parecem ilimitadas: um layout em branco esperando a criação dos designers-poetas, um espaço dinâmico aguardando a idéias dos poetas-designers.

explorando a materialidade gráfica da escrita

Enquanto os seus olhos percorrem essa página, vai se realizando uma complexa operação de conversão dos signos gráficos dispostos sobre esse plano em outra natureza de signos.

Depois que passamos pelos primeiros anos escolares, a tarefa de leitura torna-se algo relativamente intuitivo.

Porém, ao realizarmos uma leitura de um texto, desencadeamos um intricado processo de interpretação, decodificando os aglomerados de caracteres alfabéticos – palavras e sentenças mais complexas, compostas por diversas palavras – em mensagens carregadas de sentido. Os signos gráficos são decodificados em signos fonéticos em nossas mentes que, por sua vez, suscitam outros signos que nos conduzem à compreensão daquilo que lemos. O mesmo se daria se, ao invés de leitores ocidentais, fôssemos leitores em Pequim, imersos em toda aquela escrita ideográfica: neste caso há diferenças na relação entre o signo gráfico e a idéia que sua leitura provoca na mente do leitor chinês – já que a escrita da língua chinesa não é um sistema de representação composta por unidades fonéticas independentes e combináveis como as sílabas compostas pelos caracteres alfabéticos – mas o processo de transformação dos signos gráficos em mensagens inteligíveis é equivalente.

A eficácia da escrita, esse jeito que inventaram de guardar e espalhar mensagens, pode ser creditada precisamente à sua capacidade de materialização da linguagem. Ao transpor signos mentais – sejam representações de idéias, como os ideogramas, ou de fonemas, como os caracteres do alfabeto – em signos materiais, visíveis, a escrita não só solidifica a linguagem, mas constitui, especialmente, "uma nova linguagem."[6]

Onde houver muros, há brechas para os graffiti. Escrita chinesa sobre um muro da cidade de Georgetown, na Malásia. Foto de Colin Stevenson (2007).

De acordo com o professor de lingüística e semiólogo francês, Georges Jean (1920), nosso mundo é habitado por um significativo número de pessoas que utilizam sistemas de escrita ideográficos em vez do sistema alfabético. Colocando-se em frações, a população que se serve da escrita ideográfica representa um quinto da população mundial (JEAN, 2004, p. 184).

Talvez o autor Jacques Rancière desconfie de uma certa audácia da escrita quando diz que esta está "circulando por toda parte, sem saber a quem deve ou não falar, a escrita destrói todo fundamento legítimo da circulação da palavra, da relação entre os efeitos da palavra e as posições dos corpos no espaço comum" (RANCIÈRE, 2005, p. 17).

6. HIGOUNET, p. 10

Quase um manifesto contra o logocentrismo, em sua *Gramatologia* o filósofo francês Jacques Derrida atesta a origem icônica da escrita quando diz que "a primeira escritura é, pois, uma imagem pintada. Não que a pintura tenha servido à escritura, à miniatura. Ambas confundiram-se inicialmente: sistema fechado e mudo no qual a fala não tinha ainda nenhum direito de entrar e que era subtraído a qualquer outro investimento simbólico" (DERRIDA, 2006, p. 346).

Dentro do conjunto de representações estudadas pela *Teoria Geral dos Signos* proposta pelo matemático e lógico Charles Sanders Peirce, o símbolo é um tipo de signo que representa seu objeto através de uma associação de convenção. É como se dissessemos: "fica combinado que esse signo ❤ significa 'estar apaixonado'". E fixamos uma convenção: ❤ torna-se um símbolo, um representante gráfico do sentimento de paixão.

representações: das imagens das coisas às idéias das coisas

A escrita nasceu da imagem. Ainda que, por vezes, lingüistas, semiólogos e defensores do código verbal ignorem as raízes icônicas do sistema alfabético, o rastro pictural, imagético, permanece imbuído nos signos do alfabeto. Em quaisquer que sejam os sistemas de escritura, ideográficos ou fonéticos, a prática da escrita iniciou-se com desenhos e foi-se encaminhando para a abstração – através da invenção de signos que representavam palavras e, posteriormente, sílabas.[7]

Em sua tese *L'image écrite: ou la déraison graphique*, a autora defende a origem icônica da escrita e, ainda, argumenta que o nascimento da escrita deve ser compreendido como um fenômeno advindo do encontro de duas fontes: a imagem e a linguagem[8] – não somente uma, ou, mais de uma do que da outra. Quando as necessidades de comunicação humana passaram a não caber mais dentro dos limites permitidos pela fala e pela memorização da fala, a linguagem, até então organizada dentro de uma estrutura cultural e imaginária pautada pela visualidade e oralidade, começa a ser manipulada a fim de impregnar as coisas imaginadas sobre superfícies externas ao corpo do homem. A memória e a imaginação são exteriorizadas. E a maneira mais natural de executar este movimento foi através do desenho da imagem das coisas.

À anotação das qualidades formais das coisas, o registro icônico, podemos chamar de **pictografia**: o primeiro estágio da escrita, pela qual passaram todas as civilizações e culturas. O pesquisador da escrita e tipógrafo francês Ladislas Mandel reconhece a capacidade da escritura pictográfica em contar histórias por meio de imagens, mas destaca a incapacidade do sistema de escrita pictográfico em traduzir idéias e noções abstratas mais complexas.[9]

Como um próximo passo à continuidade do projeto humano de transmissão e estocagem de linguagem, surge a escrita **ideográfica**. Através de "associações lógicas de imagens simples"[10], novos conceitos são formulados e, também, noções abstratas passam a ser representadas por símbolos gráficos. Muitas línguas hoje ainda operam no sistema ideográfico de escritura, sendo a língua chinesa a mais representativa delas – discutiremos, mais adiante neste capítulo, a contribuição da escrita ideográfica para a poesia visual moderna e contemporânea.

7. BRINGHURST, 2006, p. 16
8. CHRISTIN, 2001, p. 21

9. MANDEL, 2006, p. 31
10. Ibidem, p. 33

A tabuleta de argila, datada de 2360 a.C., traz o registro da escrita cuneiforme feita pelo povo Sumério. A argila mole era impressa por uma ferramenta simples, uma cunha (geralmente feita de madeira), resultando em sinais gráficos em baixo-relevo. A escrita cuneiforme suméria é derivada do processo de simplificação formal de desenhos figurativos e de combinação de signos pictóricos simples para expressão de significados mais complexos.

É interessante notar a agregação de elementos fonéticos às linguagens ideográficas, como intuito de preencher as lacunas de representação do pensamento que não conseguiram ser supridas apenas com os signos ideográficos. A introdução de signos gráficos para a representação de fonemas – sons elementares da fala – contribuiu para que a escrita se tornasse um sistema ainda mais capacitado para comportar a linguagem. Com a escrita **fonética**, os signos deixam de representar a imagem das coisas ou idéias de coisas e voltam-se – novamente! – a representar formas. Só que desta vez representam as "formas" do som: os fonemas. A escrita alfabética fragmenta a linguagem ao ponto em que os signos isolados não fazem nenhum sentido – diferentemente dos signos pictográficos ou ideográficos – mas apenas quando combinados e alinhados numa certa ordem.

O desenvolvimento da escritura, descrita nesta ordem – de um modo um tanto breve – mostra um processo de elevação do signo simbólico e de rebaixamento do signo icônico. À medida que a representação das coisas passa a ser feita menos em função da semelhança entre o signo e o objeto e mais em função da arbitrariedade entre eles, o processo de escritura torna-se predominantemente lógico-discursivo. A escritura torna-se **prosa**. E a poesia? Apenas servira para tornar mais fácil a memorização por meio da rima e do ritmo? Um mundo letrado tornar-se-ia um mundo sem necessidade de poesia? A escrita tornar-se-ia um mero veículo da fala e do pensamento linear?

A prevalência da forma poética ainda hoje, mesmo no nosso mundo mergulhado na linguagem altamente simbólica dos computadores, atesta a necessidade de fruição poética. Nem só de prosa viverá o homem, é preciso alguma poesia. E é preciso uma linguagem que devolva, ou que nela se reconheça, a multissensorialidade da vida. Podemos começar explorando as possibilidades inerentes da escritura.

Na página oposta, ilustração com o poema **O bicho alfabeto**, de Paulo Leminski (1991).

os sentinelas do reino do código central

Reconhecer a autonomia da escrita, compreendê-la como uma linguagem portadora de especificidades e potencialidades próprias é fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. Pois é justamente da autenticação da escrita que se funda toda a história em curso da poesia visual e do design gráfico. E tal autenticação vai contra toda uma tradição de pesquisas lingüísticas, das quais destacamos aqui a **Semiologia** sugerida por Ferdinand Saussure, que considerava a escrita como prática subordinada à linguagem falada, afirmando que "língua e escritura são dois sistemas distintos de signos; a única razão de ser do segundo, é representar o primeiro."[11] O tipógrafo e escritor Robert Bringhurst também define a escrita como derivação da linguagem oral, sendo "linguagem privada de gesto imediato, como se a fala fosse apenas uma vaga lembrança."[12]

O contraste entre a abordagem da escrita feita por um estudioso da lingüística, como Saussure, concentrado no fenômeno de propagação aérea da linguagem, e entre um tipógrafo, como Bringhurst, envolvido com a pesquisa da propagação gráfica da linguagem, evidencia-se quando cada um expõe suas considerações sobre a visualidade da escrita. Saussure rejeita o "culto da letra-imagem"[13] como algo completamente perverso à natureza da linguagem humana. Já para Bringhurst a escrita pode ser "mais que uma linguagem" por sua potencialidade de "se desenvolver em ricas e variadas formas de arte gráfica."[14] Para Saussure, o apego ao sistema escrito da língua é "um fato patológico"[15], uma ameaça ao que ele considera a verdadeira "língua viva"[16] – a língua falada. A autora Johanna Drucker, ao apropriar-se das definições da Semiologia para construir sua pesquisa sobre a tipografia experimental na arte moderna, reconhece que "a escrita tinha sido sistematicamente excluída dos estudos da lingüística, ainda que esta última fosse dependente da linguagem

11. SAUSSURE apud DERRIDA, 2006, p. 37
12. BRINGHURST, 2006, p. 10
13. SAUSSURE, op. cit., p. 46
14. BRINGHURST, op. cit., p. 78
15. SAUSSURE, op. cit., p. 50
16. Ibid., p. 26

E no talk-show de hoje, a escrita em um acalorado (e pra lá de hipotético) debate...

* — *a única razão de ser da escrita é representar os sons da fala!*

** — *com todo respeito, Sr. Saussure, acredito que a escrita pode ser mais que uma linguagem meramente representativa...*

escrita como base sobre a qual fundaria seus próprios estudos."[17]

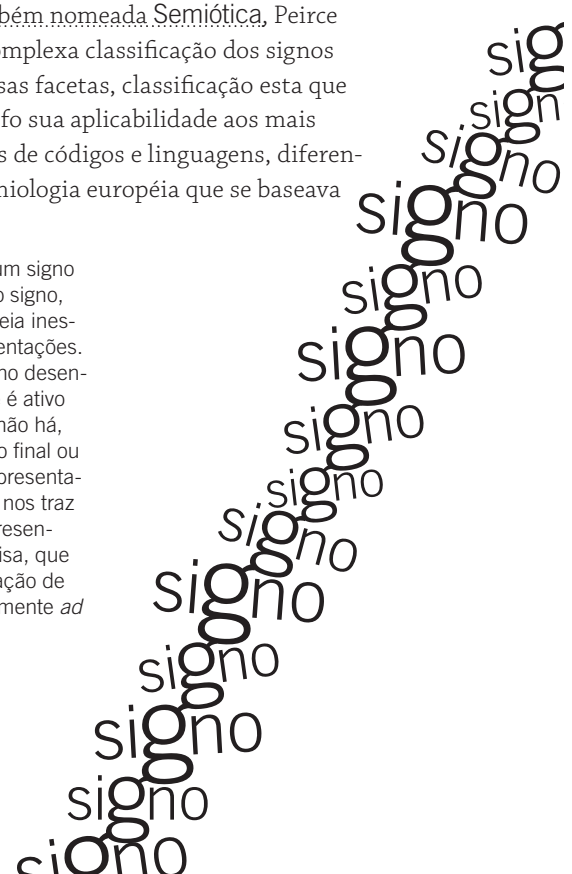
Em sua *Gramatologia* o filósofo Jacques Derrida tece uma defesa da escrita. Em muitas de suas oposições às afirmações do *Curso de Lingüística Geral* – livro composto por anotações do curso ministrado por Saussure – Derrida questiona, a partir da afirmação de Saussure de que todo signo é arbitrário e convencional, a distinção abrupta que o próprio lingüista faz entre signo lingüístico e signo gráfico. Se todo signo é convencionado, onde residiria a "naturalidade" do som da língua e a "exterioridade artificial"[18] da escrita?

Mais desamarrado do pensamento logocêntrico, o trabalho desenvolvido pelo norte-americano Charles Sanders Peirce (1839-1914) no campo de estudo dos signos – intitulado *Logic as Semiotic: The Theory of Signs* – funda um importante conjunto teórico para a compreensão dos nossos sistemas de representação. Em sua *Teoria Geral dos Signos*, também nomeada Semiótica, Peirce elabora uma complexa classificação dos signos e de suas diversas facetas, classificação esta que tem como trunfo sua aplicabilidade aos mais diferentes tipos de códigos e linguagens, diferentemente da semiologia européia que se baseava

17. DRUCKER, 1994, p. 27
18. DERRIDA, 2006, p. 42

A Semiótica estuda a natureza dos signos e de suas relações. Para Peirce, fundador da Semiótica, qualquer coisa que atravesse nossa mente é convertida em signo, não importa qual seja sua natureza, desde que represente algo para nós: seja em forma de pensamento, ação, experiência ou sentimento (PEIRCE, apud SANTAELLA, 2004, p. 91).

O significado de um signo será sempre outro signo, gerando uma cadeia inesgotável de representações. O conceito de signo desenvolvido por Peirce é ativo ao extremo, pois não há, para ele, um signo final ou absoluto. Uma representação de um objeto nos traz à mente uma representação de outra coisa, que puxa a representação de outra... sucessivamente *ad infinitum*.



primordialmente no código verbal. Uma das definições de Peirce para o conceito de signo diz:

> "Um signo, ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado, denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de idéia que eu, por vezes, denominei fundamento do representamen."[19]

Há uma neutralidade na definição de signo por Peirce no que toca a natureza ou espécie de signo a que ele se refere. O cuidado em afastar suas teorias de qualquer predominância de códigos levou Peirce a criar nomenclaturas para suas definições. Na citação acima, a que tipo de signo o filósofo se refere? Poderia ser uma **palavra**, um **som**, um **rabisco**, um **padrão de cores** sobre uma superfície, um **rastro** no chão, um **aroma**... Tudo o que pode carregar algum significado, tudo o que pode remeter uma idéia a alguém é, para Peirce, considerado signo. Assim, encontramos na teoria semiótica um embasamento que possibilita a abordagem e a compreensão de um universo mais amplo de linguagens do que o universo do nosso código central ocidental, o código verbal – que o autor Décio Pignatari aponta como o código da nossa cultura escrita e da "nossa tradição livresca, cuja tendência é a de só encontrar significado nas coisas que possam ser 'traduzidas' em palavras."[20] E, enquanto isso, o mundo todo nos comunica nas mais diversificadas formas e através dos nossos diferentes canais sensórios. Quando perfuramos a barreira perceptiva formada pelo código central – verbal – e damos chance à recepção de outras linguagens, percebemos quantas mensagens nos alcançam diariamente por fora do caminho supersaturado – e por vezes desgastado – do código verbal.

19. PEIRCE apud Santaella, 2004, p. 12
20. PIGNATARI, 2004, p. 70

ModernMantra é o título de uma série de ilustrações do artista sueco Thomas Broomé, onde os volumes de diferentes espaços arquitetônicos são representados através de revestimentos tipográficos. Os ambientes de Broomé são formados por malhas tecidas pelos nomes dos objetos ali representados. Nessa superposição do símbolo e do ícone, o trabalho de Broomé acaba por nos deixar a pergunta: até que ponto o código central da nossa cultura – o código verbal – media nosso contato visual com o mundo?

saindo da estrada sinalizada: o ícone é a bússola

Talvez poucas outras atitudes possam ameaçar mais a exploração das riquezas das variadas manifestações da linguagem humana como a afixação de rótulos como

E a periculosidade de tal hábito taxativo pode ser ainda maior quando nos lançamos numa pesquisa das linguagens estéticas. Quando o criador de mensagens utiliza-se da linguagem em sua forma escrita, tem diante de si uma linguagem composta por diferentes níveis sígnicos. A materialização da linguagem na forma escrita implica uma ruptura da unidade da linguagem falada, uma outra dimensão de comunicação de significados se abre. É inútil a insistência em provar a primazia de uma manifestação de linguagem sobre outra – oral x escrita. Ganha-se muito mais em reconhecer as particularidades de cada uma e adentrar na exploração de suas possibilidades.

Na escrita, encontramos a imbricação de ícones e símbolos. A prevalência dos aspectos simbólicos ou icônicos do texto varia conforme o tipo de mensagem criada sobre o suporte. Quanto mais a escrita se afasta da predominância simbólica em direção à predominância icônica, da forma, é penetrada pela abertura e ambigüidade da linguagem não-verbal. A dificuldade em transpormos a leitura estritamente simbólica do texto – limitando-nos a decifrá-lo segundo as normas gramaticais da língua – a outros estratos de leitura, a leitura visual, por exemplo, é esbarrarmos na falta de linhas norteadoras rígidas para tal.[21] A linguagem verbal, simbólica, é a linguagem da lógica, da linearidade, da combinação, das definições, da contigüidade, da arbitrariedade. A linguagem das formas visuais, fora do domínio

Uma soma de formas e significados: para Max Bense, teórico semiótico alemão, "letras e palavras têm um percurso visual, plástico, como se captassem a origem das coisas, entre a visualidade e a linguagem" (MARQUES, Maria Eduarda. Mira Schendel. São Paulo: Cosac & Naify, 2001, p. 31).

Marshall McLuhan vê a escrita como uma quebra da simultaneidade dos nossos sentidos. Mas especialmente a escrita alfabética, que representa a fala em unidades fonéticas, significa para McLuhan a "intensificação e extensão da função visual", causando a redução do "papel dos sentidos do som, do tato e do paladar em qualquer cultura letrada" (McLUHAN, 2005, p. 103).

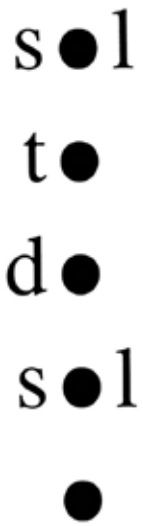
Um clássico para os estudantes de arte e comunicação visual, o estudo *Sintaxe da Linguagem Visual* (1997) de Donis A. Dondis traz definições importantes para o processo de alfabetismo visual. Embora não apresente um sistema tão lógico como o verbal, a linguagem visual é tratada pela autora como algo possível de aprendizado e definição, ainda que apresente a complexidade como sua característica dominante.

21. DONDIS, 1997, p. 21

definidor do verbal, é a linguagem aberta do ícone, onde predominam a analogia, a simultaneidade, a seleção, as possibilidades, as similitudes, as qualidades. Em tempo: nessa linguagem icônica, das formas, também reside a linguagem poética que, mesmo em sua forma verbal, também rompe – em parte – com a linearidade e a arbitrariedade predominantes do discurso verbal em prosa.

Quando a materialidade da escrita se sobressai, quando a imagem encontra a letra, quando o verbal e o não-verbal se entrelaçam, ocorre o que o filósofo Jacques Rancière identifica como uma confusão das normas da escrita verbal, um baralhamento das "regras de correspondência à distância entre o dizível e o indizível, próprias à lógica representativa."[22] Esta mistura de signos simbólicos e icônicos viria a ser profundamente explorada pela poesia moderna, quando os artistas colocam a linguagem num confronto entre suas representações habituais e suas outras possibilidades materiais. Para isso, passam a manipular a sintaxe visual do texto, constroem uma relação entre a atenção para com os elementos icônicos e para com as propriedades simbólicas da obra, sem, em momento algum, ignorar as significações das dimensões verbais e não-verbais da obra.

22. RANCIÈRE, 2005, p. 20



SOL TO (1997), poema de Arnaldo Antunes. A interferência tipográfica foi um recurso utilizado de modo simples, porém capaz de proporcionar uma organização visual com forte presença da verticalidade. O sol não é somente representado pela palavra, mas foi incorporado como *ícone* ao poema.

A heterogeneidade das linguagens apresenta-se como verdadeiro norte da arte e, conseqüentemente, da poesia moderna, frutos da florescência de códigos causada pela Revolução Industrial. E quanto mais pautada pela heterogeneidade for uma mensagem, quanto mais diferentes forem os códigos utilizados em sua composição, mais recursos ela demandará para sua interpretação. Portanto, mais complexa – e plural – será sua leitura. É o que acontece quando rumamos do sistema literário em direção aos sistemas menos simbólicos ou, como descreve a semioticista Lucrécia Ferrara quando vamos "do verbal para o não verbal, do intertextual para o contextual, da elite artística para o coletivo artístico, do tradicional para a vanguarda."[23]

Neste processo de "iconização do símbolo"[24] emerge a poesia. A linguagem deixa de ser um instrumento de controle e passa a ser uma linguagem da descoberta. O lingüista russo Roman Jakobson muito escreveu – e o fez de um jeito dos mais admiráveis – sobre a função poética da linguagem.[25] A utilização da linguagem verbal para fins de produção de arte foi um tema bastante aprofundado na pesquisa de Jakobson. Para ele, a forma poética trata-se nada menos que o estado de autoconsciência da linguagem, onde ela "é percebida em si mesma e não como uma mediadora transparente ou transitória de alguma outra coisa."[26] A poesia constitui-se, segundo Jakobson, em "linguagem em sua função estética"[27], assim como a pintura emprega materiais visuais por suas qualidades intrínsecas, como a música utiliza-se dos sons e a coreografia utiliza-se dos gestos também por suas qualidades particulares, a poesia faz o mesmo com a palavra. E quando os poetas fundem as qualidades da linguagem verbal com as qualidades da linguagem visual, a "escrita" poética adquire outras formas de materialização, veiculação e leitura. O ícone, signo da qualidade, emerge novamente à superfície da comunicação.

23. FERRARA, 1986, p. 190
24. PIGNATARI, 2004, p. 67
25. JAKOBSON, 2003, p. 128
26. DRUCKER, 1994, p. 29
27. Ibid., p. 16

poesia.zip: uma condensação de significados

Aqui deixamos para trás aqueles que buscam insistentemente estabelecer superlativos para a linguagem verbal ou para a não-verbal, deixamos as buscas pela definição da "primeira linguagem que já existiu". Se no princípio foi a imagem ou foi o verbo, até aqui já delineamos alguns argumentos. Mas talvez agora importe mais perceber o que o presente nos traz: o que vemos em nosso século é que pouco serve definir qual linguagem chegou primeiro; as linguagens são diversas e coexistentes. Entrecruzam-se a todo o momento e fundem-se em resultados surpreendentes. Principalmente no campo da criação artística, mais importante do que a independência de uma linguagem é sua possibilidade de interação com outras linguagens e de penetração em diferentes meios.

Quando a poesia interrompe o fluxo linear verbal, embaralha e arremessa fora a métrica, livra-se da fôrma do verso e parte em busca de outras formas disponíveis em outros códigos, o despercebido então aparece: a possibilidade de encontrar a mensagem poética em situações além da sintaxe verbal. Poesia nos objetos cotidianos, nas manifestações da cultura, nas imagens diariamente impelidas aos nossos olhos, no ambiente multissensório da vida.

Soneto do cotidiano (1993), poema visual de Avelino de Araújo, publicado na 7ª edição da revista Artéria. É uma divertida homenagem à tradicional forma de composição poética versificada, organizada em dois quartetos e dois tercetos. O cruzamento de informações inicialmente tão díspares – um objeto banal e uma modalidade poética – é um alerta de que a poesia, quando combinada a um bom repertório, pode ser criada a partir de quaisquer situações, até das mais corriqueiras.

Clichetes (1984), poema visual de Philadelpho Menezes. O poeta faz uma divertida paronomásia com a clássica e tão conhecida embalagem de chicletes Adams. As apropriações do ícones do design gráfico e do universo do consumo trazem mil e uma possibilidades criativas para a poesia. É claro que só o convívio com os ícones do cotidiano não basta para sair criando poesia: o repertório do criador é que servirá de bússola para a descoberta das possibilidades poéticas disfarçadas nos lugares-comuns.

Dessa vontade de se imiscuir no torvelinho das linguagens e das comunicações, a poesia encontra a visualidade e a comunicação visual encontra a linguagem poética. A poesia se transforma para se espalhar na era fluída e veloz da informação, encapsula-se em formas versáteis e dinâmicas de veiculação, introduzindo-se nos meios de comunicação de massa. A poesia visual não apenas apropriou-se dos códigos visuais do ambiente e dos meios contemporâneos, mas também teve sua forma e estrutura modificadas por esses. Uma das características presentes na poesia visual consiste na concisão da forma e da alta concentração de significados nela contidos. E a velocidade de leitura do poema certamente foi transformada, ganhando extrema elasticidade: comunica tanto ao leitor contemplativo como ao transeunte ligeiro.

Nesse processo de tornar-se poesia-momento, poesia-cartaz, poesia-minuto – como dito por Paulo Prado no prefácio à obra Cadernos do aluno de poesia Oswald de Andrade[28]: "em comprimidos, minutos de poesia" – a poesia reflete-se em dois fenômenos de linguagem temporalmente distintos, mas substancialmente muito similares: o **ideograma** e o **logotipo**, exemplos da "acumulação máxima de significados."[29]

28. ANDRADE, 1982, p. 61
29. FENOLLOSA apud CAMPOS, 2000, p. 132

ideograma e poesia

Como já apresentado na primeira parte deste capítulo, a língua escrita chinesa faz uso de caracteres conhecidos como ideogramas, assim nomeados por serem signos gráficos que expressam "diretamente uma idéia (um ou vários significados), e não uma letra ou som."[30] Tal modo de registro e transmissão da língua chinesa difere do alfabeto ocidental, que se utiliza de caracteres representantes dos "sons elementares da linguagem".[31] Na linguagem ideogrâmica há forte presença do signo pictográfico – aquele que apresenta semelhanças formais, ou seja, icônicas, entre o signo gráfico e o objeto que ele intenta representar. Essa semelhança icônica da escrita ideogrâmica é descrita por Marshall McLuhan como uma "gestalt inclusiva", uma forma de escrita que é a extensão do sentido visual humano na tarefa de registrar e transmitir os signos da linguagem.[32]

O princípio da **justaposição** é o que permite à língua chinesa expressar significados e idéias mais complexas através de agregados de caracteres ideográficos. Um projeto lingüístico que seria totalmente descabido – a pretensão de representar cada idéia ou coisa do mundo num ideograma singular – encontrou êxito ao combinar certos signos em certas ordenações. Na escrita chinesa, mais do que as coisas isoladas, o que importa são as "relações entre as coisas."[33]

Os processos de combinação e condensação de significados da língua chinesa por meio de estruturas sígnicas independentes da representação fonética e portadoras de traços concretos – pictóricos – dos objetos representados, despertaram poetas e estudiosos da língua chinesa para as possibilidades de criação de linguagem contidas na escrita ideogrâmica. O estudo do sinólogo Ernest Fenollosa (1853-1908), *Os caracteres da escrita chinesa como instrumento para a poesia*, descoberto e editado em 1918 pelo crítico e poeta norte-americano Ezra Pound (1885-1972), constituiu-se uma fundamentação essencial para

30. HSUAN-AN, 2006, p. 29
31. HIGOUNET, 2003, p. 59
32. McLUHAN, 2005, p. 104
33. CAMPOS, 2000, p. 52

Ren, ideograma que significa "homem", "pessoa", "humanidade".

Rensheng, humano + vida: vida humana.

Jia, ideograma que significa "prender", "entalar", "pôr no meio de".

Esquematização pictográfica do ideograma **Jia**.

Jiao, ideograma que significa "cruzar", "cruzamento".

Esquematização pictográfica do ideograma **Jiao**.

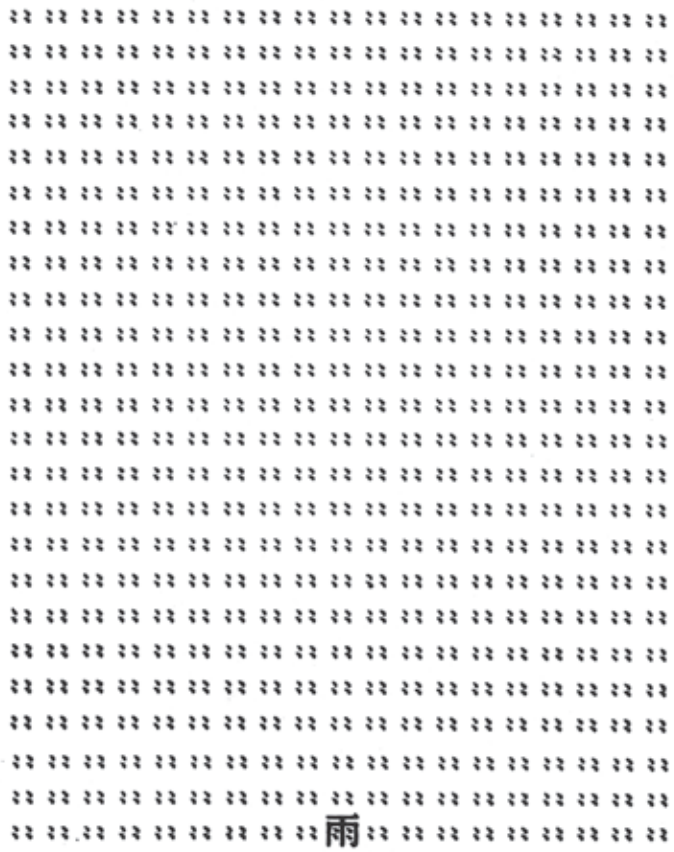
Jiaoqing, entrelaçar-se, ter amizade + sentimento: sentimento entre amigos; amizade.

o desenvolvimento de uma abordagem estrutural – de relações de formas – para a criação poética no século XX, inclusive trazendo profundas influências à formação do corpus teórico da poesia concreta brasileira.

A concretude da linguagem ideogrâmica é um dos pontos exaltados por Fenollosa. A separação dos significados semânticos e emocionais, presente no sistema de escrita alfabético, não ocorre na língua chinesa e tal coesão entre forma e significado é frutífera para a criação poética. Para Fenollosa

> "a poesia deve reproduzir o que é dito, não o que é simplesmente significado. A significação abstrata fornece uma vividez restrita, enquanto a plenitude da imaginação a fornece na íntegra. A poesia chinesa impõe o abandono de nossas estreitas categorias gramaticais, para que acompanhemos o texto original com abundância de verbos concretos."[34]

Chuva (1966), poema visual de Seiichi Niikuni. A partir de elementos do ideograma chinês que representa "chuva", o poeta cria um espaço gráfico onde longas e cadenciadas rajadas de gotas caem sobre o ideograma solitário.



A naturalização ou, como queriam os poetas concretos brasileiros, a "coisificação" da linguagem poética por meio do ideograma atribui uma dimensão plástica, palpável à poesia: o significado do poema encontra-se ali, diante dos olhos, nos signos depositados sobre o suporte. É pura materialização da linguagem, uma constelação de significados inscritos e condensados em uma realidade tangível. É um mundo muito diferente da prosa, onde a linearidade, a arbitrariedade e abstração dos signos prevalecem. A poesia toma a linguagem como objeto, como coisa, e o poema contenta-se em ser uma realidade completa e autônoma.

A plasticidade dos caracteres ideográficos e a saturação de significados contidos em um número limitado de signos gráficos ainda espalham seus reflexos na poesia contemporânea. A contribuição da escrita ideogrâmica chinesa não se resume apenas às relações intrínsecas dos signos gráficos do ideograma, mas se estende a toda a sintaxe da escrita chinesa, do modo de relacionar os diversos signos entre si na construção da mensagem. A poesia visual hoje, em suas mais variadas manifestações – impressa, eletrônica, holográfica, digital, etc. –, recebe inspiração, consciente ou não, da linguagem ideogrâmica: é um retorno ao imagético e ao icônico, um desalinhamento do tempo linear da escrita alfabética para o tempo circular e simultâneo da natureza e de suas imagens.

Não foi apenas a arte da poesia que absorveu a sintaxe da escrita ideogrâmica. O modo de combinação entre signos simples para obter um novo signo mais complexo também trouxe inspiração para a linguagem cinematográfica. O diretor russo Sierguéi Eisenstein, em seu texto **O princípio cinematográfico e o ideograma** (1929), observa que a qualidade combinatória da sintaxe ideogrâmica pode ser transposta para a montagem das cenas de um filme. Eisenstein afirmava que na escrita chinesa "a cópula [...] de dois hieróglifos da série mais simples não deve ser considerada como uma soma deles e sim como seu produto [...] cada um deles, separadamente, corresponde a um objeto, a um fato, mas sua combinação corresponde a um conceito" (EISENSTEIN, 1929 apud CAMPOS, 2000, p. 151). Na montagem cinematográfica, cenas isoladas não são meramente enfileiradas no tempo, mas sim, combinadas, resultando numa seqüência portadora de um significado.

ideograma e design gráfico

A condensação de significados por meio da justaposição de signos também está presente da forma mais insistente em nosso dia-a-dia: através de certos tipos de signos visuais que povoam as coisas dentro das nossas geladeiras e armários, nos produtos enfileirados nas prateleiras dos

34. FENOLLOSA apud CAMPOS, 2000, p. 126

Logotipo ou logomarca? Os dois termos são usados para denotar o signo gráfico representante de uma empresa, uma instituição, um produto, etc. Ambos são usados, mas "logomarca" é uma criativa invenção vocabular da propaganda brasileira. Se encararmos uma análise etimológica do termo, descobrimos que "logomarca" é um neologismo redundante: Logo = do grego *lógos* (verbo, conceito, significado, idéia) + Marca = do germânico *Marka* (significado). Logomarca é o "significado do significado". O termo "logotipo" é coerente, pois Tipo é oriundo da palavra grega *týpos*, que pode ser traduzida por sinal, símbolo, modelo, figura. Logotipo, portanto, é um sinal que carrega um significado, ou como Gilberto Alves Jr. define, "o símbolo visível de um conceito" (2002).

mercados, nos silks das camisetas, nos luminosos do comércio, nas publicações das bancas de cada esquina, enfim, em todo lugar em que se preste serviço ou possua algum produto industrializado, o **logotipo** lá está.

Quando afirma que o desafio de um logotipo "é escrever uma epopéia com uma palavra só", o designer e professor Chico Homem de Melo[35] faz referência à alta capacidade de armazenamento de significados que é incumbida ao logotipo. Com um número limitado de elementos gráficos, cabe ao logotipo estabelecer associações de dimensões muito amplas, como, por exemplo, identificando todo um conjunto organizacional e as atividades e/ou serviços e/ou produtos por ele desenvolvidos.

O logotipo como conhecemos hoje – ocupando nosso universo visual nas mais diferentes formas, propósitos e aplicações – não surgiu de um primeiro caso historicamente identificado, mas foi evoluindo de modo empírico, sempre atendendo à necessidade de identificação visual de uma estrutura organizada, seja de natureza social, religiosa ou econômica. Um exemplo remoto da longa trajetória do logotipo está conectado aos brasões e símbolos de ordens religiosas e dos exércitos nos tempos da Idade Média.[36]

35. MELO, 2003, p. 81
36. WOLLNER, 2002, p. 43

A herança da escrita ideográmica deixa seu traço no logotipo nos casos em que este se utiliza de elementos pictóricos para transmitir todo um conjunto de idéias e conceitos. Mesmo quando o logotipo é constituído apenas por caracteres alfabéticos – os tipos propriamente ditos – os signos verbais não veiculam apenas informações simbólicas, mas as funções de **sinalização** e **reconhecimento** imagético sobrepõem-se à função de leitura dos caracteres. É o que o historiador da escrita Ladislas Mandel chama de "letras-imagens para ver"[37], exemplificado pelas imagens acima.

Assim como a instantaneidade e a condensação estão presentes no logotipo, também são encontradas em muitos poemas visuais. Por meio de um arranjo visual simples, com uma economia de elementos gráficos e, muitas vezes, não sem uma certa dose de humor, o poema se materializa.

Um outro fator aproximativo da poesia visual com o logotipo é sua reprodutibilidade. Uma das premissas do logotipo é que possua uma possibilidade multiplicativa sem limites e, sobretudo, sem nenhuma perda de informação estética. O logotipo deve ser resistente aos diferentes suportes, diferentes meios de reprodução e diferentes ambientes sem que sua identidade se danifique. A

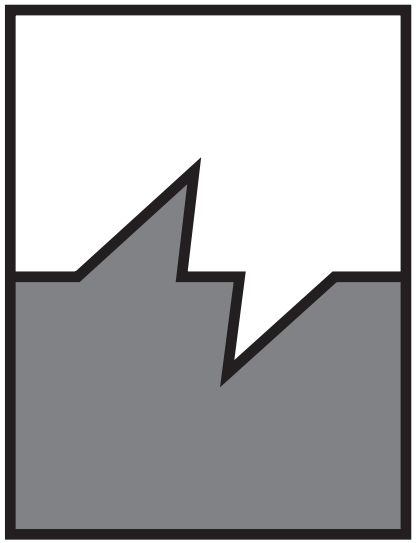
Logotipo das sandálias Havaianas, Alpargatas do Brasil. Designer desconhecido. Desde 1962.

Logotipo IBM. Projetado pelo designer Paul Rand em 1960, esta versão já é um redesenho do logotipo feito pelo mesmo designer, em 1972.

Beijo (1994), poema de Gilberto José Jorge. Um poema tão visualmente sintético que seus "tipos" funcionariam muito bem como um logotipo.

37. MANDEL, 2006, p. 173

configuração visual do logotipo deve ser complexa o suficiente para abrigar seus significados e simples o suficiente para facilitar sua reprodução. Quando a poesia visual nasce do intuito de verse multiplicada e distribuída através dos meios de comunicação contemporâneos, ela tem de se projetar de modo a resguardar sua informação estética – e poética – ao longo de suas reduplicações.



Código (1973), poema visual de Augusto de Campos.

Diálogo (anos 1990), poema visual de Gastão Debreix.

Essas faturas poéticas trazem a carga conceitual do universo poético e, ao mesmo tempo, uma concisão gráfica característica do design de logotipos. Ambas são exemplos de obras poético-visuais portadoras de um potencial multiplicador sem limites.

forma compactada, significados expandidos

Em seu pequeno livro de estudos de literatura e poesia, *ABC da literatura (2003)*, o poeta Ezra Pound demonstra o quanto a idéia de poesia como concentração é antiga, sendo "tão velha como a língua germânica."[38] ***Dichtung*** é um substantivo alemão para "poesia" e *Dichten* é seu verbo correspondente. Este verbo, curiosamente, foi encontrado num dicionário alemão-italiano traduzido em condensare – em português, "condensar".

Na época em que escreveu suas considerações sobre poesia, Pound não propôs mudanças ao monopólio da linguagem verbal no reino poético: "poesia é a mais condensada forma de *expressão verbal*."[39] Talvez ainda não houvesse chegado o tempo de reconhecer as possibilidades poéticas em outros domínios de linguagem, em códigos não-verbais. O poeta francês Stéphanne Mallarmé (1842–1898), em 1897, já havia realizado um lance importante em direção a esse novo tempo. Mas ainda faltavam algumas décadas para que alguns poetas se sentissem à vontade para continuarem a ser poetas mesmo sem o uso do então "irrevogável" código verbal.

Poesia sem métrica, sem verso... E agora sem palavras! E ainda: mais enxuta do que nunca, ocupando tão pouco espaço e em tantos espaços ao mesmo tempo. Uma única página em vez de um livro, um pequeno postal em vez de uma coleção encadernada... Poesia que explode diante dos olhos, ativa miríades de interpretações. Poemas que, num curto espaço gráfico, evocam linguagens de raízes tão distantes como os ideogramas e, ao mesmo tempo, demonstram uma versatilidade estética tão conectada ao design gráfico atual, especialmente quando colocados ao lado dos logotipos.

Ao admitir ser assim, "zipada", a poesia visual adquire força potencial para estar injetada no cotidiano e suprir as necessidades diárias de informação estética. Em comprimidos – ou em gotas para os olhos – muitos instantes de poesia.

38. POUND, 2003, p. 40
39. Idem, grifos nossos

uma relembrança: alguns pontos luminosos no percurso da poesia visual

Antes mesmo que os mais simples softwares de criação gráfica pudessem sequer ser imaginados, quando o poeta tinha em sua cartela de recursos apenas o frasco de tinta e a pena, já havia poesia visual. A tradição da escrita ornamental árabe e chinesa são exemplos. Mas acelerando o cursor da História até nossos dias, a poesia visual que é praticada hoje deve muito a alguns **inventores** – na acepção do poeta Pound, são uma categoria de criadores que "descobriram um novo processo ou cuja obra nos dá o primeiro exemplo conhecido de um processo."[40]

Como poesia visual e design gráfico, ambas estas práticas, travam relações profundas com a dimensão material da linguagem, as inovações trazidas a lume por uma delas, conseqüentemente, causa modificações e implementações na outra. Quando a poesia inventa um modo de trabalhar os signos visuais da escrita, ou quando o design surge com um novo processo gráfico, a linguagem visual é incrementada – seja no âmbito poético ou não. Os inventores da poesia visual muitas vezes elaboram novos formatos para construir seus poemas e, outras vezes, apropriam-se de formatos inicialmente não poéticos em suas faturas.

de olho no lance: para Mallarmé os tipos e o espaço não são mero acaso

O poeta francês Mallarmé, em 1897 fez uso dos recursos tipográficos concomitantemente empregados na imprensa jornalística para compor a obra poética que até hoje é tida como marco no desenvolvimento da poesia moderna. Foi com um olhar extremamente crítico para o projeto gráfico da imprensa diária – considerada por Mallarmé um modo mecanizado e tediosamente homogêneo de escritura – que o poeta propôs a solução gráfico-poética presente no seu poema-constelação *Un coup de dés* (Um lance de dados). Para

40. POUND, 2003, p. 42

Dupla de páginas do livro **Un coup de dés** (1897), do poeta francês Stéphane Mallarmé.

Mallarmé, a imaginação poética deveria ser resgatada dos efeitos enfadonhos das formas ordinárias de composição gráfica[41], em suas palavras:

> "Não nos permitam mais realizar esses movimentos sucessivos, incessantes, esse vai-e-vem com nossos olhos, seguindo de uma linha para a próxima linha e, então, começando tudo de novo – senão certamente perderemos aquele êxtase através do qual nos tornamos imortais por um breve momento, livres de toda realidade, quando podemos elevar nossas obsessões ao nível da criação."[42]

A revolução causada por Mallarmé com o poema *Un coup de dés* foi devida não tanto à heterogeneidade tipográfica utilizada na composição do texto. De fato, o poeta empregou tipos de tamanhos diferentes e, também, variou a composição das sentenças em **caixa baixa** e **CAIXA ALTA** (letras minúsculas e maiúsculas). Mas a novidade trazida por *Un coup de dés* deveu-se, principalmente, pela conversão da sintaxe lógica da linguagem verbal numa sintaxe analógica. Nessa **sintaxe analógica**, a página onde se espalha o poema deixa de ser apenas uma face, um mero suporte, mas passa a comportar-se como interface da escrita poética. A habitual

A mistura de diferentes tipografias, em tamanhos e espaçamentos variados numa mesma página não é um recurso do design gráfico moderno e tampouco é próprio somente da comunicação visual pós-moderna. O ecletismo tipográfico aparece nos cartazes, folhas de rosto de livros há séculos. Desde que novos tipos móveis em metal ou madeira eram criados, maiores se tornavam as possibilidades de combinações tipográficas – elegantes ou exóticas.

41. DRUCKER, 1994, p. 56
42. MALLARMÉ, 1892, apud DRUCKER, 1994, p. 56, tradução nossa

massa homogênea do texto ordinário da imprensa e da literatura foi subvertida. Os espaços entre os caracteres não são mais apenas intervalos regulares, mas dinamizam-se e atuam como expressão de linguagem. A semioticista Lucrecia Ferrara afirma sobre essa nova poesia sua capacidade de estabelecer "uma visão simultânea da página onde a idéia está sujeita a subdivisões prismáticas, móveis, fragmentadas entre palavras, sons, imagens, tipos gráficos, espaços brancos."[43]

Na poesia de Mallarmé a plasticidade dos caracteres e sua organização no espaço recebem atenção especial. O branco da página passa a atuar como signo não-verbal do texto poético, modificando e reestruturando o significado do verbal. O branco interpõe-se entre os caracteres e sua linearidade padrão, despedaça e atomiza o texto, subverte o continuum. O **símbolo converte-se em ícone**, isso é poesia, onde "o verbal se nega em favor do não-verbal."[44]

A partir da publicação de *Um lance de dados*, se estabelece um novo gênero de poesia. Segundo o poeta Octavio Paz, neste poema a materialização da escrita poética encontra sua "máxima condensação e sua extrema dispersão"[45] e prossegue:

> "Ao mesmo tempo [*Um lance de dados*] é o apogeu da página como espaço literário e o começo de outro espaço. O poema cessa de ser uma sucessão linear e escapa assim à tirania tipográfica e nos impõe uma visão longitudinal do mundo, como se as imagens e as coisas apresentassem umas atrás das outras e não, como realmente ocorre, em momentos simultâneos e em diferentes zonas de um mesmo espaço ou em diferentes espaços."[46]

Cada vez mais, na poesia que se desenvolve ao longo do século XX, faz-se presente a construção ideogrâmica – simultânea – e a elaboração de suas dimensões visuais. O desenho – das tipografias, do espaço gráfico – e a escrita continuamente se entrelaçam e se fundem.

43. FERRARA, 1986, p. 18
44. PIGNATARI, 2004b, p. 76
45. PAZ, 1976, p. 110
46. Idem.

poesia bombástica: estilhaços tipográficos na página futurista

Se no poema *Um lance de dados* de Mallarmé a visualidade poética emerge elegantemente através de modulações da composição tipográfica e da freqüência dos espaços, no movimento futurista a abordagem é muito menos por uma contemplação espacial do que para uma estrondosa

EXPLOSÃO gráfico Sonora visual

Publicado em 1914, Parole in libertá de Filippo Tommaso Marinetti traz as linhas dogmáticas do Manifesto futurista[47]. Diante de um mundo modificado pelo surgimento das máquinas velozes a vapor, pelo ritmo incansável da indústria e pela rapidez de transmissão de informações, Marinetti propunha uma linguagem que comunicasse esses novos paradigmas: essa linguagem são as "palavras em liberdade", uma "linguagem de agressão, um soco na cara."[48] Para tanto, os poemas de Marinetti e dos futuristas buscam expressar essa "síntese de um dia na vida do mundo"[49], empre-

47. MENEZES, 1998, p. 17
48. DRUCKER, 1994, p. 108
49. PERLOFF, 1993, p. 116

Capa de **Parole in libertá** (1914), publicado pela Edizioni Futuriste di "Poesia", Milão. Já na capa do manifesto Marinetti utiliza as onomatopéias para recriar os sons das tropas e do cerco da cidade durante a guerra.

gando uma formatação de texto completamente heterogênea, com diferentes cores de impressão, tipografias diversificadas, tamanhos e espaçamentos entre letras e palavras variados.

Outro recurso expressivo proposto pela poesia futurista é a **onomatopéia**, representando sons da guerra e o barulho ininterrupto do cotidiano das metrópoles. A autora Marjorie Perloff, em seu livro *O momento futurista* (1998), resume a nova sintaxe poético-visual proposta em Parole in libertá: "violência e precisão – eis a fórmula de Marinetti posta em ação."[50] A fusão das dimensões visuais, semânticas e sonoras praticadas pela poesia futurista seria retomada e reelaborada pela poesia concreta brasileira nos anos de 1950. Como veremos mais adiante, a essa superposição do sistema fonético e da sintaxe analógica os concretos denominariam linguagem **verbivocovisual** – termo cunhado pelo escritor e poeta irlandês James Joyce (1882-1941).

50. PERLOFF, 1998, p. 162

As páginas de **Parole in libertá** (1912), do artista futurista Marinetti, trazem um manifesto inflamado e experimentações tipográficas contundentes.

Caligramas de Guillaume Apollinaire: **Chapeau** (do livro Poèmes à Lou, 1915) e **La tour Eiffel** (Calligrammes, 1918). Sejam feitos em escrita caligráfica ou compostos por tipos, os caligramas ganham a forma do tema versado no poema.

o ícone é a fôrma, o símbolo o recheio: caligramas

Também buscando o entrelaçamento entre texto e imagem, símbolo e ícone, Guillaume Apollinaire foi um dos poetas com participação significativa na vanguarda artística do início do século XX. No livro *Caligrammes*, em 1918, Apollinaire realiza poemas onde as palavras não explodem de modo caótico sobre a página, como nos poemas futuristas, mas configuram-se de acordo com a forma icônica dos objetos tratados pelo poema. Assim, num poema sobre a chuva, as palavras dispõem-se na forma do traçado das gotas caindo do céu, ou, ao falar sobre uma gravata, ele **desenhescreve** o poema na mesma forma do objeto-tema.

Quem em sua infância já segurou em suas mãos o livro de Lewis Carroll, *Alice no País das Maravilhas*, irá lembrar-se do poema que a personagem Alice faz sobre o longo rabo de um ratinho: *Long Tale/Tail* (um longo conto/rabo). Já em 1867 o autor Carroll brinca com a possibilidade do icônico-verbal para compor o poema longo e sinuoso como a forma do rabo do rato.

Os caligramas de Apollinaire são poemas moldados pela figuralidade dos seus temas, são simples, descomplicados, evidentes. Apollinaire revela a materialidade da linguagem poética sem, porém, abandonar a lógica estrutural da linguagem verbal. Ao usar o recurso da "moldura icônica" na composição do texto poético, de algum modo, isso torna os caligramas de Apollinaire mais próximos da visualidade dos textos caligráficos da cultura árabe e grega – como o poema *Ovo* de Símias de Rodes, citado na introdução deste capítulo – do que da proposta de Mallarmé.

muito mais ideograma do que caligrama

À medida que as ressonâncias das vanguardas européias chegam ao Brasil na primeira metade do século XX, inicia-se o complexo processo antropofágico que iria resultar na poesia visual brasileira. Muito embora haja incursões anteriores de manifestações de visualidade em poesia no Brasil, de acordo com Philadelpho Menezes, podemos identificar o início da poesia visual brasileira com o movimento Concreto da década de 1950.[51]

51. MENEZES, 1998, p. 17

Receita para um "concreto ao ponto"
(versão simplificada)

Junte: um país num momento de euforia desenvolvimentista + o surgimento de progressos tecnológicos promissores + um avanço nunca antes visto nos meios de comunicação + paradigmas técnico-científicos racionalistas bem fortalecidos + novas pesquisas no campo da Teoria da Informação + acesso a então recentes trabalhos publicados na área da lingüística, da lógica e da semiótica + novas concepções do espaço e do tempo propostas pela física einsteiniana (CAMPOS, R. 2003, p. 41) + logo, novas concepções do espaço e dos signos artísticos e arquitetônicos.
Acrescente uma generosa dose de intercâmbio cultural, uma boa pitada de irreverência em relação aos cânones acadêmicos, e uma colher cheia de interdisciplinaridade (esta última deverá ter um bom *blend* da literatura – James Joyce, Ezra Pound, João Cabral de Melo Neto, Oswald de Andrade –, das artes visuais – Mondrian, Bauhaus, construtivistas/concretistas – e da música – concreto-eletrônica, Anton Webern, Stockhausen, John Cage.
Se esta receita não estiver incompleta, poderemos conseguir um poeta concreto. Ou, no mínimo, alguém com bastante assunto para uma conversa.

ra terra ter
rat erra ter
rate rra ter
rater ra ter
raterr a ter
raterra terr
araterra ter
raraterra te
rraraterra t
erraraterra
terraraterra

terra (1954), poema concreto de Décio Pignatari, publicado em 1958 no volume 4 da revista Noigandres.

vai e vem

e e

vem e vai

vai e vem (1959), poema concreto de José Lino Grünewald.

Com a poesia concreta, a exploração do espaço gráfico poético, proposto no final do século XIX por Mallarmé, volta à cena. A unidade mínima da poesia, porém, deixa de ser o verso para ser a palavra.[52] A combinação desse outro olhar para a dimensão gráfico-espacial da página com a palavra como elemento básico do poema, é o que leva os poetas concretos definirem a poesia concreta como uma "tensão de palavras-coisas no espaço-tempo."[53] Essa definição encontra-se no *Plano-piloto para a poesia concreta*, publicada em 1958 na revista Noigandres pelos poetas paulistas Décio Pignatari e os irmãos Augusto e Haroldo de Campos. O trio concretista da poesia viria a causar polêmica no meio literário brasileiro, especialmente entre os escritores defensores do verso como estrutura básica para a poesia.

Os poetas concretos estavam mais para **designers de linguagem** do que para escritores. Baseando-se nos princípios de relação, justaposição, correlação, parataxe da escrita ideogrâmica, a poesia concreta trabalha os elementos gráficos explorando os "fatores gestálticos de proximidade e semelhança visual."[54] Os caracteres do alfabeto são empregados não apenas como símbolos representativos dos fonemas, mas como coisas,

52. MENEZES, 1998, p.69
53. CAMPOS, PIGNATARI, 2006, p. 216
54. CAMPOS, 2004, p. 102
55. RISÉRIO, 1998, p. 44

Décio Pignatari publicou, em 1966, um texto inflamado dirigido àqueles que, ele considerava, não entenderam nada das propostas da poesia concreta: "[...] & se não perceberam que poesia é linguagem & não língua [...] & não se aperceberam das novas realidades gráficas tipográficas magnetofônicas audiovisuais [...] & se vocês detestam a poesia concreta procurem o verbete semantics na ençaiclopídia britannica para saber por que a poesia é sempre concreta [...]" (CAMPOS, PIGNATARI, 2006, p. 234). Não provoquem um poeta concreto, eles levam a pesquisa da linguagem muito à sério.

A comunicação visual de estilo suíço veio dessas duas escolas. Esse estilo de design, surgido nos anos 30 e divulgado como Estilo Internacional no final da década de 50, baseava-se numa organização racionalista e matemática do espaço gráfico – o exemplo mais notável é o uso do *grid* (grade), que facilitava a composição geométrica e ortogonal da página (HOLLIS, 2000, p.139). As tipografias predominantes do estilo suíço eram os tipos sem serifa, como Akzidenz, Futura, Univers e Helvética.

como elementos icônicos, podendo ser utilizados individualmente ou participando de um bloco tipográfico. A abordagem da visualidade – o projeto gráfico que materializa o poema – torna-se princípio fundamental para se fazer poesia concreta. A linguagem visual concretista apresenta muitas semelhanças formais com os projetos gráficos do design modernista, de linha funcional, especialmente com a linguagem precisa e rigorosa praticada pela Bauhaus, pela Escola de Ulm e, alguns anos mais tarde, pela Escola de Zurique e de Basiléia (Suíça) de onde derivaria o chamado Estilo Internacional.

Por mais rígido que fosse o programa inicial da poesia concreta, deu-se a ignição ao desenvolvimento da poesia visual brasileira. Ao manifestarem tanto interesse pelas disciplinas gráficas e visuais, pelas teorias da informação e da cibernética, pelas várias dimensões sensórias da linguagem, o campo de experimentação poética foi enriquecido. A partir de então, novos poetas – e também os próprios concretos – continuaram as pesquisas e as inovações na poesia.

O tipógrafo e designer gráfico alemão Wolfgang Weingart faz eco aos princípios norteadores da construção da poesia concreta, muitos anos depois, ao afirmar que "fazer tipografia significa a organização visual de um determinado espaço com relação a uma intenção funcional específica" (WEINGART, 2003, p.41). Se trocarmos o termo "tipografia" por "poesia concreta" a sentença continuará sendo válida.

cada poema é seu próprio manifesto

Depois do movimento concretista na poesia e do movimento do poema-processo – iniciado com a divulgação do manifesto *Poema processo – Proposição*, por Wlademir Dias-Pino, em 1972 –, desde então, a poesia visual não costumou mais a se reunir em movimentos organizados. Apesar da aparente falta de coesão, a poesia visual no Brasil continuou viva e ousada. Os maiores registros que encontramos dessa poesia pós-concreta são as revistas. Em seu livro *Revistas da era pós-verso* (2003), o professor e pesquisador Omar Khouri investiga a importância desse meio de divulgação – e conservação – para a poesia visual brasileira.

É certo que muito da poesia do pós-verso e, também, do pós-concreto rompe com os dogmas lançados pela pelo manifesto do *Plano-piloto para a poesia concreta*. Além de um caráter por vezes

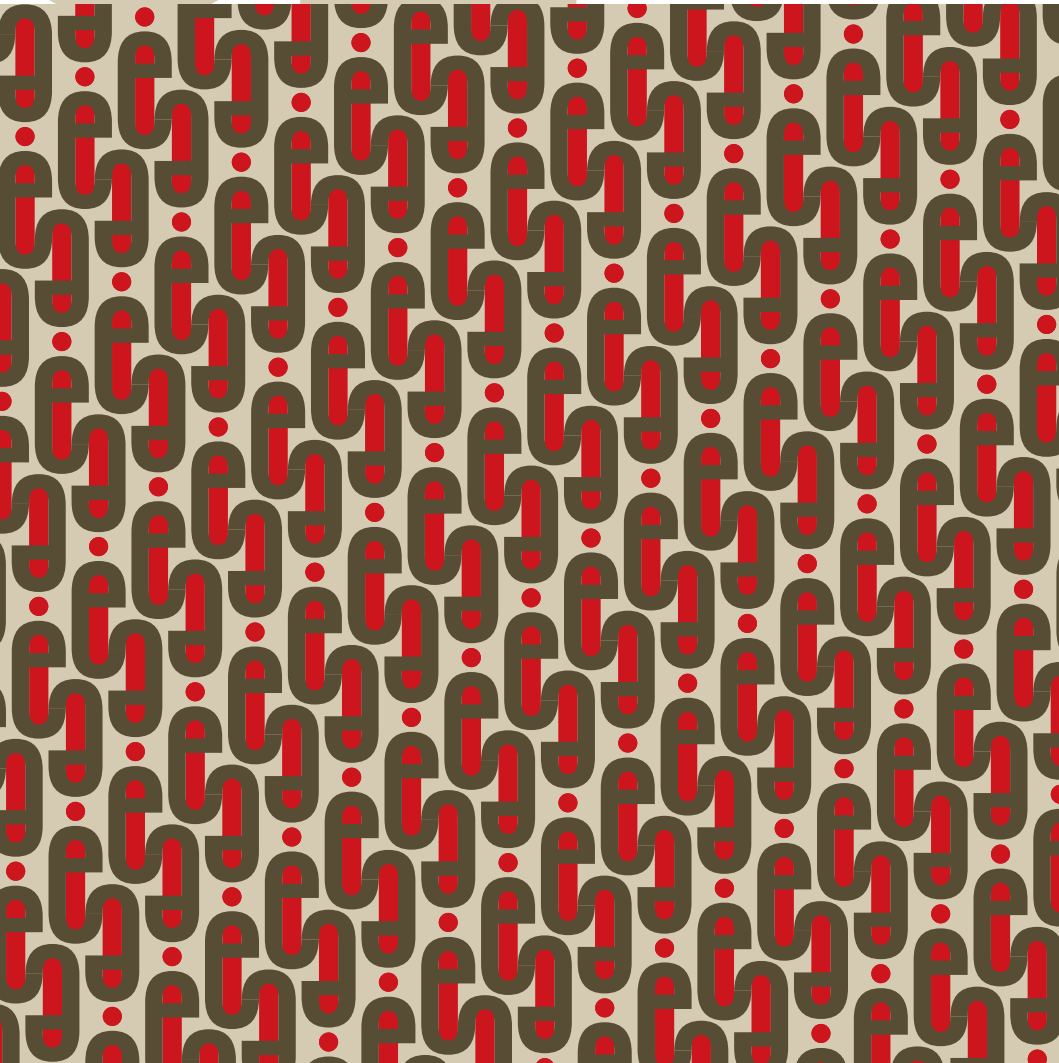
mais gestual, utilizando-se de caligrafias, graffiti, a poesia visual passa a incorporar outros elementos além dos caracteres do alfabeto: fotografias, ilustrações, texturas, etc. As novas técnicas também influem na criação visual dos poetas – assim como na criação dos designers – pois as técnicas têm o poder de afetar "o mundo da linguagem, no mais amplo sentido semiótico do termo."[55] A cada novo meio de materialização da linguagem descoberto, novas cartelas de possibilidades tornam-se disponíveis aos poetas-designers.

Além das publicações em revistas – de papel – hoje há muito o que se ver da poesia visual no meio digital de comunicação. Não só as tecnologias de criação gráfica digitais proporcionaram outras formas e soluções para a poesia visual como a facilidade de troca de informações da internet causou um outro modo de, criar, co-criar e compartilhar a poesia. O lance de dados jogado sobre o branco do papel, quem naquele ano de 1897 imaginaria, ainda hoje rola no ar infinito das linguagens numéricas da informática.

55. RISÉRIO, 1998, p. 44

02

O artista sério é a única pessoa capaz de enfrentar, impune, a tecnologia, justamente porque ele é um perito nas mudanças da percepção **MARSHAL McLUHAN**



TECNOLOGIAS DO DESIGN GRÁFICO NO SÉCULO XX

novas relações entre textos e imagens

02

A promessa da indústria: por meio da automação, produziremos maior quantidade em menor tempo. Dito e feito. E assim, tendo convencido os intrépidos investidores burgueses, instalou-se uma nova ordem de produção de bens. Tínhamos de começar a pensar como produzir as coisas dentro do sistema das técnicas de reprodutibilidade.

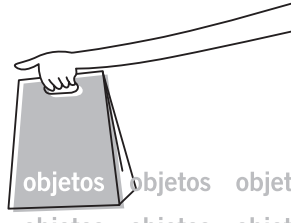
A necessidade de pensar para a indústria, pensar formas que deveriam se constituir por meio dos aparatos técnicos industriais, gerou o *Projeto Industrial – industrial design* – que se firma como prática coordenadora, integradora e articuladora de "todos aqueles fatores que, de uma maneira ou de outra, participam no processo constitutivo da forma do produto"[1]. Se uma mente criativa na era industrial pensa um novo objeto, só depois de descolá-lo da imaginação e fazê-lo percorrer diferentes processos através de diferentes maquinários, esse objeto será realidade – e não será **um** objeto singular real, mas uma realidade povoada de **múltiplos objetos** nascidos de uma idéia singular. Como considera Pierre Restany, o criador converte *arquétipos em protótipos*[2].

Pensar o protótipo e, conseqüentemente, pensar os seus tipos ou réplicas, implica pensar nas conseqüências existenciais dessas réplicas: como, por quem serão utilizadas, em que cultura estarão inseridas, em quais contextos simbólicos elas estarão mergulhadas, como serão distribuídas, adquiridas... Projetar dentro da realidade da indústria está longe de ser um ato limitado e, como afirma Tomás Maldonado, não pode ser considerada uma atividade autônoma.

Tendo o design industrial como agenciador entre ideação e execução dos projetos destinados à produção industrial, o fluxo produtivo é otimizado: a quantidade alia-se à qualidade. Com menos tempo demandado na produção de objetos materiais, sobra mais tempo para outros tipos de produção. A produção de objetos cede cada vez mais espaço à produção de signos. A coqueluche que foi a era da automação vira lugar-comum. Agora é a vez da **era da informação**.

E o resultado dessa nova ordem das coisas é a inundação da vida humana pelas torrentes dos signos. A produção de informação só conhece um ritmo de desenvolvimento a partir do final do século XIX: expansão. Nessa gênese descontrolada de signos – e dos meios de produção de signos – a inteligibilidade é ameaçada pela entropia criada pelo excesso. Neste ponto brilha

Nascido em 1922 na Argentina, Maldonado foi professor na Escola Superior da Forma (HfG) de Ulm. Constitui um dos mais relevantes teóricos do design, e orienta suas reflexões em direção a uma noção racional e científica do termo – peculiar ao pensamento dos artistas e designers afinados ao movimento concretista, do qual tomou parte nas décadas de 40–50. Porém, mesmo em meio a sua concepção matemática e universalista das técnicas e da forma estética, não ignora a responsabilidade do designer em contemplar os desdobramentos humanos de seus projetos.



1.MALDONADO, 1993, p. 12
2. RESTANY, 1968

a lucidez do pensamento de Nobert Wiener ao concluir que "a organização é a mensagem"[3]. E, dentre as atividades que viriam a atuar como organizadoras das mensagens circulantes nos meios e espaços de comunicação, o **design gráfico** desponta como planejador dos signos visuais.

A produção de signos, a linguagem, passa a ser pensada como projeto inserido no contexto das técnicas e recursos produtivos da época. As escolas alemãs Bauhaus (1919–1933) e Hoschule für Gestaltung (1953–1968) foram precursoras desse pensamento projetual de linguagem, pois abordavam todos os aspectos da vida humana – habitação, vestuário, objetos, meios de locomoção, práticas de lazer, veículos de informação – como integrantes de um único e amplo sistema: o sistema dos signos da comunicação.

No transcorrer do século XX, o design gráfico especializou-se na organização e criação de um tipo de comunicação que, ao pretender mesclar a linguagem verbal com a linguagem não-verbal, se utilizava do recurso industrial da imprensa – que Walter Benjamin identifica pontualmente como a "reprodução técnica da escrita"[4] – e das técnicas de reprodução de imagens.

3.WIENER apud PIGNATARI, 2003, p. 15
4.BENJAMIN, 1994, p. 166

A Bauhaus tornou-se um marco do nascimento do sistema de ensino superior voltado à inserção da arte aos meios de produção industrial. Através da fusão de enfoques estéticos e sociais e de uma visão multidisciplinar de pesquisa, propunha o enlace da arte e da técnica ao cotidiano humano – desde o design dos mais corriqueiros objetos aos mais complexos projetos urbanísticos. Para saber mais: **Bauhaus Archiv**, de Magdalena Droste. Köln: Taschen, 2006.

Escola Superior da Forma (HfG), idealizada e organizada pelo designer, escultor, pintor e arquiteto suíço Max Bill, a escola teve sua base física estabelecida na cidade de Ulm, Alemanha. Sua estrutura pedagógica foi baseada no programa didático da findada Bauhaus, tendo o paradigma arte-função como principal diretriz para a construção do ensino e da prática do design industrial, da comunicação visual e da arquitetura.

Logotipo da Bauhaus, desenhado por Oskar Schlemmer, utilizado quando a escola ocupava o prédio na cidade alemã de Weimar.

A hibridação dos códigos é inerente ao processo de comunicação de uma modernidade entusiasmada com a oferta de possibilidades técnicas. Nisso, as tecnologias contemporâneas têm proporcionado, com relativa facilidade, tal mistura dos códigos da comunicação. As artes visuais – e aqui incluímos o design gráfico, "arte da informação"[5] e a poesia visual – não poderiam estar de fora desse processo, sejam como instigadoras de experimentações entre códigos ou como usuárias dessa multicolorida paleta de possibilidades de linguagem.

Das muitas linguagens artísticas afetadas pelas revoluções tecnológicas, é possível identificar profundas transformações estéticas no design gráfico, onde as contribuições dos novos meios de composição e impressão surgidos com – e após – a Revolução Industrial possibilitaram maneiras inéditas de manipular as informações verbais e não-verbais, tornando a mistura entre textos e imagens cada vez mais indissociável.

os designers e a utilização das técnicas

A sucessão histórica de nascimentos das várias técnicas de criação gráfica e impressão projetou, consequentemente, transformações nos resultados estéticos dos projetos de design gráfico e abriu novas dimensões criativas aos poetas interessados em explorar outros modos de existência da linguagem inscrita. O aparecimento de uma nova técnica certamente causa, como afirma Pierre Lévy[6], a desestabilização dos modos de produção e representação anteriores a ela, ou como resume Neil Postman, altera a estrutura e os elementos – signos – dos nossos pensamentos, bem como o ambiente onde nossos pensamentos se desenvolvem[7]. Mas, contudo, a chegada de uma nova técnica não chega a abolir de pronto as técnicas pregressas. Em toda a história humana, o processo de conhecimento tende a progredir por rupturas e por acumulação – esta última se dá na

5.PIGNATARI, 2003, p.127
6.LEVY, 1993, p. 16
7.POSTMAN apud RISÉRIO, 1998, p. 11

sedimentação histórica de todas as rupturas já ocorridas –, e tal fenômeno não poderia ser diferente nos espaços interiores da história do design gráfico e das comunicações visuais.

Hoje, ao olharmos em diferentes compilações históricas do design gráfico, observamos, junto à linha progressiva do tempo e dos adventos tecnológicos, um vai-e-vem de linguagens visuais. É muito comum que designers de um período troquem suas ferramentas contemporâneas em resgate de técnicas passadas, muitas vezes se utilizando dos meios mais interessantes disponíveis, num ecletismo entre o que há de mais novo com técnicas mais "rudimentares".

A coexistência do atual e do passado pode ser exemplificada no caso do surgimento da computação gráfica na década de 1960, com toda a transformação causada à prática dos tipógrafos e designers gráficos, não eliminou os tipos de metal concebidos por Johannes Gutenberg pelos anos próximos de 1450. O que freqüentemente acontece é o deslocamento da técnica antiga, do seu lugar corriqueiro ao estatuto de vintage, como ocorre com peças de mobília de determinadas épocas.

Outro fenômeno de preservação dos antepassados tecnológicos está na sua inserção ao repertório contemporâneo por meio da computação gráfica e das tecnologias digitais, onde é possível simular os resultados obtidos pelas técnicas anteriores, como fontes digitais baseadas nas formas de impressão de tipos em madeira ou filtros gráficos que conferem um aspecto de impressão xilográfica a uma imagem, por exemplo. Ocorre, também, um projeto tornar-se muito mais interessante para o designer quando as tecnologias de outrora são incorporadas, de fato, ao processo de criação, para posteriormente serem realizados a digitalização e finalização do trabalho.

Diante de um cardápio histórico repleto de técnicas, onde cada uma delas proporciona uma linguagem estética distinta, cabe a todo artista gráfico de hoje – seja designer gráfico ou poeta visual – alimentar seu repertório do conhecimento das tecnologias da comunicação visual, aproveitando a disponibilidade dos diferentes meios de produção gráfica para atuar no processo de elaboração formal e semântica das faturas visuais.

Gutenberg (1397–1468), ao contrário do que nos conta a versão resumida da história, não *inventou* os tipos móveis, mas realizou um importante aprimoramento no sistema – que já estava em uso pelos chineses desde o século 11 AC. Enquanto os chineses utilizavam blocos de madeira e um processo praticamente manual, Gutenberg mecanizou o sistema e, com a colaboração de seu amigo Peter Schoeffer, elaborou tipos móveis mais resistentes, feitos de liga de metais (JEAN, 2004, p. 95).

O termo, do inglês, é etimologicamente utilizado para designar o período da colheita de uvas para a fabricação de vinho, mas também é empregado para denotar um objeto não-contemporâneo ou antigo; conferindo um sentido de "nostálgico-chique".

a comunicação moderna e sua demanda por imagens

O fascínio que as imagens provocam em nós não é recente, nem muito menos é nascida com a Revolução Industrial ou com o invento da câmera fotográfica. A propensão humana para o deslumbramento com as imagens está registrada desde a descoberta dos mais antigos grafismos realizados pelo homem. As imagens representam o mundo para nós. Só que deixamos de nos servir de imagens apenas para estabelecer mediações entre nós e o mundo. Na sua breve filosofia da fotografia Vilém Flusser[8] discorre sobre essa inversão de representações. As imagens não mais **funcionam** para nós, mas passamos a **viver em função** das imagens: de tanto transitarmos entre elas, o mundo passa a ser visto como uma seqüência de imagens.

Desde a explosão dos meios de comunicação em massa nos grandes centros urbanos, a partir

8.FLUSSER,1993

do século XIX, o ambiente do mundo recobre-se todo de imagens e signos visuais. Torna-se ainda mais acentuada a disputa das imagens pela atenção do transeunte-leitor-consumidor; a oferta de informações de toda a espécie multiplica-se com enorme potência devido aos novos meios de comunicação, dentre eles, a mídia impressa (jornais, revistas, comunicações publicitárias).

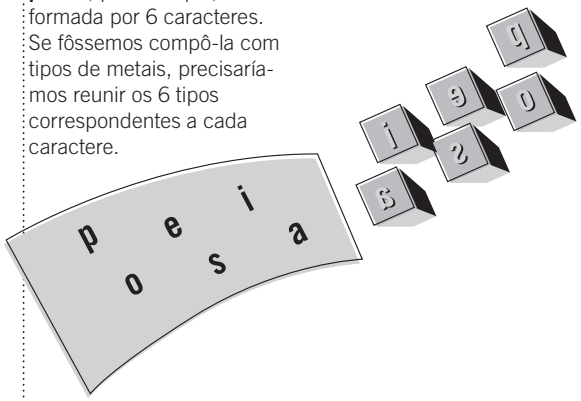
A fim de proclamar mais alto sua mensagem, a comunicação gráfica buscou soluções técnicas que pudessem prover uma produção visual de impacto e que congregassem a força das **formas tipográficas** com a atratividade das **imagens**.

O processo de incorporação das imagens no meio impresso industrial deu-se de modo mais tardio que a automatização da impressão tipográfica. Embora a propagação de textos tenha se popularizado muito desde o século XV, devido à impressão com tipos de metal, até o século XVIII ainda pairava sobre os impressores e artistas gráficos o problema da inexistência de uma técnica que permitisse a impressão simultânea de textos e de suas ilustrações, utilizando-se a mesma máquina e o mesmo tipo de papel[9]. A necessidade de comunicar letras e imagens, a toda velocidade exigida pelo espírito moderno, impulsionou a

9.JEAN, 1992, p. 113

Na roda de discussões sobre as imagens e os meios de comunicação encontramos as mais diversas posturas. Há os entusiasmados pela proliferação dos mídia visuais e há os alarmistas. Neste último time encontramos o autor italiano Giovanni Sartori, que fez do seu livro *Homo videns: televisão e pós-pensamento* um inflamado manifesto contra a ameaça do desaparecimento do homo sapiens pelo homo videns. Para Sartori, a comunicação por meio de imagens constitui um tipo de atrofiamento cultural: "para entender uma imagem [...] é suficiente não ser cego. [...] Repito: é só vê-la e basta. Enquanto a palavra é parte integrante e constitutiva de um universo simbólico, a imagem não é nada disso" (2001, p. 22).

Um caractere é cada letra, número ou pontuação de um alfabeto. A palavra **poesia**, por exemplo, é formada por 6 caracteres. Se fôssemos compô-la com tipos de metais, precisaríamos reunir os 6 tipos correspondentes a cada caractere.



invenção de técnicas que viabilizariam a coexistência de imagens com os caracteres do alfabeto na grande veiculação dos meios impressos.

os processos gráficos do século XX até hoje: das matrizes tridimensionais às imateriais

O design gráfico moderno, até metade do século XX, tinha como uma de suas ferramentas-base para a produção de projetos de grandes tiragens o processo de composição com tipos de metal. Nesse processo, cada caractere do alfabeto era esculpido em metal (ou em madeira, para grandes tamanhos de letras) já no tamanho real a ser impresso no papel, e a partir dessa peça de metal, era feita uma matriz, onde era depositada uma liga especial composta de latão, antimônio e chumbo derretidos. Quando resfriado e retirado da matriz, estava pronto o tipo de metal. Cada peça correspondente a um sinal tipográfico (letra, número, sinal para-ortográfico etc.) era armazenada num compartimento específico de uma bandeja. Os tipos **MAIÚSCULOS** ficavam na bandeja superior e os tipos minúsculos na bandeja inferior – o que gerou a terminologia usada hoje para classificar tipos maiúsculos

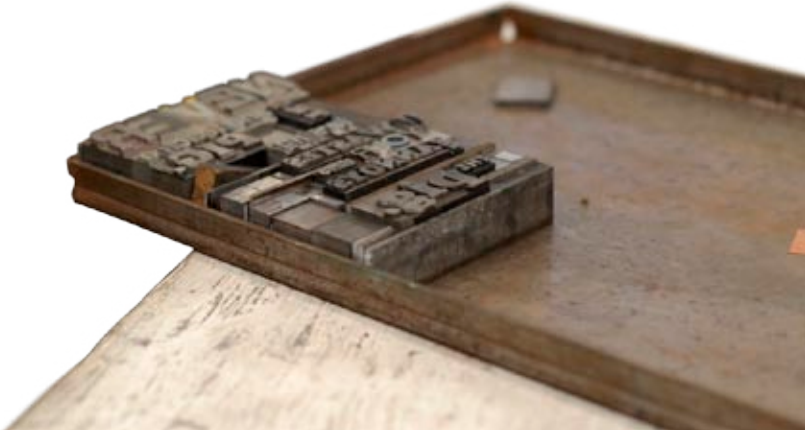
como "caixa-alta" e tipos **minúsculos**, "caixa-baixa". Para realizar a impressão do trabalho, o tipógrafo se servia da bandeja de tipos para montar manualmente a matriz de uma página, onde o texto era composto de forma espelhada. Arrumados os tipos na matriz, estes eram afixados por uma moldura, a matriz disposta na prensa para então ser entintada e comprimida contra a folha de papel.

A composição por tipos de metal foi automatizada no final do século XIX com a invenção das máquinas *Linotype* e *Monotype*, onde o texto era composto através do uso de um teclado, e a máquina se encarregava da composição das matrizes em metal derretido[10].

O designer que se servia de tal meio de produção, tinha de projetar seu layout baseado nas limitações impostas pelo processo. A limitação física dos tipos de metal dificultava certos arranjos criativos, como sobreposições DE LETRAS ou disposições de texto que fugissem do padrão ortogonal – mas nada que não pudesse ser solucionado se o designer se dispusesse a criar um novo desenho para um tipo fora dos padrões disponíveis, ou imprimir a mesma página mais de uma vez. A inserção de imagens ainda era a

10.ANHOLT; BRANDT, 2001

Bandeja tipográfica. Nesta peça eram ordenados os tipos metálicos que, depois de afixados por uma moldura, recebiam tinta e eram comprimidos contra as folhas de papel.



as letrinhas dormiam

NAS CAIXAS ALTAS

e nas caixas baixas

um pesado sono metálico
enquanto a mão do tipográfo
ainda não as despertavam.

Vinheta: peça tipográfica onde eram entalhados ornamentos e ilustrações decorativas.

Nada está desconectado do espírito do tempo. Ou seria mera coincidência de que a tipografia e os meios de produção gráfica se deparassem com os processos fotográficos justamente na década de 1930, mesma década em que, como observa Lewis Blackwell, "os habitantes do mundo ocidental começavam a se acostumar a ver o mundo através da câmera, tal como era mostrado no cinema, e a ouvir-lo através do rádio, antes do que por meio da letra impressa e da expressão oral direta". E complementa: "nos anos trinta, por cada jornal vendido na Grã Bretanha [...] se vendiam duas entradas de cinema" (2004, p. 82).

questão mais problemática do processo, resumindo-se a vinhetas de metal ou madeira, ou então, em ilustrações a serem feitas em separado, que resultava na demora e no encarecimento da produção.

A baixa qualidade da impressão dos tipos das máquinas Linotype e Monotype, fez com que, no final da década de 1920, alguns editores de jornais norte-americanos solicitassem melhoras nos sistemas. Isso fez com que as empresas fornecedoras surgissem com novas famílias tipográficas projetadas especialmente para as máquinas impressoras de alta velocidade. Ao mesmo tempo em que os sistemas de composição em metal eram aprimorados, uma nova tecnologia era elaborada: na década de 1930 começam a surgir os primeiros sistemas de fotocomposição[11]. A combinação dos **processos de fotocomposição e litografia** possibilitou um importante passo em direção à mescla de textos e imagens em produções gráficas de grandes tiragens.

Na fotocomposição, os caracteres de texto são escolhidos via teclado e compostos por meio de matrizes contendo famílias de tipos em negativo sobre material transparente. O tamanho final do

11.BLACKWELL, 2004, p. 80

texto a ser impresso é definido através da combinação de lentes, que ampliam ou reduzem as formas tipográficas do negativo-matriz. Embora apresentasse certos maus-tratos ao desenho dos tipos – distorções e perdas de detalhes não eram resultados muito incomuns –, o processo fotográfico de composição já começava a abrir novos caminhos estéticos ao designer, possibilitando sobreposições de elementos tipográficos, combinação de textos com imagens a traço e fotografias.

O sistema de impressão offset, que conhecemos hoje como o meio de produção gráfica atual mais adequado a grandes volumes de impressão, originou-se diretamente da litografia, uma técnica de impressão cujos princípios foram descobertos no final do século XVIII pelo alemão Aloys Senefelder. Baseado na aversão entre a água e o óleo, o processo conseguiu eliminar a matriz tridimensional, fazendo uso de uma superfície plana, onde áreas de retenção e repulsão de tinta se configuram para formar a matriz de impressão. Inicialmente grandes blocos de pedra calcária eram utilizados como matriz, sendo as imagens desenhadas com crayons gordurosos e as demais áreas da pedra, umedecidas com água. Ao receber a tinta à base de óleo, esta se depositava somente

Uma família tipográfica é composta de todas as variantes e tamanhos de um desenho de fonte: pesos, larguras, romanas, itálicas, capitulares etc.

Imagens a traço são imagens compostas de traços uniformes e chapados, sem variações de tons.

Univers, família tipográfica projetada por Adrien Frutiger entre os anos de 1954–57 para fundição de tipos em metal. Frutiger desenhou 21 variações que foram numeradas numa ordem lógica – as variações itálicas, por exemplo, são representadas por números pares e todos os números de uma mesma dezena referem-se a um mesmo peso tipográfico.

nas áreas cobertas pelo crayon enquanto as áreas úmidas da matriz, sem imagens, repeliam a tinta[12]. As enormes fatias de pedra foram substituídas, com o aprimoramento do processo, por finas lâminas de alumínio – e outros materiais, como plásticos especiais – recobertas por uma camada de material fotossensível. O baixo custo e a alta qualidade desse processo planográfico de impressão permitiu uma popularização sem precedentes da imagem impressa e, especialmente, tornou a comunicação de textos e imagens possível de ser realizada através de projetos de admirável qualidade e altíssima reprodutibilidade.

Dos tipos de metal aos filmes da fotocomposição, o processo de comunicação visual impressa já havia conseguido eliminar muito "peso". Porém o cume da desmaterialização da produção gráfica aconteceu com a incorporação da **tecnologia digital** a partir da década de 1960. Nem aço, nem acetato: com a informática e as linguagens numéricas, o design gráfico se desprendeu dos limites impostos pelos materiais e encontrou um novo domínio para se configurar. Neste ambiente incubador digital tudo é passível de manipulação e intervenção; não há forma que não possa ser

12.JURY, 2002, p. 118

Tybrid (2007), projeto tipográfico do designer israelense Oded Ezer. Através de manipulações digitais de letras hebraicas e silhuetas de diferentes objetos, Ezer compôs uma escrita híbrida, onde o bidimensional confunde-se com o tridimensional, e o simbólico está emaranhado à vestígios icônicos.

Fonte: grupo de caracteres tipográficos criados segundo um mesmo estilo de desenho. Exemplos de diferentes "pesos" da fonte **Odile**, desenhada por Sibylle Hagmann em 2006.

criada, tipografia que não possibilite ser modificada, nem imagem que impeça de ser alterada.

A digitalização das ferramentas de criação gráfica transportou praticamente todas as etapas de concepção de um projeto gráfico para uma mesma central, possibilitando ao designer gráfico o completo controle do projeto até o momento da impressão. A tecnologia do *desktop publishing*, desde 1984, oferece ao designer ferramentas para a digitalização, tratamento e intervenção de imagens, ilustrações digitais, editoração de textos, criação de novos tipos de textos (ou fontes), elaboração de gráficos, etc.

O design resultante das ferramentas digitais pode oscilar entre a perfeição milimétrica possibilitada pelos softwares gráficos – através dos recursos de criação de grades, ajustes óticos, alinhamentos absolutos –, e o completo caos, também permitido pelos mesmos softwares – que facilitaram as excentricidades dos designers, possibilitando sobreposições, distorções, enfim, tornando propícia a quebra das "boas maneiras" instituídas pelas restrições das técnicas anteriores.

Da década de 1980 em diante, a flexibilidade da criação digital inaugurou uma estética da época, nomeada por alguns como "design

pós-moderno", caracterizado pela fragmentação visual, o ecletismo de linguagens, o abandono dos dogmatismos tipográficos e o desafio dos "padrões racionalistas de leitura"[13].

Com a tecnologia digital foi decretado o fim da demarcação entre informação verbal e não-verbal, entre texto e imagem. A composição gráfica por meio de diferentes camadas de elementos visuais, misturando imagens e textos já havia sido prenunciada pela técnica da fotocomposição – por meio da sobreposição de filmes fotográficos –, mas potencializou-se ainda mais com o recurso de criação de *layers* (camadas) dos *softwares* digitais. Os códigos visuais se embaralharam a tal ponto que se tornou impossível desvincular as tipografias das imagens, a informação verbal da sua forma visual. A tipografia cessou de "levar uma vida própria"[14], a fotografia deixou de ser simplesmente um registro da luz sobre um suporte, a ilustração não mais explicita claramente sua técnica; tudo se amalgama para participar do universo híbrido de uma nova ordem visual.

os paradigmas da imagem e de suas matrizes

Das matrizes materiais às imateriais, vimos o desenvolvimento da produção da página gráfica com tipos de metal, passando pela fotocomposição até às tecnologias de editoração digital. Neste ponto é possível estabelecermos um paralelo entre os paradigmas da imagem postulados pela pesquisadora em semiótica Lúcia Santaella e os meios de reprodução gráfica aqui descritos. No livro *Imagem: cognição, semiótica, mídia*[15], Santaella sugere uma divisão triádica – como todo bom semioticista de linha peirciana – do processo evolutivo de produção da imagem. Tal divisão se distribui nos três paradigmas: **pré-fotográfico**, **fotográfico** e **pós-fotográfico**.

A empreitada classificatória é ousada, pois a autora acaba por enquadrar toda a História de fabricação das representações visuais humanas

13.FARIAS, 2001, p. 30
14.WEINGART, 2004, p. 29
15.NOTH; SANTAELLA, 1998

em uma única moldura tripartida, tendo como passe-partout único o marco central da fotografia, a partir do qual são definidos os paradigmas anteriores e posteriores. Talvez uma característica de todos os sistemas classificatórios seja justamente esta: são generalizantes e, portanto, sempre discutíveis. Mas o motivo que aqui trazemos seus postulados é pela validade e lucidez de muitas de suas definições paradigmáticas e suas correlações com os modos de produção não apenas das imagens, mas também da escrita e de suas matrizes reprodutivas – de grande interesse à história do design gráfico.

O paradigma **pré-fotográfico**, segundo Santaella, tem como sua característica básica a produção artesanal das imagens, que tem na materialidade dos suportes e de suas substâncias uma constante. Nesse paradigma alocam-se desde os modos mais primitivos de rabiscos, pinturas, desenhos até a gravura – técnica esta que já prenuncia o caráter reprodutivo que viria ser potencializado no paradigma fotográfico. Nos meios de produção gráfica, as técnicas caligráficas inteiramente manuais até as técnicas mais automáticas de impressão de texto, e da comunicação gráfica em geral, trazidas com o advento dos tipos de metais até as máquinas de composição mecânica como as Linotype e Monotype, encaixam-se na qualidade de matrizes pré-fotográficas: dependem dos suportes matéricos e lidam sempre com a limitação física da matéria – a resistência dos materiais, a perecebilidade dos seus equipamentos e peças, o problema do armazenamento e conservação das matrizes.

Quando os modos de produção das imagens entram no paradigma **fotográfico**, ganham nas ciências química e fotoquímica novos recursos de captação, criação e reprodução das imagens – e dos textos. No paradigma fotográfico a mistura entre textos e imagens torna-se um processo mais simples, podendo-se utilizar até mesmo de uma única matriz – negativo – para reproduzir,

ao mesmo tempo, caracteres de texto, fotografias, ilustrações e diversos outros elementos gráficos. Exemplos dos processos fotográficos de produção gráfica são encontrados na serigrafia – onde a tela é sensibilizada por meio de processo fotoquímico –, na flexografia, rotogravura, offset. Em todos estes processos, em algum momento há a interação de suportes químicos ou eletromagnéticos para a produção das imagens; há uma alta capacidade de reprodução das imagens e dos textos, conectando-se ao ritmo da era da comunicação de massa; apesar da materialidade de alguns tipos de negativos e matrizes, já há uma maior segurança no armazenamento – a própria matriz é passível de reprodução – e uma possibilidade de maior compactação física das matrizes.

Cage (197?), poema visual de Aldo Fortes. Através da apropriação da imagem fotográfica do músico estadunidense John Cage, o poeta faz uma divertida referência à peça 4'33'', em que o músico apresenta 4 minutos e 33 segundos de silêncio. Artista irreverente, Cage foi o precursor da *música do acaso*, escrevendo sobre o tema e realizando diversas experimentações com interferências sonoras e ruídos no processo de composição e execução musical.

No paradigma **pós-fotográfico**, as matrizes perdem sua dependência física dos suportes, mas adquirem sua realidade por meio dos símbolos, modelos, programas e cálculos das tecnologias dos computadores. Embora o computador seja uma máquina, e esta exista fisicamente em algum lugar, Santaella adverte que se trata

> "de uma máquina de tipo muito especial, pois não opera sobre uma realidade física, tal como as máquinas óticas, mas sobre um substrato simbólico: a informação"[16].

Uma das características mais significativas apresentadas pela tecnologia da infografia é fusão entre matriz e cópia: não há mais distinção entre informação ou imagem original e cópia. Cada imagem infográfica traz em si a possibilidade infinita de atualização, sem perda de informação ou qualidade. O modelo numérico da imagem, sua composição altamente simbólica, esta disponível para ser acessado, exibido, multiplicado, alterado, reprogramado – ilimitadamente. Daí que as tecnologias informáticas de criação, editoração e veiculação da comunicação visual, como as ferramentas de *desktop publishing*, desprenderam a criação gráfica da limitação dos suportes materiais, da ação destruidora do tempo sobre as matrizes, do problema do intercâmbio das matrizes e das cópias pelo espaço físico.

Vale lembrar que o paradigma no qual se encontra um determinado processo de produção das imagens não necessariamente determina o paradigma final da imagem por ele obtida. As matrizes pré-fotográficas podem produzir somente imagens, também, pré-fotográficas. Mas daí para frente, como explica a autora,

> "quando se dá o aparecimento de um novo paradigma, via de regra, esse novo paradigma traz para dentro de si o paradigma anterior, transformando-o – e sendo transformado por ele"[17].

Um processo fotográfico de produção de imagem pode gerar matrizes fotográficas, mas também

16.SANTAELLA, op. cit., p. 166
17.Ibid., p. 184

Ilustração digital feita através de softwares de geração de imagens 3d (Estúdio Triworks, Portugal). É um exemplo de uma imagem infográfica, gerada pela linguagem altamente abstrata do computador. Embora possamos visualizar as imagens infográficas nos dispositivos de saída dos computadores – monitores, telas, projetores, impressoras – a estrutura por trás dessas visualizações é feita de bits puros, um amontoado de cálculos numéricos.

imagens finais únicas e irreprodutíveis, dependendo de como o processo e os suportes serão manipulados. O paradigma pós-fotográfico pode gerar matrizes para produção de imagens fotográficas – imprimindo-se uma imagem criada por um programa de computador num acetato, por exemplo – como matrizes pré-fotográficas – esculpindo-se uma fôrma ou carimbo por meio de uma máquina laser controlada pela programação simbólica do computador.

Hoje, com a abrangência sempre mais ávida das tecnologias digitais, fica mais rara a permanência de qualquer linguagem – seja ela apenas funcional ou uma linguagem estética – que esteja completamente desembaraçada dos recursos propiciados pelos meios numéricos, sejam eles nas etapas de produção, armazenamento e/ou transmissão das linguagens.

a digitalização e o novo tempo do design gráfico e da poesia

Ao lado da heterogeneidade dos signos da comunicação gráfica, a tecnologia digital também estabeleceu um novo parâmetro temporal para a criação, fruição e duração dos projetos gráficos. A diversidade propiciada pela era digital parece

estar determinada a andar entrelaçada à efemeridade – ou, se preferirmos, à eterna *reinicialização*.

Mesmo nos projetos gráficos impressos, embora desfrutem de uma duração um pouco maior que os projetos digitais, a facilidade de viabilização de novas soluções gráficas e a necessidade de participar do fluxo incessante de atualização contemporânea, dirimiu seu papel de mensageiros perenes. A palavra e a imagem impressas hoje não possuem mais a intenção de perdurar, pelo menos não nas mesmas formas[18]. A revista de hoje será descartada na semana que vem, o livro deste ano muito provavelmente será revisto, ampliado e apresentado em um novo projeto gráfico mais contemporâneo que o anterior. Os volumes impressos entraram, assim como as informações digitais, num ciclo inesgotável de substituição e atualização, mas ainda estão muito longe de sua extinção.

Um rápido retorno às considerações acerca do suporte livro: ícone da perenidade literária, até mesmo esse ubíquo meio de armazenamento e transmissão de linguagem tem sido apontado por muitos autores – com destaque para os comentários dos próprios poetas e designers, artífices que com freqüência se servem da estrutura do

18.LÉVY, 1993, p. 116

A virtualização dos suportes da comunicação textual ajudou a desenhar uma nova configuração para a troca de informações. O texto que antes era construído e exprimido por um determinado emissor, agora perde seu caráter hermético para ganhar diversos desdobramentos e adendos na **malha hipertextual digital**. As publicações (revistas, livros etc.), como eram conhecidas antes do advento das tecnologias numéricas, devem ser repensadas, pois dificilmente ficarão intactas pelos meios digitais de comunicação. Esse re-projeto das comunicações gráficas e poéticas deverá ser, principalmente, pensado na esfera da **interface**. A intersemiose ocorrida na esfera digital – a concatenação de diversas linguagens num único suporte eletrônico – só consegue mostrar suas potencialidades quando as interfaces colaboram para uma interação intuitiva e capaz de proporcionar o acesso ao conteúdo desejado dentro do mar sem fim do hipertexto digital.

Sobre a visualidade da poesia, Carrión escreve em seu manifesto: "por anos, muitos anos, os poetas têm explorado intensivamente e eficientemente as possibilidades espaciais da poesia. Mas somente a chamada poesia concreta ou, posteriormente, visual, declara isso abertamente".

livro para suas criações – como um meio, ainda não morto, mas em muitos aspectos superado. O objeto livro conecta-se ao primeiro paradigma, habitando primordialmente na materialidade e na durabilidade das linguagens pré-fotográficas, como já abordadas. Com a entrada das tecnologias digitais, a gênese de informação – inclusive da informação artística – mudou (leia-se: acelerou). Em seu *Ensaio sobre o texto poético em contexto digital* o poeta e antropólogo Antonio Risério alerta contra os anunciadores do apocalipse livresco, mas enfatiza, contudo, a superação do livro "como meio de registro e transmissão de determinados tipos de mensagens" como, por exemplo, os textos científicos e a produção poética[19].

A poesia quando se alia às possibilidades técnicas do design gráfico consegue transtornar as velhas maneiras de se produzir coisas. A criação poética, o jogo da linguagem, nunca é estática. O suporte livro, quando tornado suporte para a poesia visual, entra no terreno que o poeta e artista mexicano Ulises Carrión definia como uma nova arte de se fazer livros –que é, também, título de seu manifesto, *The new art of making books*, publicado em 1975. Carrión considerava o livro como portador de "uma realidade autônoma, que poderia conter qualquer linguagem (escrita), não somente linguagem literária, ou qualquer outro sistema de signos"; considerava que o espaço do livro poderia ser "a música da poesia não cantada". Além do objeto livro ser uma seqüência de espaços – com possibilidades de exploração ilimitadas aos poetas e designers que souberem como utilizá-lo – o livro, na concepção de Carrión, também tem seu tempo de leitura modificado: "na nova arte o ritmo de leitura muda, fica mais rápido, acelera", "a nova arte torna possível ler mais depressa do que os métodos de leitura-dinâmica".

19.RISÉRIO, 1998, p. 95

Sem querer apregoar um estilo de apreciação estética totalmente frenético e esbaforido, o que está em discussão, tanto nas considerações de Risério como no manifesto de Carrión, é a imbricação dos paradigmas, a contaminação do tempo digital em todas as tecnologias anteriores. São novos espectros de criação poética e gráfica que surgiram com as tecnologias. Se souberem explorá-las, os poetas e designers poderão produzir mensagens profundamente significativas ao seu tempo – seu ambiente, sua cultura, seus fruidores.

Independentemente do produto final a ser concretizado e da técnica empregada, o designer lida, sempre, com esta matéria-prima: informação. A informação pode ser feita de textos, de registros fotográficos, de imagens digitais, de tabelas numéricas, de ilustrações artesanais... Serão todos tidos como elementos visuais a serem trabalhados e inseridos num determinado espaço gráfico.

A linguagem estética resultante do trabalho do designer inevitavelmente denuncia, como em todas as artes, a técnica utilizada. O anseio de comunicar textos e imagens numa escala consonante com o ritmo de informações produzidas – e consumidas – na cultura industrial e pós-industrial, exigiu que as técnicas de criação e produção gráfica fossem repensadas. Num primeiro momento, a quantidade foi a variável mais privilegiada do processo e, com o aprimora-

mento dos meios de produção, a qualidade visual das reproduções também conseguiu se equiparar à primeira.

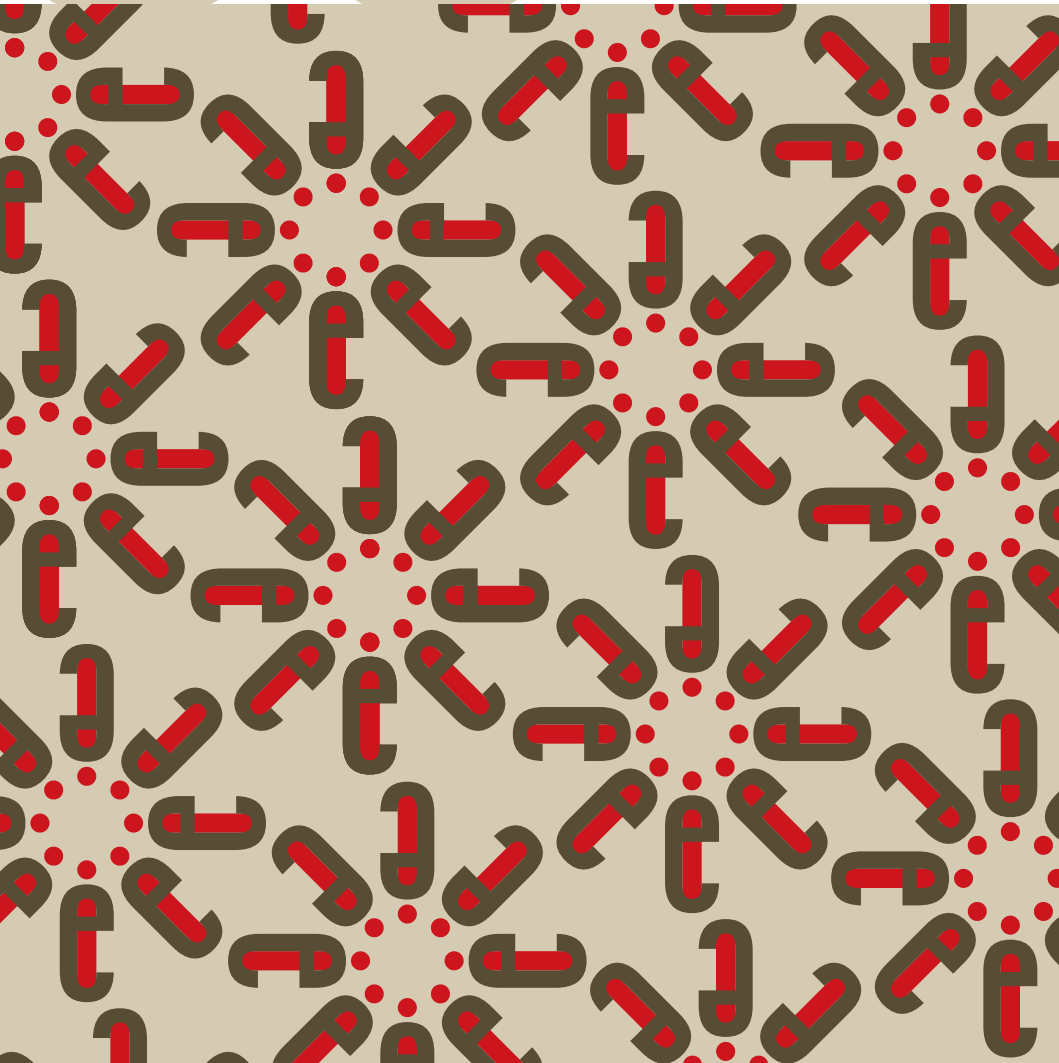
Muito para além do domínio das técnicas – sejam elas as mais rudimentares ou as mais vanguardistas –, o design gráfico atua no domínio das formas de comunicação e da construção dos significados que circulam pelos meios de informação. Num projeto gráfico qualitativo é impossível utilizar uma técnica "sem interpretar, metamorfosear"[20]. O objetivo máximo do design é potencializar o significado por meio da materialidade da forma, num projeto uno, a tal ponto que o desmembramento de conteúdo e forma, texto e imagem, linguagem e técnica, se torne irrealizável.

E estão criados os meios para que vários tipos de artífices da linguagem – ou melhor, designers da linguagem – trabalhem com as técnicas gráficas disponíveis para a criação de projetos visuais possíveis de serem amplamente distribuídos e sem perda de informação estética. Assim, disseminam-se cartazes, folhetos, livretos, revistas, postais, adesivos... Multiplicam-se os logotipos, as comunicações publicitárias, as divulgações culturais. Espalha-se o design gráfico e, também, espalha-se a poesia visual.

20. LÉVY, 1993, p. 188

03

...a nova sociedade só é pensável a partir da nova revolução, a da sociedade de consumo, que liqüida a velha revolução operada no âmbito da produção. **JESÚS MARTIN-BARBERO**



poesia e design

É POP!

no redemoinho da cultura amplificada

03

Se a automação industrial alterou radicalmente as variáveis *tempo* e *quantidade* no processo de fabricação dos **objetos**, o desenvolvimento dos meios de comunicação também não poderia deixar de modificar a produção e a transmissão de **informação**. Tanto a escala de produção de bens materiais como a de produção de signos deixou de estar contida nas limitações geográficas e/ou artesanais. Nossa geração já se situa dentro da **cultura amplificada**, onde tudo, desde objetos a informações, está disponível o tempo todo: basta um *google* aqui, um número de cartão de crédito ali, e o seu desejo estará entregue em pixels diante dos olhos ou embalado no papel pardo do sedex.

Uma das características mais peculiares da poesia visual moderna e contemporânea – que é fruto da rica oferta de linguagens e dos meios de comunicação surgidos ao longo do século XX – é sua desinibição em face dos signos que circulam pelos grandes canais transmissores de informações. O interesse da poesia intersemiótica – que transita pelos vários códigos além do verbal – e da poesia visual pelos problemas de linguagem, de comunicação, de códigos e de informação, faz com que os poetas visuais – e os intersemióticos também – percebam as possibilidades criativas existentes nos meios e signos utilizados e consumidos pela cultura amplificada.

E se a aproximação da poesia com o universo das comunicações amplificadas dá-se por meio de um interesse de pesquisa de linguagem, com o design gráfico tal aproximação já é um fato inerente à atividade de criação gráfica. O designer cria diretamente para a produção em grande escala, através dos canais produtivos e distributivos da indústria e dos meios de comunicação visuais.

Com espírito crítico e muito humor – a começar pelo trocadilho de Oswald de Andrade: "a massa ainda comerá o biscoito fino que eu fabrico"[1] – a poesia do século XX conecta-se ao lado pop da arte, apropria-se dos signos do universo do consumo e o faz, muitas vezes, utilizando-se das mesmas ferramentas e dos mesmos canais do design e da linguagem publicitária. Tudo isso, para cutucar (e comunicar) a uma "civilização consumidora que produz para consumir e cria para produzir, em um ciclo cultural onde a noção fundamental é a de aceleração."[2]

1. apud PIGNATARI, 2004, p. 171
2. MOLES, 2001, p. 20

Biscoitos finos (data desconhecida), poema visual de João Bandeira. É uma bem-humorada homenagem ao célebre trocadilho proferido pelo poeta Oswald de Andrade. Bandeira realizou neste poema um novo trocadilho, apropriando-se da embalagem da clássica "manteiga Miramar", uma referência ao romance escrito por Oswald em 1924, *Memórias sentimentais de João Miramar.*

cultura de massa ou cultura amplificada? que diferença faz?

Para designar o ambiente entremeado pelos meios de comunicação – sejam eles radiofônicos, telegráficos, televisivos, informáticos, digitais – e pelos meios de produção em larga escala, fazemos aqui uso do termo *cultura amplificada* em lugar de *cultura de massa*. Simplesmente um charme etimológico deste trabalho? Não, e para evitar posteriores confusões, é bom esclarecer a escolha do termo.

Embora o termo cultura de massa nos sirva bem para designar um fenômeno que transformou profundamente a estrutura da sociedade em seus vários aspectos – psicológico, de linguagem, das relações sociais, político, econômico – vários teóricos da comunicação já vêm identificando o conceito de sociedade, comunicação ou cultura de massa como impróprio para hoje.[3]

O conceito de comunicação ou sociedade de massa é originário de um contexto histórico marcado por alguns meios específicos de transmissão de mensagens, tais como a "difusão dos jornais de grande circulação, aos programas de rádio e de televisão."[4] Esses meios de comunicação apóiam-se predominantemente num fluxo de sentido único de transmissão de informação – as mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e difundidas a outras pessoas, os receptores, que por vezes se encontram em circunstâncias e contextos bem diferentes daqueles que originaram a mensagem.

3. THOMPSON, 1995, p. 31
4. Ibidem

Há teóricos da comunicação que não desprezam o conceito de *cultura de massa*, mas embutem nele conceitos mais amplos – e otimistas. Jesús Martin-Barbero afirma que a cultura de massa é necessária para proporcionar a comunicação entre diferentes estratos sociais: já que é "impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, então o importante é que haja circulação" (BARBERO, 2006, p. 67).

O videoclip da música **Numb** (1993), da banda irlandesa U2, trazia uma crítica ao sistema de comunicação manipulador da televisão. O protagonista do vídeoclip assumia o papel de telespectador e, enquanto assistia ao aparelho passivamente, recebia diversas agressões. A música captava bem a atmosfera dos meios de comunicação da década de 1990. Hoje a receptividade das informações mudou muito, embora não possamos descartar a capacidade de manipulação e mascaramento dos veículos de transmissão de informação, as alternativas de obtenção de informações pelo usuário estão muito mais variadas.

Do final da década de 1960 em diante, o termo cultura de massa passa a incorporar outros significados devido à necessidade de qualificar, também, uma sociedade então "trabalhada pelas tecnologias da informação e da comunicação."[5] O surgimento dos **sistemas digitais** de codificação de informação, associado a novos meios de transmissão de signos, criou, nas palavras do sociólogo estadunidense John B. Thompson, "um novo cenário técnico"[6], onde o processo de comunicação ocorre de modo muito mais flexível do que no antigo sistema analógico.

Embora o conceito de "massa" não esteja totalmente suplantado, não estamos mais diante de uma multidão receptora predominantemente homogênea, uma "enorme massa de pessoas semelhantes e iguais" como definira J. B. Rivera[7], ou uma "mediocridade coletiva"[8], mas cada vez mais é possível observar uma organização social distribuída em torno de redes de comunicação,

5. MATTELARD, 2006, p. 125
6. THOMPSON, op. cit., p. 31
7. apud BARBERO, 2006, p. 54
8. BARBERO, p. 56

onde a relação **EMISSOR** ····▶ **receptor** dá lugar a relações **entre usuários**. Nessa outra forma de fluxo de informação, a transmissão é gradualmente substituída pela **convergência**, processo onde os usuários-participantes "criam e partilham a informação para alcançar uma compreensão mútua."[9]

A partir da constatação desse contexto de comunicações entre redes dinâmicas e heterogêneas é que a designação cultura amplificada mostra-se adequada. É nesse ambiente em que a criação poética, agora mais do que nunca, independente dos meios "institucionais" e "oficiais" de transmissão, faz uso da sua já natural "incitação à invenção", da predisposição ao experimentalismo e da idéia de "liberdade da linguagem" como afirma Antonio Risério.[10] Prova disso é a profusão de sítios digitais sobre poesia visual, disponíveis apenas a um *google* de distância.

consumo no volume máximo

Na festa da cultura amplificada, a facilidade de produção de bens, de serviços e de informação contribuiu para superabundância da oferta. Mas o ritmo não pode diminuir, a música está tocando, os convidados parecem estar embalados no movimento acelerado dos signos que afluem freneticamente dos meios de produção e de comunicação. Neste ambiente em alta rotação, os objetos utilitários organizam-se "em verdadeiros sistemas de signos de consumo de duração relativamente curta, articulados num ritmo peculiar à sociedade de consumo, que é o ritmo da moda."[11]

O fenômeno do consumo não é uma novidade decorrente das tecnologias industriais e de comunicação. O que se inaugurou com o advento dessas tecnologias amplificadoras foi um outro patamar de consumo: ele deixou de desempenhar "um papel trivial e contingente"[12] como nas culturas pré-industriais, para tornar-se um **modo essencial** de relações entre os homens e destes com seus objetos.

A velocidade de superposições e trocas entre novos signos, novas informações, novas formas, pode causar dois efeitos opostos: a formação de uma massa consumidora desenfreada, constantemente impelida pelos meios de publicidade e de persuasão ou, como esperava Décio Pignatari[13], uma massa dotada de forte consciência histórica, que já não mais se conforma com esquemas fixos pré-estabelecidos, mas procura por estruturas alternativas, signos móveis e ambientes mutáveis.

9. ROGERS; KINCAID, apud MATTERLARD, p. 160
10. 1998, p. 73

11. PIGNATARI, 2003, p. 87
12. MOLES, p. 20
13. Op. cit., p. 111

A heterogeneidade é um dos seis princípios que compõem o conceito de hipertexto, formulado por Pierre Lévy (2003). No princípio de heterogeneidade, os participantes da comunicação hipertextual são variados, assim como os objetos, dados, informações e elementos que transitam pelo hipertexto.

O **consumo** – e tudo aquilo que o envolve: troca de mercadorias, compra e venda, estabelecimentos comerciais – não é uma novidade moderna. O que se alterou com a modernidade foi o lugar que o consumo hoje ocupa na vida humana.

Décadas se passaram desde o *boom* da cultura amplificada – que se deu a partir da década de 1960 – e hoje podemos observar que os dois paradigmas do consumo coexistem: da massa consumidora alienada e da massa crítica. Dependendo sobre qual ponto do globo terrestre nos debruçarmos, conforme a formação educacional, as condições sociais e econômicas de uma comunidade, um paradigma ou outro será o dominante.

Atrelados a esses dois modos de lidar com o consumo amplificado – alienado ou crítico – podemos identificar outros dois fenômenos de linguagem que se contrapõem e, ao mesmo tempo, se complementam: o *kitsch* e a *pop art*. Cada um têm estreitas relações com o design e com a poesia visual, relações tanto ao nível da origem/produção dos objetos de consumo como na nutrição/criação de linguagens estéticas. Nessa festa da cultura amplificada, os convivas são heterogêneos, tais como o *kitsch* e a *pop art*, e a música que toca é a última da moda, no volume máximo.

o kitsch, quando o gosto é discutível

Muitas vezes a leitura que se faz do papel do designer na sociedade moderna e contemporânea é romantizada. As funções do designer são amplas – podem englobar desde a criação, planejamento, execução até à aplicação do último acabamento de um determinado projeto, seja de produto, gráfico, ou de outra espécie. O que se teima em desconversar é o papel do design na esfera da economia de mercado. Como reconhece Adrian Forty – o autor de *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750* –, um projeto para ser executado dentro de uma estrutura amplificada – e capitalista – não tem como objetivo primário "dar expressão à criatividade e à imaginação do designer", e sim "tornar os produtos vendáveis e lucrativos."[14]

Depois de um banho de realidade tão cáustico, uma ressalva antes de prosseguirmos. Se a função e *know-how* do designer estivessem confinados estritamente aos lucros de mercado e ao servilismo ao capital, seria impossível travarmos um diálogo entre o design e arte, até mesmo entre o design gráfico e a poesia visual. Logo, esse trabalho todo seria em vão. Porém, é a capacidade de atuação da mente projetista de inserir informação estética para além – e apesar – das barreiras ideológicas de mercado que torna importante sua participação na produção de novas linguagens.

No sistema de produção amplificada – seja através da serialidade ou da difusibilidade – importa é que haja o **consumo** do que está sendo produzido aos borbotões. Como Abraham Moles afirma, a lógica do consumo consiste em fazer "desfilar pela vida cotidiana um fluxo acelerado de objetos entre a fábrica e a lata de lixo"[15], os objetos e as mensagens tornam-se perpetuamente provisórios. O design dos objetos e da informação, neste sistema amplificado, planeja os objetos de acordo com a moda. É a **obsolescência programada**, quando a aparência dos objetos não é fruto de uma conseqüência, mas sim, finalidade última – e com data de vencimento.

Nesse contexto, o *kitsch* está tão entrelaçado à produção de objetos e mensagens dirigidos ao consumo acelerado, como à circulação da arte e da linguagem na cultura amplificada.

14. FORTY, 2007, p. 18

15. MOLES, 2001, p. 24

Michel de Certeau, em 1980, falava das redes de antidisciplina. Para o autor, era fundamental sempre considerar a capacidade das pessoas de driblar e desviar-se da rigidez dos mecanismos impostos pelo Estado e pela ordem do mercado (apud MATTELARD, 2006, p. 157).

O britânico Jacob Whittaker coleciona fotos de diversos tipos de aparelhos descartados nas ruas de cidades inglesas. Ele nomeou a série de tristes imagens da obsolescência de **Stray Machines**, disponível em sua página do *Flickr* – http://www.flickr.com/photos/45097561@N00/sets/

Há a expressão alemã *verkitschen* que significa "trapacear", "vender uma coisa em lugar do que havia sido combinado". Moles (2001) associa à origem alemã do termo *kitsch* à conotação desagradável que acompanha a palavra, expressando "um pensamento ético pejorativo, uma negação do autêntico" (2001, p. 10).

Repertório, segundo a Teoria da Informação, é a capacidade de manipular códigos para efeito de comunicação. Quanto mais amplo for um repertório, mais reduzida será sua audiência e vice-versa, um repertório reduzido terá uma audiência mais ampla (PIGNATARI, 2004, p. 54). Isso nos esclarece várias coisas: dos sucessos dos programas televisivos de sábado à tarde à tiragem diminuta de algumas publicações culturais.

No seu livro *O Kitsch* (2001), Abraham Moles desfia ao longo de 230 páginas um detalhado estudo sobre a palavra que viria designar uma certa atitude da sociedade diante do universo dos objetos e mensagens da cultura amplificada. É interessante descobrir, através das análises sociais e econômicas realizadas por Moles, a assustadora abrangência do *kitsch* entre nós. Há um pouco do *kitsch* em todo lugar, até mesmo na arte.

O *kitsch* é um daqueles termos para os quais existem mais de uma etimologia possível e, como se não bastasse, várias conotações. Entre os que versaram sobre o fenômeno *kitsch*, Abraham Moles identifica a origem do termo do vocábulo alemão *kitschen* que, além de "atravancar", também significa fazer móveis novos a partir da reforma de móveis antigos.[16] Uma outra procedência para o termo é sugerida por Décio Pignatari (2003) e também por Umberto Eco (2004), e se trataria de uma corruptela da palavra inglesa *sketch* (esboço) – empregada quando, nas cidades alemãs nos anos seqüentes à Primeira Guerra Mundial, turistas a passeio e soldados desmobilizados de nacionalidade inglesa e estadunidense compravam desenhos baratos para levar de lembrança.

A tradução de um repertório elevado para o gosto – e o bolso – da camada popular é uma atitude típica do *kitsch*. Ele transmuda a força primária e, por vezes, de difícil absorção, da arte para uma representação mais palatável, mais sentimental da linguagem estética, resultando em "obras que aspiram falsamente à dignidade da arte."[17]

Mesmo numa cultura amplificada, o *kitsch* intenta oferecer uma representação original do mundo, ele invoca o retorno da obra única, mesmo sem sair do sistema de produção em série. O *kitsch* reflete a crise do artesanato diante do fenômeno da industrialização, transformando "objetos-coisas em objetos-signos."[18] Isso significa que, para proporcionar uma relação de sentimentos prazerosos do indivíduo com os objetos do cotidiano, não basta que as coisas se apresentem de forma simples, sem pretensões além da sua forma funcional. O *kitsch* reveste os objetos num embrulho-signo, a utilidade das coisas mantém-se como mero pretexto para comportar uma forma, não exatamente bela, mas que transmita a sensação de que seu possuidor está participando de uma valiosa experiência estética.

As experiências *kitsch* podem se corporificar de inúmeras formas. Para quem quiser arriscar uma pesquisa de campo, provavelmente não será necessário ir muito longe. Qualquer lojinha de *souvenirs* oferecerá um intenso mergulho no universo *kitsch* – miniaturas de obras de arte, chaveirinhos de monumentos urbanos, pratos decorados para pendurar na parede, canecas em formas de bichinhos etc. Esses são casos extremos de quinquilharias *kitsch*, porém há casos mais sutis onde a aparência se sobressai à função para efeitos estéticos instantâneos.

16. MOLES, 2001, p. 10
17. ECO, 2004, p. 117

18. PIGNATARI, 2003, p. 125

Designer do *american way of life*, o francês **Raymond Loewy** impactou o desenho de produtos e automóveis nos EUA na metade do século XX. Afirmava que "a feiúra não vende" (MOLES, 2001, p. 155). Com os seus automóveis de linhas arrojadas e aerodinâmicas, Loewy desvinculou a forma da função: um carro continuava sendo um carro, mas ganhava sempre novas formas de apresentação. Esse constante refresco visual ficou conhecido como styling. Nada mais é do que embrulhar uma velha função numa nova forma. Não soa kitsch?

Studebaker Starliner Classic 1953, automóvel desenhado por Raymond Loewy.

Nesse ato de revestir o trivial com roupagem sígnica, de incorporar elementos estéticos à produção amplificada, o designer participa projetando a forma das **novidades** a serem produzidas. A introdução de novidades estéticas ao cotidiano pode ser tanto benéfica ao repertório do usuário, como pode ser mera produtora de lixo. Enquanto a cultura amplificada se alimenta do acervo da arte, incorporando ao seu universo cotidiano, a arte não se limita a observar. O universo dos objetos e mensagens populares oferece um banquete ao repertório do artista. A poesia visual contemporânea se alimenta com muito gosto dessas referências.

pop art, leituras do universo do consumo

A relação entre a cultura de consumo e a arte não se restringe às oposições. Não estamos diante de um caso onde um despreza o outro, num antagonismo entre popular e erudito, entre alta cultura e cultura de massa, mas sim, o inverso. Apesar de alguns críticos afirmarem que "a massa é incapaz de cultura" e arte moderna seria a "vingança da minoria"[19], o nascimento da pop art desnuda uma relação muito mais complexa do que a simples batalha de afirmação de "classes" culturais. A *pop art* revela uma relação dialética: a cultura popular traduz o acervo da elite para um repertório mais baixo, e, em contrapartida, quando um gênero popular entra em declínio, ele tende a voltar ao repertório da elite, transformado, então, em "arte."[20]

Além de um certo desprezo dos artistas da década de 1960 pela "não-criatividade da massa"[21] e pela repulsa à pasteurização cultural que penetrava na sociedade de consumo, há uma leitura desse universo amplificado que transpõe o sentimento de revolta ou de simples elitismo por parte do artista, possibilitando um olhar mais integrador entre a pesquisa de linguagem artística e a cultura *pop*. Essa outra leitura é realizada pela *pop*

19. José Ortega y Gasset apud BARBERO, 2006, p. 63
20. PIGNATARI, 2003, p. 90
21. ARGAN, 1992, p. 575

art quando ela se apropria do *kitsch* numa atitude de vanguarda, elaborando linguagens estéticas contestadoras e bem-humoradas a partir de um fenômeno típico do consumo.

A poesia visual contemporânea possui uma considerável carga hereditária desse humor e inibição face à cultura amplificada. O poeta visual é perito em destacar as coisas dos seus contextos e transformar lugares-comuns em lugares-incomuns. A poesia visual e *pop art* realizam o que a semioticista Lucrécia Ferrara identifica como uma leitura do "inventário da cultura de massa". É uma poética onde

> "os objetos e materiais de consumo exercem a dupla função de atrair e provocar o estranhamento do receptor; essa dupla função é responsável pelo paradoxo da arte *pop*: vínculo temático com o quotidiano num processo de transformação de linguagem."[22]

22. FERRARA, 1986, p. 107

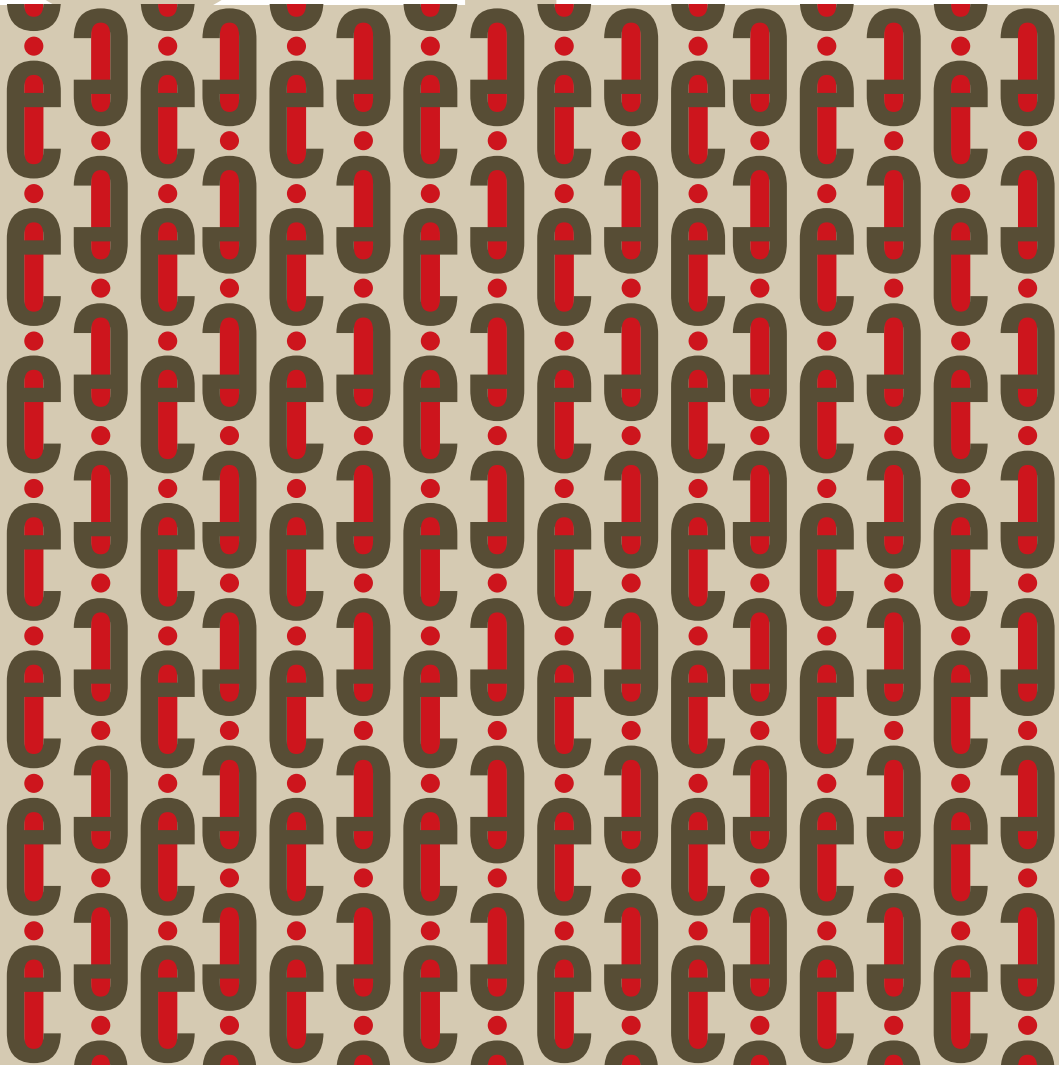
Um passeio pelo supermercado é o que basta para a poeta visual Daniele Gomes de Oliveira obter material imagético para suas faturas poéticas. Trabalhando com associações inusitadas, Daniele é capaz de fazer ressaltar a poesia dos objetos cotidianos e dos produtos de consumo que nossos olhos já estão tão habituados a contemplar. Ao isolar e destacar nomes de produtos como as marcars "**Vigor**" e "**Tenaz**" – títulos de dois de seus trabalhos, cartazes feitos com impressão de tipos em madeira e xilogravura (2006) – Daniele suscita novas dimensões semânticas às palavras desses rótulos tão conhecidos.

Enquanto o *kitsch* traz o **novo ao nível do consumo**, a arte de vanguarda – a *pop art* e também a poesia visual – faz a novidade acontecer **ao nível da produção**.[23] Ao se utilizar dos fragmentos visuais, sonoros, táteis, enfim, multissensórios, que povoam em alto grau de saturação nosso universo cotidiano, a criação poética possibilita uma remodelação da atitude perceptiva do indivíduo. É um aviso de que nosso universo está mais impregnado de descobertas estéticas do que nossos sentidos automatizados estão capturando. A poesia visual e o design gráfico se nutrem do grande texto visual do dia-a-dia da cultura amplificada, e após degluti-los, nos devolvem caminhos para novas leituras do ambiente que nos cerca.

23. PIGNATARI, 2003, p. 123

04

Homo faber + *Homo loquens*: desde que o homem fabrica utensílios, fabrica signos. E – podemos acrescentar – desde que fabrica signos, joga com eles. **ANTONIO RISÉRIO**



O UNO
poetas e designers
+
em parcerias
O MÚLTIPLO

i04

Quando dois tipos distintos de artífices se associam num projeto em comum, o resultado da parceria, se bem-sucedida, adquire uma unicidade que frustra qualquer tentativa de dissociação analítica. Poetas e designers são ambos **artífices da linguagem e da forma**, porém manipuladores de diferentes ferramentas e técnicas.

Este capítulo, ainda em construção, procura relatar três felizes encontros entre poetas e designers, onde, ao conjugarem a criação poética e a expressão gráfica, realizaram projetos de grande riqueza de significado. As "duplas de criação"– para usar um termo freqüente dos departamentos criativos das agências publicitárias – aqui abordadas são: **Vladimir Maiakovski** (poeta) **+ El Lissitzky** (designer); **João Cabral de Melo Neto** (poeta) **+ Aloísio Magalhães** (designer); **Décio Pignatari** (poeta) **+ Alexandre Wollner** (designer).

predominância do ícone sobre o símbolo na poesia

Provocando certa perturbação entre os versejadores mais fundamentalistas, muitos poetas perceberam que "não se pode querer versejar, em pleno início de terceiro milênio, como se fazia antes..."[1] Tais poetas enxergaram na variedade de códigos e

1. KHOURI, 2001, v. 9, p. 23

meios disponíveis, a possibilidade de montar uma interessante paleta para compor seus poemas.

Nessa afluência de códigos aplicada ao fazer poético é que surge a **poesia intersemiótica**, que dentre todas suas manifestações sensíveis, atinge sua máxima potência na visualidade. Por meio da absorção dos mais diversos signos visuais presentes no ambiente contemporâneo – colagens, caligrafias, fotografias, símbolos, comunicações publicitárias – o poeta constrói um novo vocabulário poético. Essa poesia visual, como já vimos nos capítulos anteriores, na maioria das vezes, não abandona a palavra, mas passa a operar com outras possibilidades poéticas ao integrar textos e imagens, ou mesmo ao explorar a dimensão visual dos signos do alfabeto. Ao conferir tanta importância à manifestação visual de seus poemas, à organização dos signos verbais e visuais sobre o suporte, os poetas apropriam-se das técnicas que antes estavam limitadas ao reduto dos artistas visuais, dos tipógrafos e dos designers gráficos.

A poesia – uma manifestação estética associada mais comumente ao fazer literário, à simbologia verbal – absorveu os recursos tecnológicos disponíveis para se reconfigurar, refrescando sua linguagem para melhor refletir seu contexto his-

Em um estudo, datado de 1958, o lingüista russo Roman Jakobson (2003, p. 128) pontuou seis elementos básicos da comunicação humana:
a. emissor,
b. mensagem,
c. destinatário,
d. contexto,
e. código,
f. canal.

Para cada um dos elementos básicos identificados, Jakobson traçou correspondência com seis respectivas funções de linguagem:
a. emotiva,
b. poética,
c. conativa,
d. referencial,
e. metalingüística,
f. fática.

A função poética é aquela em que a mensagem ocupa o centro do processo da comunicação, quando a qualidade formal dos signos é fundamental para a composição da mensagem. Na comunicação poética, todos os elementos componentes da mensagem têm importante valor para a transmissão do significado.

tórico e cultural. O ícone, o signo aberto, "signo da criação, da espontaneidade, da liberdade"[2] é incorporado à poesia não apenas nas relações verbais, mas também por meio das relações de formas, materiais, cores, texturas, tipografias, escalas... Essa poesia que se afirma no século XX, a poesia intersemiótica, não ignora a multiplicidade dos sentidos humanos, e entende a predominância da percepção visual na orientação do ser no mundo.

predominância da interpretabilidade sobre o utilitário no design

Há o outro lado da história. Enquanto a poesia adentrava nos domínios da linguagem gráfica, o design buscava incorporar significado para suas formas, para além da função. O design industrial, em reação à metodologia serial imposta pela primeira fase da industrialização, a partir da metade do século XX, busca a percepção possível em lugar da participação programada.

Em sua tese *O design e o desenho industrial*,[3] a pesquisadora Solange Bigal argumenta que o design, agora uma prática pós-industrial, deve ser compreendido como um projeto de *quase-objetos*. Assim, o design é descrito como uma atividade de **desautomatização de velhos hábitos**, produzindo para o usuário-intérprete a chance de uma regeneração perceptiva. Ou seja, aquele célebre aforismo de Sullivan, "a forma segue a função", é posto em xeque, sobretudo quando a autora diz que

> "o quase-objeto do design é o uso das multiplicidades interpretativas, suscitado pelas qualidades de outros objetos de signos: os signos das comunicações que circulam na sociedade e que inferem nessas mesmas comunicações, ressignificando-as com a marca da inutilidade encontrada no signo estético."[4]

Será que agora a forma, descartando a função, apenas sugere interpretações?

É esperado não topar com uma total aquiescência para uma teoria que associa o "inutilitarismo"

2. PIGNATARI, 2004b, p. 20
3. BIGAL, 2001
4. Ibid., p. 77

Por um ambiente lúdico e modulável, a empresa japonesa SOZ criou diversos formatos e tipos de peças plásticas encaixáveis, os **Carpenter Blocks**, que podem ser configurados de acordo com a criatividade do usuário – formam desde objetos utilitários (cadeiras, mesinhas, luminárias, racks, porta-cds) até divertidos inutilitários (esculturas, painéis, bonecos etc.).

a uma prática que é, historicamente, fundada na produção de objetos utilitários – desde projetos de produtos aos signos de comunicação visual. A autora, porém, deixa claro que o signo inutilitário remático – terminologia que ela propõe ao quase-objeto produzido pelo design – não eliminou o signo icônico utilitário – o objeto funcional produzido pelo desenho industrial –, mas que está ocorrendo, nos últimos anos, uma predominância gradativa do primeiro sobre o segundo.

O projeto dos quase-objetos não está interessado em produzir objetos limitadamente utilitários ou funcionais. Não será o produto do design que trará estampado em seu rótulo seu modo de uso ou interpretação, mas estes serão determinados segundo seu usuário e seu contexto. O signo do design pós-industrial pode ser reconhecido como aquele que insere informações estéticas dentro do sistema das comunicações amplificado, utilizando-se dos processos de produção e difusão contemporâneos para gerar novas possibilidades perceptivas.

Do modo como a materialização dos objetos vai se encaminhando para a multiplicidade de leituras e o significado das coisas vai sendo deixado mais aberto, o signo estético – o ícone

– vai assumindo maior importância. O design se constrói incompletamente, esperando uma resposta participativa – e interpretativa – do usuário. Este é o ponto no qual o design e a poesia se esbarram: onde, não havendo rotas programadas para a leitura, há uma possibilidade de formas e, portanto, de significados. "Já não é o caos, ainda não é a ordem."[5]

poetas + designers: criadores de ícones

Nessa mistura das linguagens, o desejo de fundir a palavra e a imagem leva os poetas a se interessarem pelo trabalho dos designers e vice-versa. Ambos os artistas já têm a palavra e a imagem como matérias-primas: o poeta sugere imagens através da palavra-signo; o designer sugere signos através da palavra-imagem. A soma dessas práticas só poderia resultar em trabalhos onde palavra e imagem entremeiam-se para produzir alto teor de significado estético. Surgem associações notórias entre essas duas espécies de artífices dos ícones. São resgatados aqui, três trabalhos distintos – realizados por diferentes pessoas, em diferentes períodos e circunstâncias socioculturais, em dois diferentes países.

Na Rússia do início do século XX, dois artistas atuavam, cada um a sua maneira, em prol da Revolução, utilizando a arte como meio de propagação dos ideais revolucionários. Vladimir Maiakovski, poeta, não só escreveu poemas inflamados pelo espírito propagandista, como ilustrou ele

5. PIGNATARI, 2004b, p. 74

À esquerda, cartaz da **Rosta** – agência de notícias da União Soviética (1918–1935) – escrito e ilustrado por Maiakovski
(1. Você quer superar o frio?
2. Você quer superar a fome?
3. Você quer comer?
4. Você quer beber?
Apresse-se para se juntar às brigadas de choque!)

À direita, **poster** de Lissitzky (1929), feito com técnica de fotomontagem.

mesmo muitos cartazes. El Lissitzky, artista gráfico, desenvolveu sua linguagem visual dentro dos preceitos construtivistas, utilizando o abstracionismo geométrico como principal fonte geradora de estruturas e formas em seus trabalhos.

Dlia Golosa, livro primeiramente publicado em 1923, consiste num marco da produção editorial da vanguarda russa. Seu título, traduzido, significa "para a voz", e traz uma coletânea de poemas de Maiakovski trabalhados visualmente pelo olhar e mãos habilidosas de Lissitzky. O projeto do livro inova em suas configurações, trazendo um índice de dedo contendo um símbolo gráfico para cada poema do livro. Os grafismos e ilustrações do projeto foram todos realizados a partir de peças metálicas e de madeira utilizadas nas gráficas para a composição de "fios" e "vinhetas".

Lissitzky acreditava que a página do livro deveria refletir, no âmbito visual, o ritmo de seu conteúdo. Quando perguntado a respeito deste projeto específico, Lissitzky explicou que os layouts de suas páginas estabeleciam uma relação análoga ao poema como o acompanhamento de um piano a um violino. Assim como o poeta conseguia unir o conceito ao som, ele havia tentado criar uma unidade equivalente através do poema e da tipografia.

Alguns dos poemas do livro **Dlia Golosa**. Nestas reproduções é possível ver o "índice de dedo" projetado por Lissitzky

Dizer que Lissitzky "ilustrou" poemas de Maiakovski seria, neste caso, reducionista. O que se apresenta neste livro é um tipo de material estético onde a palavra e a imagem entrelaçam-se de modo tal que, ao tentar separá-las, o significado é prejudicado. Lissitzky alinhavou a poesia verbal de Maiakovski à expressão visual do design gráfico, atribuindo uma nova leitura a antigos poemas, enfatizando partes do texto e criando novos roteiros de apreensão da poesia de Maiakovski.

brincadeiras gráficas

Na cidade de Recife, um poeta propôs aos seus amigos para que montassem uma gráfica particular para a impressão de seus próprios livros. Em 1954 surge, então, *O Gráfico Amador*, mistura de oficina tipográfica, atelier gráfico e casa editorial. O poeta em questão era João Cabral de Melo Neto e, entre seus amigos, estava seu primo Aloísio Magalhães, que viria a ser considerado um dos pioneiros da atividade de design gráfico e industrial no Brasil.

Os projetos editoriais produzidos pela equipe do OGA possuíam caráter experimental, com propostas visuais inusitadas para a época e eram feitos em tiragem muito reduzida. Em entrevista, Aloísio afirmou que

> "os livros eram programados assim, muito espontaneamente. [...] Sempre muito informal. [...] Você imaginar fazer um livro com 30 exemplares mostra que você não tinha nenhuma preocupação com nada."[6]

Um exemplo que Aloísio nos conta dessa informalidade projetual, é o fato de que o número de

6. LIMA, 2000, v. 29, p. 23

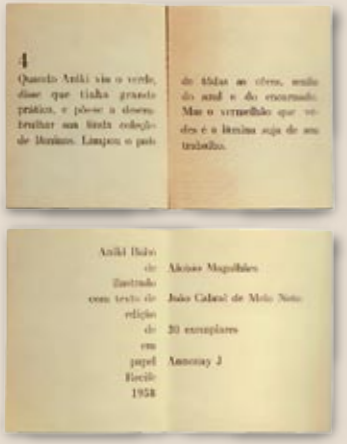
Símbolo de **O Gráfico Amador**. Seu primeiro boletim, editado em julho de 1955, explicitava o propósito do grupo: "O Gráfico Amador reúne um grupo de pessoas interessadas na arte do livro. Fundado em março de 1954, tem a finalidade de editar, sob cuidadosa forma gráfica, textos literários cuja extensão não ultrapasse as limitações de uma oficina de amadores. Os trabalhos são projetados e realizados por Aloísio Magalhães, Gastão de Holanda, José Laurênio de Melo e Orlando da Costa Ferreira" (CUNHA, 1997, p. 85).

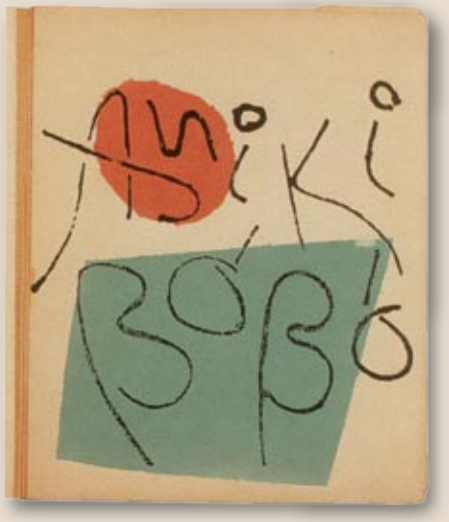
exemplares de uma edição poderia ser determinado simplesmente pela quantidade de papel que havia em estoque.

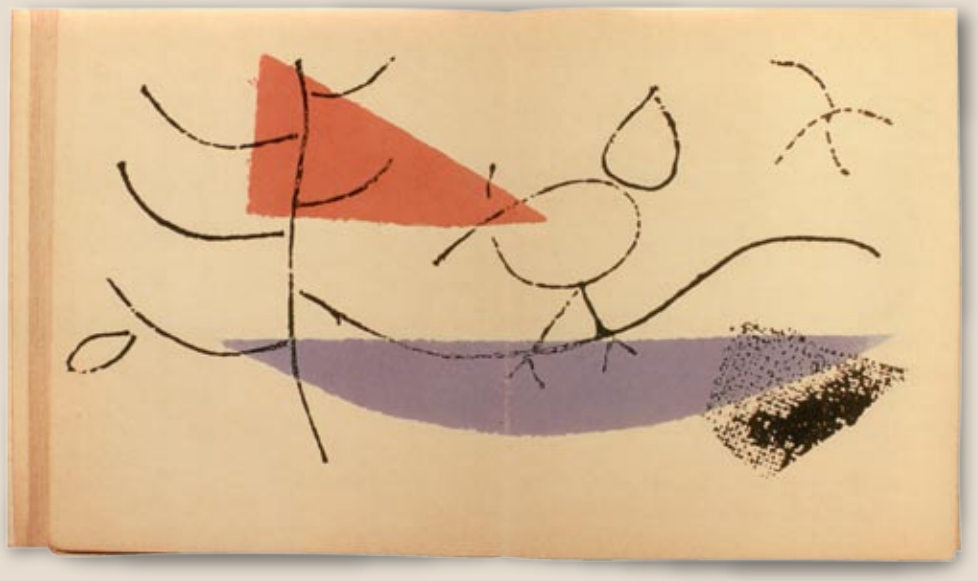
Dentre os livros projetados/publicados pelo OGA, é relevante para este estudo o caso de *Aniki Bobó*, publicado em 1958 com 30 exemplares de 150 x 126 mm, 24 páginas. O livro nasceu de uma pesquisa gráfica de Aloísio, que havia sido fisgado pela peculiaridade do nome "Aniki Bobó" e, sem saber exatamente do que se tratava, começou a imaginar formas que pudessem representar o significado do nome. Construiu as imagens utilizando um clichê artesanal, feito com barbante colado num taco de madeira, inventando uma espécie de carimbo. Imaginou que "Aniki Bobó" seria um passarinho e criou uma estória composta de desenhos impressos por clichês de barbantes. Até que João Cabral viu a série de desenhos realizados por Aloísio e disse: "Eu vou fazer um poema para ilustrar os desenhos".

Aniki Bobó é um acontecimento interessante da poesia e da arte gráfica, pois a relação entre texto e imagens deu-se de modo invertido do que geralmente ocorre, onde o artista visual é incumbido de ilustrar um texto já escrito. A poesia aqui não foge do encadeamento verbal, nem inova na composição visual do texto em si, mas apresenta uma singularidade em seu processo de criação, revelando intensa afinidade com os signos visuais gráficos a ponto de ser suscitada por eles.

Páginas internas do livro **Aniki Bobó**. O texto do poema foi impresso pela técnica de composição tipográfica tradicional, enquanto as ilustrações foram realizadas por meio de carimbos e clichês de barbantes artesanais.







poesia para objetos e projetos

A relação do poeta – também escritor, tradutor e semioticista – Décio Pignatari com a prática do design no Brasil fortaleceu-se durante os 15 anos em que trabalhou na área da criação publicitária. A parceria com o designer visual Alexandre Wollner rendeu diversos projetos que mesclavam identidade visual institucional, campanhas de publicidade e comunicação visual.

A natureza desses trabalhos muito se diferencia dos outros trabalhos aqui apresentados, já que um caráter mercadológico entra em cena, a intenção de anunciar e vender um objeto ou conceito de design. A poesia participa, nos projetos de Pignatari e Wollner, como geradora e articuladora de signos estéticos vinculados à produção seriada e/ou estabelecendo uma identidade sígnica – criando marcas e nomes – de determinada linha de produtos ou serviços. A poesia e o design aliam-se para, não apenas gerar novos ícones, mas também, fazer mover o sistema econômico, divulgando produtos e conceitos gerados pela indústria.

É interessante destacar a ênfase que Pignatari confere à abertura do signo icônico do design industrial. Tanto que, em um texto poético-publicitário (se é que é permitido denominá-lo assim) escrito em 1964 para a indústria de móveis *Probjeto* – para a qual Pignatari criou o nome e Wollner a identidade visual – Pignatari exalta a multiplicidade dos significados dos objetos industrialmente projetados:

[...] a quantidade
é a nova qualidade
de nossos dias

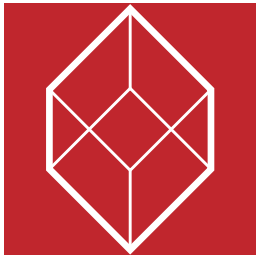
a quantidade
é o novo significado
do produto-processo [...]

é o consumidor
quem enriquece o objeto
com significados
de uso e bom uso

exatamente o contrário
é o que sucede
com o móvel de unicidade ilusória
que impõe significados
estereotipados
ao consumidor

quantidade é qualidade
o belo é o significado
o significado é o uso
o uso é a comunicação [...][7]

Peças de comunicação visual e publicitária, desenvolvidas na década de 1970, para a empresa de artigos pesqueiros **Equipesca**. Neste projeto, Alexandre Wollner criou a identidade visual, o design dos elementos gráficos e tipográficos, enquanto Décio Pignatari colaborou na criação de diversos nomes de produtos (Chunda, mol...mol, Equilon etc.) e textos publicitários.



Signo visual da indústria de móveis **Probjeto**, criado por Wollner.

7. PIGNATARI, 1964 apud WOLLNER, 2003, p. 169

Anúncio das cadeiras da linha *Dinamarquesa,* projetada pelo designer Arne Jacobsen e fabricada no Brasil pela **Probjeto**, 1964. Há uma preocupação em enfatizar a característica multiuso do produto, citando os diversos lugares em que a cadeira *Dinamarquesa* pode "funcionar": auditórios, bibliotecas, restaurantes, clubes, universidades, escritórios (WOLLNER, 2003, p. 168).

A associação entre o poeta Pignatari e o designer Wollner mostra um exemplo de como as linguagens estéticas se imbricam para produzir informações possíveis de dialogarem com as novas tecnologias e com o contexto cultural de uma sociedade que então se move e constrói seus valores entre a presença da indústria e dos veículos de comunicação.

Essas breves amostras de casos de projetos desenvolvidos em mutualidade entre poetas e designers ilustra o argumento desse trabalho, demonstrando em exemplos práticos que, quando a poesia recorre à força de expressão das formas visuais e o design gráfico e industrial procura enriquecer sua materialidade na potência do signo icônico, os projetos se encontram e se somam.

No final, poesia e design tratam-se de projetos, pois

> "qualquer objeto deve ser projetado e construído de acordo com as necessidades ou funções às quais vai atender ou servir. Esse princípio básico da indústria moderna não cinge só a objetos tradicionalmente considerados como tais, mas pode também se estender a outros 'objetos', tais como as linguagens. É neste sentido que o poeta é um designer, ou seja, um projetista de linguagem."[8]

E quer seja codificada por signos do alfabeto, por cores, formas abstratas, figurativas, cheiros, gostos, texturas, sons ou movimentos, a linguagem se encarrega de realizar o projeto humano primordial – e muito provavelmente inacabável: o projeto de um mundo pleno de sentido.

8. PINTO; PIGNATARI. In: CAMPOS; CAMPOS; PIGNATARI, 2006, p. 220

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Abrimos esse trabalho com a pergunta: para quê misturar design com poesia? Ao longo dessas páginas, estudamos as características da poesia visual e do design gráfico, passeamos por seus contextos e marcos históricos, observamos a evolução de ordem técnica e produtiva das comunicações impressas, abordamos a participação do design e da linguagem poética numa cultura moldada pelos meios de comunicação e pelo consumo e, finalmente, resgatamos três casos de parcerias entre poetas e designers.

A afinidade entre a comunicação poética e a comunicação visual vem se mostrando, no decorrer do tempo, como algo intrínseco à natureza dessas duas práticas. O hábito desenvolvido pela cultura ocidental, de criar classificações, de emoldurar e isolar os saberes e as linguagens humanas, acabou rompendo vínculos primordiais. Desde tal desintegração, os artistas tentam reverter o prejuízo, em busca daquela expressão multiforme de sentidos que havia sido estilhaçada.

O design gráfico, ao lidar com o desenho e a formatação da escrita, dispondo textos e imagens num dado layout, está trabalhando diretamente com a **dimensão material da linguagem**. E o modo como a disposição das tipografias e dos

demais elementos visuais se dão num projeto tem a propriedade de interferir impetuosamente na produção de sentido da mensagem. Como já havia apregoado o teórico da comunicação Marshall McLuhan na década de 1960 – e que voltou a ser rememorado – *o meio é a mensagem*. E para o designer gráfico o meio e, também, o modo de dar forma aos signos visuais é que serão determinantes para a constituição da mensagem.

Falando em **mensagem**, a poesia já entendia do riscado há muito tempo antes do surgimento histórico do design gráfico. Para a poesia, a forma sempre foi um atributo fundamental para a composição da mensagem. Não há possibilidade de se isolar *forma* do *significado* na comunicação poética. A poesia, assim como o design gráfico, sempre lidou com a dimensão material e sensível da linguagem.

Quando somado, o potencial criador e materializador incubado nas duas práticas – na poesia e no design – ganha força para emergir em projetos de alto teor de significado e de grande qualidade visual. É o momento em que a linguagem torna-se um pouco mais plena, ao conseguir estabelecer contato com a nossa percepção por meio de diferentes canais sensórios, numa espécie de código que não é só verbal nem só visual, mas sim, um tipo de escrita icônica. Um entrelaçamento de diferentes qualidades de linguagem que possibilitam a criação de uma comunicação rica em significados.

BIBLIOGRAFIA GERAL

ALVES JR, Gilberto. Os termos corretos para o design brasileiro. **Revista eletrônica Design Gráfico**. Disponível em: <http://www.designgrafico.art.br/pontod/mural/logomarca_erro.htm>. Acesso em: 11 jan. 2008.

ANDRADE, Oswald. **Cadernos de poesia do aluno Oswald (poesias reunidas).** 2. ed. São Paulo: Círculo do Livro, 1982.

ANHOLT, Oriana; BRANDT, Michael. **The Evolution of Type.** Disponível em: <http://www.mediumbold.com/04_thinking/type/>. Acesso em: 24 jun. 2006.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. O Gráfico Amador, vanguarda da moderna tipografia brasileira: catálogo de exposição. São Paulo, 2001. 32p.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BIGAL, Solange. **O Design e o Desenho Industrial.** São Paulo: Anna Blume, 2001.

BLACKWELL, Lewis. **Tipografía del siglo XX.** Tradução do inglês para o castelhano de Carlos Sáenz de Valicourt e Maria García Freire. 3. ed. Barcelona: Gustavo Gilli, 2004.

BRINGHURST, Robert. **A forma sólida da linguagem: um ensaio sobre escrita e significado.** Tradução de Juliana A. Saad. São Paulo: Rosari, 2006.

CAMPOS, Augusto de. **Viva Vaia – poesia 1949–1979.** 3. ed. Cotia: Ateliê Ediorial, 2001.

CAMPOS, Augusto; CAMPOS, Haroldo; PIGNATARI, Décio. **Mallarmé.** 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.

_____. **Teoria da poesia concreta: textos críticos e manifestos 1950 – 1960.** 4. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2006.

CAMPOS, Haroldo. **Ideograma: lógica, poesia, linguagem.** São Paulo: Edusp, 2000.

CAMPOS, Roland de Azeredo. **Arteciência: afluência de signos co-moventes.** São Paulo: Perspectiva, 2003.

CARRIÓN, Ulises. **The new art of making books.** Disponível em: <http://www.artpool.hu/bookwork/Carrion.html>. Acesso em: 25 mai. 2006.

CHRISTIN, Anne-Marie. **L'image écrite: ou la déraison graphique.** Paris: Flammarion, 2001.

DERRIDA, Jacques. **Gramatologia.** Tradução de Miriam Chnaiderman e Renato Janine Ribeiro. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual.** Tradução de Jefferson Luiz Camargo. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DROSTE, Magdalena. **Bauhaus 1919-1933.** Tradução Casa das Línguas, Lda. Köln: Taschen, 2006.

DRUCKER, Johanna. **The visible word: experimental typography and modern art, 1909 – 1923.** Chicago: The University of Chicago, 1994.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** Tradução de Pérola de Carvalho. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

FARIAS, Priscila. **Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias.** 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **A estratégia dos signos.** 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FIGUEIREDO, José Luiz Valero de. **Tipografia & Poesia: a tipografia na sintaxe da poesia visual impressa no Brasil.** 2003. 227 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Poéticas Visuais)–Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru, 2003.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** Tradução do autor. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo – design e sociedade desde 1750.** Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HIGOUNET, Charles. **História concisa da escrita.** Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: uma história concisa.** Tradução de Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HSUAN-AN, Tai. **Ideogramas e a cultura chinesa.** São Paulo: É Realizações Editora, 2006.

JAKOBSON, Roman. **Lingüística e Comunicação.** Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 24. ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

JEAN, Georges. **Writing: the story of alphabets and scripts.** London: Thames and Hudson, 1992.

JURY, David. **About face: reviving the rules of typography.** Brighton: Rotovision, 2004.

KHOURI, Omar. De olho na poesia. **Revista da FACOM-FAAP**, São Paulo, v. 8, p. 36-37, 2000.

_____. **Revistas na era pós-verso.** Cotia: Ateliê Editorial, 2003.

_____. Visualidade: característica predominante na poesia da era pós-verso. **Revista da FACOM-FAAP**, São Paulo, v. 9, p. 22-27, 2º semestre de 2001.

LEITE, João de Souza; TABORDA, Felipe. **A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães.** Rio de Janeiro: Artviva, 2003.

LEMINSKI, Paulo. **La vie en close, 1991.** Disponível em: <http://paginas.terra.com.br/arte/PopBox/kamiquase/la_vie.htm>. Acesso em: 20 jul. 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador: as origens da moderna tipografia brasileira.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____. O Lúdico e o Informal: a tipografia experimental de Aloísio Magalhães nos seus anos de formação no Recife. **Boletim ADG**, São Paulo, n. 29, p. 22-24, mar. 2000.

MALDONADO, Tomás. **El diseño industrial reconsiderado.** 3. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.

MANDEL, Ladislas. **Escritas: espelho dos homens e das sociedades.** Tradução de Constância Egrejas. São Paulo: Rosari, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFPR, 2006.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **Histórias das teorias da comunicação.** Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media).** Tradução de Décio Pignatari. 20. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

MARQUES, Maria Eduarda. **Mira Schendel.** São Paulo: Cosac Naify, 2001.

MELO, Chico Homem de. **Os desafios do designer & outros textos sobre design gráfico.** São Paulo: Rosari, 2003.

MENEZES, Philadelpho. **Roteiro de Leitura: poesia concreta e visual.** São Paulo: Ática, 1998.

MOLES, Abraham. **O kitsch: a arte da felicidade.** Tradução de Sérgio Miceli. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

PAZ, Octavio. **Signos em rotação.** Tradução de Sebastião Uchoa Leite. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1976.

PERLOFF, Marjorie. **O momento futurista: avant-garde, avant-guerre, e a linguagem da ruptura.** Tradução de Sebastião Uchoa Leite. São Paulo: Edusp, 1993.

PERROTTA, Isabella. **Tipos e Grafias.** Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2005.

PIGNATARI, Décio. **Contracomunicação.** 3. ed. Cotia: Ateilê Editorial, 2004.

_____. **Informação. Linguagem. Comunicação.** 25. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2003.

_____. **Semiótica e Literatura.** 6. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

_____. **Poesia pois é poesia.** Cotia: Ateliê Editorial; Campinas: Unicamp, 2004.

PINTO, Luis Ângelo; PIGNATARI, Décio. Nova linguagem, nova poesia. In: CAMPOS, Augusto; CAMPOS, Haroldo; PIGNATARI, Décio. **Teoria da poesia concreta: textos críticos e manifestos 1950 – 1960.** 4. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2006. p. 219-224.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica.** São Paulo: Perspectiva; Brasília: CNPq, 1987.

POUND, Ezra. **ABC da literatura.** Tradução de Augusto de Campos e José Paulo Paes. 16 ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política.** Tradução de Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO Experimental; Editora 34, 2005.

RESTANY, Pierre. **Le livre rouge de la revolution picturale.** Milão: Apollinaire, 1968.

RISÉRIO, Antonio. **Ensaio sobre o texto poético em contexto digital.** Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado; COPENE, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento.** Tradução de Antonio Angonese. Bauru: EDUSC, 2001.

SULLIVAN, Louis. The tall office building artistically considered. **Lippincott's Magazine**, 1896. Disponível em: <http://academics.triton.edu/faculty/fheitzman/tallofficebuilding.html>. Acesso em: 20 ago. 2007.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Tradução de Wagner Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

WEINGART, Wolfgang. **Como se pode fazer tipografia suíça?** Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Rosari, 2004.

WOLLNER, Alexandre. **Design Visual 50 Anos.** São Paulo: Cosac Naify, 2003.

_____. **Textos recentes e escritos históricos.** São Paulo: Rosari, 2002.

outras referências consultadas

Art History Club. Biografia de El Lissitzky e imagens do livro Dlia Golosa. Disponível em: <http://www.arthistoryclub.com/art_history/El_Lissitzky>. Acesso em: 10 abr. 2006.

Hamilton Wood Type Museum. Museu on-line. Disponível em: <http://www.woodtype.org/museum_information_about.shtml>. Acesso em: 16 jun. 2006.

HfG Archive Ulm. Arquivo on-line da Escola Superior da Forma de Ulm - Alemanha. Disponível em: <http://www.hfg-archiv.ulm.de/english/>. Acesso em: 14 mar. 2007.

Howard Schickler Fine Art. Imagens do livro Dlia Golosa e outros livros raros da vanguarda russa (1913–1923). Disponível em: <http://www.schicklerart.com/exh/12_rare_books/contents.html>. Acesso em: 10 abr. 2006.

Metal Type. Arquivo on-line de fotos de equipamentos tipográficos. Disponível em: <http://www.metaltype.co.uk/photos/>. Acesso em: 24 jun. 2006.

Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães. Biografia do designer. Disponível em: <http://www.mamam.art.br/mam_apresentacao/aloisio.htm>. Acesso em 10 abr. 2006.

Type Culture: digital type foundry and academic resource. Disponível em: <http://www.typeculture.com>. Acesso em: 16 jun. 2006.

University of North London. Photocomposition: general history. Documento sobre a história da fotocomposição. Disponível em: <http://learning.north.londonmet.ac.uk/epoc/eplt3.htm>. Acesso em: 24 jun. 2006.

referências iconográficas

Pág 19 ▪ Poema *Ovo*: **Digitalcraft.org.** Disponível em: < http://www.digitalcraft.org/iloveyou/poetry.htm>. Acesso em: 25 jan. 2008.

Pág 21 ▪ Graffito chinês: Foto de Colin Stevenson, publicada no **Flickr.** Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 10 jan. 2008.

Pág 23 ▪ Tabuleta suméria: JEAN, Georges. **Writing: the story of alphabets and scripts.** London: Thames and Hudson, 1992, p. 15.

Pág 24 ▪ Ilustração do poema *Bicho Alfabeto*: Mariana Eller Caetano.

Pág 27 ▪ Ilustração debate Saussure x Bringhurst: Mariana Eller Caetano.
Foto Saussure: Disponível em: < http://www.phillwebb.net/History/TwentiethCentury/Continental/(Post)Structuralisms/Structuralism/Saussure/Saussure.htm>. Acesso em: 11 dez. 2007.
Foto Bringhurst: Foto de Isaias Loaiza, publicada no **Flickr**. Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 11 dez. 2007.

Pág 28 ▪ Ilustração cadeia de signos: Mariana Eller Caetano.

Pág 30 ▪ Ilustração *ModernMantra*: **Portfolio de Thomas Broomé.** Disponível em: < http://thomasbroome.se/work.htm>. Acesso em: 04 jan. 2008.
Ilustração rótulos: Mariana Eller Caetano.

Pág 32 ▪ Poema *SOL TO*: **Arnaldo Antunes.** Disponível em: < http://www.arnaldoantunes.com.br/>. Acesso em: 25 jan. 2008.

Pág 34 ▪ Poema *Soneto do cotidiano*: **ARTÉRIA:** revista de poesias visuais. São Paulo: Nomuque Edições, n. 7, 2° semestre 2004.

Pág 35 ▪ Poema *Clichetes*: **Light & Dust Anthology of Poetry.** Disponível em: < http://www.thing.net/~grist/l&d/menzes/lmenez1.htm>. Acesso em 25 jan. 2008.

Pág 37 ▪ Ideogramas chineses: HSUAN-AN, Tai. **Ideogramas e a cultura chinesa.** São Paulo: É Realizações Editora, 2006, p. 42-43.

Pág 38 ▪ Poema *Chuva*: KHOURI, Omar (Org.). **Não Muito, Mas Muito: da poesia segundo o século XX.** São Paulo: Nomuque Edições, 1983. Conjunto de pranchas, serigrafias coloridas. Exemplar do organizador.

Pág 40 ▪ Ilustração cartão de visita do cavaleiro: Mariana Eller Caetano.

Pág 41 ▪ Logotipo *Havaianas*: **Brands of the world.** Banco de logotipos on-line. Disponível em: <http://www.brandsoftheworld.com>. Acesso em: 27 fev. 2007. Logotipo *IBM*: **Logotypes.ru.** Banco de logotipos on-line. Disponível em: <http://www.logotypes.ru>. Acesso em: 27 fev. 2007. Poema Beijo: **ARTÉRIA:** op. cit.

Pág 42 ▪ Poema *Código*: CAMPOS, Augusto de. **Viva Vaia – poesia 1949–1979.** 3. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2001, p. 209. Poema *Diálogo*: **ARTÉRIA**, op. cit.

Pág 45 ▪ Páginas do livro *Un coup de dés*: **Blog de Étienne Mineur, Professor de artes visuais, França.** Disponível em: < http://www.my-os.net/blog>. Acesso em: 25 jan. 2008.

Pág 47 ▪ Capa do livro *Parole in libertá*: Ibidem.

Pág 48 ▪ Páginas do livro *Parole in libertá*: Ibidem.

Pág 49 ▪ Caligrama *Chapeau*: Disponível em: <www.peinturefle.ovh.org/activite/calligram.htm>. Acesso em: 25 jan. 2008. Caligrama *La tour Eiffel*: Disponível em: <http://www.arikah.net/enciclopedia-espanola/Guillaume_Apollinaire>. Acesso em: 25 jan. 2008. Caligrama *Long Tail Tale*: PIGNATARI, Décio. **Semiótica e Literatura.** 6. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004, p. 104.

Pág 51 ▪ Poema *Terra*: PIGNATARI, Décio. **Poesia pois é poesia.** Cotia: Ateliê Editorial; Campinas: Unicamp, 2004, p. 126. Poema *Vai e vem*: MENEZES, Philadelpho. **Roteiro de Leitura: poesia concreta e visual.** São Paulo: Ática, 1998, p. 99.

Pág 57 ▪ Ilustração multiplicação de objetos: Mariana Eller Caetano.

Pág 58 ▪ Logotipo da Bauhaus: DROSTE, Magdalena. **Bauhaus 1919-1933.** Tradução Casa das Línguas, Lda. Köln: Taschen, 2006, p. 34.

Pág 60 ▪ Gravura de Gutenberg: **Virtuellen Museum der Wissenschaft.** Disponível em: <www.amuseum.de/ medizin/gutenberg.jpg>. Acesso em 22 maio. 2007.

Pág 63 ▪ Ilustração paisagem publicitária: Mariana Eller Caetano, com fotos de Fernando Adams.

Pág 64 ▪ Ilustração tipos metálicos: Mariana Eller Caetano.

Pág 65 ▪ Foto bandeja tipográfica: Arquivo do AIGA DC, publicado no **Flickr**. Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 10 mai. 2007.

Pág 66 ▪ Ilustração tipos metálicos: Mariana Eller Caetano, com foto de Kaira, publicada no **Flickr**. Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 10 mai. 2007.

Pág 69 ▪ Ilustração família tipográfica: Mariana Eller Caetano.

Pág 70 ▪ *Tybrid*: **Portfólio de Oded Ezer.** Disponível em: <http://www.odedezer.com/Tybrid.html>. Acesso em: 05 fev. 2008.

Pág 74 ▪ Poema *Cage*: KHOURI, Omar. Visualidade: característica predominante na poesia da era pós-verso. **Revista da FACOM-FAAP**, São Paulo, v. 9, p. 22-27, 2º semestre de 2001.

Pág 76 ▪ Ilustração infográfica: **Estúdio Triworks.** Disponível em: <http://www.triworks.net/triworks2007/triworks2007_pt/default.htm>. Acesso em: 05 fev. 2008.

Pág 82 ▪ Ilustração ícones-botões: Mariana Eller Caetano.

Pág 83 ▪ Poema *Biscoitos finos*: **Poesia na mira.** Disponível em: <http://www.nomuque.net/poesianamira/index.html>. Acesso em: 02 fev. 2008.

Pág 85 ▪ Tv e video-clip: montagem de Mariana Eller Caetano com foto: **I feel numb.** Disponível em: <http://www.thecobrasnose.com/xxmusic/numb.html>. Acesso em: 04 fev. 2008.

Pág 86-87 ▪ Ilustração lojinha de bairro x mega shopping center: Mariana Eller Caetano.

Pág 89 ▪ Foto aparelho de som descartado. Foto de Jacob Whittaker, série Stray Machines, publicada no **Flickr.** Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 04 fev. 2008.

Pág 91 ▪ Ilustração de Raymond Loewy: Museu de Raymond Loewy. Disponível em: <http://www.raymondloewy.com/about/loewy.html>. Acesso em: 04. fev. 2008. Automóvel Studebaker: Foto de Bill Scott, publicada no **Flickr**. Disponível em: <http://www.flickr.com>. Acesso em: 04 fev. 2008.

Pág 92 ▪ Kitsch shop: ilustração de Mariana Eller Caetano com fotos: Pantufas Dr. Freud, potes de molhos, despertador-mesquita e telefone-boca: **The kitsch u like, loja virtual.** Disponível em: <http://www.kitschulike.com/>. Acesso em: 26 jan. 2008. Broche Mona Lisa: **Etsy, loja virtual.** Disponível em: <http://www.etsy.com/view_listing.php?listing_id=9323328>. Acesso em: 03 fev. 2008. Guarda-chuva Magritte: **Loja virtual do Art Institute of Chicago.** Disponível em: <http://www.artinstituteshop.org/>. Acesso em: 03 fev. 2008.

Pág 94 ▪ Poemas Vigor e Tenaz: OLIVEIRA, Daniele Gomes de. **Tenaz.** 2007. 1 gravura, xilo., color., 35 cm x 51 cm. Coleção particular. _____. **Vigor.** 2007. 1 gravura, xilo., color., 35 cm x 51 cm. Coleção particular.

Pág 101 ▪ Blocos de montar: SOZ design. Disponível em: <http://www.soz.jp/en_index/en_index.html>. Acesso em: 04 fev. 2008.

Pág 102 ▪ Foto de Maiakovski disponível em: <http://www.apropucsp.org.br/revista/rcc01_r10.htm>. Acesso em: 30 jan. 2008. Foto de Lissitzky: **Página de El Lissitzky no Wikipedia.** Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Image:El_Lissitzky_self_portrait_1914.jpg>. Acesso em: 30 jan. 2008.

Pág 103 ▪ Poster Maiakovski: **Página de Vladimir Mayakovsky no Wikipedia.** Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Plakat_mayakowski_gross.jpg>. Acesso em: 30 jan. 2008. Poster de Lissitzky: **Página de El Lissitzky no Wikipedia.** Op. cit. Acesso em: 30 jan. 2008.

Pág 104 ▪ Páginas do livro *Dlia Golosa*: **Art History Club.** Disponível em: <http://www.arthistoryclub.com/art_history/El_Lissitzky>. Acesso em: 10 abr. 2006.

Pág 105 ▪ Foto de João Cabral de Melo Neto: **Nordeste Web.** Disponível em: <http://www.nordesteweb.com/not07_0907/ne_not_20070827b.htm>. Acesso em: 30 jan. 2008. Foto de Aloísio Magalhães: **Forum de Design Gráfico.** Disponível em: <http://www.designgrafico.art.br/site/2007/11/05/dia-nacional-do-design-por-monica-fuchschuber/>. Acesso em: 30 jan. 2008.

Pág 106 ▪ Símbolo OGA: ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. O Gráfico Amador, vanguarda da moderna tipografia brasileira: catálogo de exposição. São Paulo, 2001. 32p.

Pág 107 ▪ Páginas do livro Aniki Bobó: LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador: as origens da moderna tipografia brasileira.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

Pág 108 ▪ Foto Décio Pignatari: Portal Unicamp. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/maio2007/ju357pag05.html>. Acesso em: 30 jan. 2008. Foto Alexandre Wollner: Design Brasil. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/portal/almanaque/enciclopedia.jhtml?indice=W>. Acesso em: 30 jan. 2008. Símbolo e peças gráficas da Equipesca: WOLLNER, Alexandre. **Design Visual 50 Anos.** São Paulo: Cosac Naify, 2003, p. 176.

Pág 109 ▪ Símbolo *Probjeto*: WOLLNER, op. cit., p. 166.

Pág 110 ▪ Anúncio cadeiras linha Dinamarquesa, Probjeto: WOLLNER, op. cit., p. 168. Foto cadeira Dinamarquesa disponível em: <http://www.ddc.dk/images/pressebilleder/moma_pressebilleder/AJ_3107.jpg>. Acesso em: 05 fev. 2008.

Projeto gráfico, ilustrações
e tratamento de imagens:
Mariana Eller Caetano

A tipografia utilizada
para as colunas de texto
principais foi a Chaparral,
projetada por Carol Twom-
bly em 1997.

Os textos-satélites, títulos e
notas de rodapé foram com-
postos na tipografia Trade
Gothic, desenhada por
Jackson Burke em 1948.

O papel utilizado no miolo
do livro é o Reciclato
90g/m^2, feito pela Suzano.

São Paulo · 2008

Livros Grátis

(http://www.livrosgratis.com.br)

Milhares de Livros para Download:

Baixar livros de Administração
Baixar livros de Agronomia
Baixar livros de Arquitetura
Baixar livros de Artes
Baixar livros de Astronomia
Baixar livros de Biologia Geral
Baixar livros de Ciência da Computação
Baixar livros de Ciência da Informação
Baixar livros de Ciência Política
Baixar livros de Ciências da Saúde
Baixar livros de Comunicação
Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE
Baixar livros de Defesa civil
Baixar livros de Direito
Baixar livros de Direitos humanos
Baixar livros de Economia
Baixar livros de Economia Doméstica
Baixar livros de Educação
Baixar livros de Educação - Trânsito
Baixar livros de Educação Física
Baixar livros de Engenharia Aeroespacial
Baixar livros de Farmácia
Baixar livros de Filosofia
Baixar livros de Física
Baixar livros de Geociências
Baixar livros de Geografia
Baixar livros de História
Baixar livros de Línguas

Baixar livros de Literatura
Baixar livros de Literatura de Cordel
Baixar livros de Literatura Infantil
Baixar livros de Matemática
Baixar livros de Medicina
Baixar livros de Medicina Veterinária
Baixar livros de Meio Ambiente
Baixar livros de Meteorologia
Baixar Monografias e TCC
Baixar livros Multidisciplinar
Baixar livros de Música
Baixar livros de Psicologia
Baixar livros de Química
Baixar livros de Saúde Coletiva
Baixar livros de Serviço Social
Baixar livros de Sociologia
Baixar livros de Teologia
Baixar livros de Trabalho
Baixar livros de Turismo