



PRODUTOS EDITORIAIS E DESIGN: convergências e transformações

Tese de Livre Docência

Cassia Leticia Carrara Domiciano

Bauru, janeiro de 2020

Domiciano, Cassia Leticia Carrara.
Produtos Editoriais e Design: convergências e
transformações / Cassia Leticia Carrara Domiciano,
Bauru, 2020
238 fls.

Tese (livre-docência)
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação, Bauru, 2020

1. Design Gráfico. 2. Design Editorial. 3. Produtos
Editoriais. 4. Produtos Editoriais Digitais. 5. Livro
contemporâneo. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade
de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

BANCA EXAMINADORA

Luis Carlos Paschoarelli (Faac-Unesp)

Vania Cristina Pires Nogueira Valente (Faac-Unesp)

Clíce de Toledo Sanjar Mazzilli (FAU-USP)

Luciano Guimarães (ECA-USP)

Jeniffer de Cássia Rillo Dutka (FOB-USP)

DEDICATÓRIA

Wilson, meu pai e grande incentivador no passado.
“Vai menina, você consegue!”

Marcus, meu grande incentivador do presente!
Amor e Gratidão.

AGRADECIMENTOS

É difícil agradecer a tantos! Esse é o agradecimento por uma carreira, pois nada fazemos sozinhos!

Primeiro, creio numa fonte de vida, força maior, que me anima, me dá esperança. A Deus agradeço pelas oportunidades, capacidades, dons e talentos que me capacitam a ser quem sou e exercer a profissão que amo.

E quantas foram as horas “roubadas” do meu tempo com marido e filhos para preparar aulas tarde da noite, ler artigos aos domingos... Marido que vira revisor, filhos que viram “cobaias” em projetos e pesquisas... Marcus, Guilherme e Natan, só poderia dedicar esse trabalho a vocês!

À família - principalmente mãe e sogra - pelo apoio de sempre e aos amigos e amigas parceiros de orações (obrigada meninas!).

A todos os meus orientadores, que se tornaram amigos, e me ajudaram nos momentos cruciais de pesquisa e titulações: José Carlos Plácido da Silva, Milton Koji Nakata, Eduarda Ferreira Coquet.

Aos colegas-parceiros no Laboratório Inky Design, José Luiz Valero Figueiredo (in memoriam), meu tutor e mestre, e Fernanda Henriques, que me incentivou a continuar em momento de desistir.

Aos colegas do departamento de design pela troca saudável de conhecimento, ajuda, partilhas. Muitas foram nossas aventuras... somos diferentes, mas somos um time que tem levado o curso de design da Unesp – graduação e pós – ao mais alto nível. Muito orgulho de vocês.

Alunos! Razão de estarmos aqui. Obrigada, vocês nos desafiam a cada dia. Gratidão especial àqueles que ficaram próximos, quer pelos TCCs, ICs e projetos de extensão (*inkers*) e que animaram muitos dos meus dias, com projetos, ideias e ideais! A juventude de vocês me faz tão bem!

Aos colegas do grupo de pesquisa Design Gráfico Inclusivo: Visão, Audição e Linguagem, da Unesp e USP, que enriqueceram minhas experiências de pesquisa.

Agradecimentos ao prof. Tomás Barata, chefe do departamento de design, pelo apoio à realização desse trabalho, e prof. Marcelo Carbone, diretor da Faac, grande incentivador da promoção e crescimento dos seus liderados.

Gislaine Saneti, Rosana Cardoso e Sérgio Komori, funcionários dedicados que são meu apoio no dia a dia, dão suporte para as coisas acontecerem, sempre com sorriso no rosto!

Gratidão à Monica Moura e Bianca Victorino pela ajuda nessa reta final de titulação.

Ao corpo técnico da Faac, principalmente à TDA, STA e STAEPE. Essa equipe é nota 10.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
PARTE 1: ESSE OBJETO DE DESIGN, O LIVRO!	13
1. LIVRO VIRANDO LIVRO	15
1.1. O papel dos meios de reprodução	15
1.2. Os produtos editoriais impressos	17
1.3. Definições do Livro	18
1.4. Livros e autorias	19
2. O LIVRO COMO OBJETO DE DESIGN	20
2.1 Design do livro: do clássico ao alternativo	21
2.2. As experiências com os pré-livros	24
2.3. Dos pré-livros aos livros infantis	29
2.3.1. Ilustração no livro infantil	29
2.3.2. A relação da imagem com o texto	32
2.3.3. Livro sem texto?	33
2.4. Pré-livros e livros para a inclusão	35
3. LIVROS DIGITAIS	38
3.1. Formatos e suportes	39
3.2. Atores do livro digital	39
3.3. Livros digitais na prática	40
PARTE 2: PRODUTOS EDITORIAIS PARA COMUNICAÇÃO E DESIGN	43
4. O CONTEXTO DO DESIGN	45
4.1. Design Moderno	45
4.2. Design pós-moderno	47
4.3. O cenário contemporâneo do design gráfico	50
5. REVISTAS E PROJETO	55
5.1. O legado das revistas impressas	55
5.1.1. Caracterização da revista impressa	59
5.2. Revistas digitais	61
5.2.1. Novos produtos de informação online	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	77

INTRODUÇÃO

Desde o início da minha carreira como designer, na década de 90, os produtos editoriais se puseram à minha frente de diversas maneiras. Primeiramente os livros!

As possibilidades que tais produtos traziam à prática do design me encantavam: facilitar o processo de aprendizagem através dos elementos visuais, organizar, diagramar, chamar a atenção para a informação, explorar a própria materialidade dos objetos. Todas essas ações eram colocadas sob o guarda-chuva do Design Gráfico que, pelo crescimento da pesquisa em design no Brasil e no mundo, se desdobrou em subáreas mais específicas: design editorial, design da informação, design educacional, e tantas outras que foram ganhando nome, princípios e credibilidade.

Ilustrar um livro didático, ainda no período da faculdade, me impôs as primeiras relações entre um designer e um autor. Transformei princípios construtivistas de alfabetização em exercícios ilustrados. Em um simples trabalho de ilustração¹ revelou-se a complexidade da materialização do objeto: distribuir no espaço, relacionar imagens e textos, deixar a informação clara, pensar no público leitor (Crianças!!! Como leriam as crianças?). E ainda planejar a paginação, a encadernação... num tempo onde tudo era feito à mão, em *pastups*². Meu primeiro livro tomava forma.

Ainda como aluna do curso de Design (Programação Visual), em aulas com o prof. José Luiz Valero Figueiredo (que se tornaria meu “tutor” no início da carreira docente, um amigo e parceiro de projetos, falecido precocemente em 2008), realizei meu segundo livro - um pré-livro³ - de forma muito experimental, mas não menos desafiadora. Mesmo sendo um simples protótipo, me colocou diante do trabalho em design editorial realizado por Bruno Munari, nome famoso na academia por seus processos metodológicos e por sua obra como designer de produtos, mas pouco conhecido pela sua obra junto ao público infantil⁴.

Ao assumir meu cargo de docente na Unesp, poucos anos depois, acabei por ministrar a mesma disciplina e logo incluí o exercício dos pré-livros também no meu programa. Nem imaginava o quanto tal tema iria me envolver e fascinar. Orientei a criação e produção desses livros experimentais anos seguidos, chegando a várias centenas deles, o que me levou a pesquisar mais e mais, e o tema acabou tomando conta das minhas investigações acadêmicas por um longo período.

Outra experiência enriquecedora foi participar de algumas produções junto à EDUSC, editora da Universidade do Sagrado Coração (Bauri), a qual, no início dos anos 2000, foi pioneira na produção de livros *on demand*⁵, uma das primeiras do país. Num processo inovador, ajudei

¹ Livro “Alfabetização Lúdica e Construtivista: Jogos de Letras para a Construção da Escrita”, de Elizabeth Abelama Sena Somera. Campinas: 1991.

² Montagem da arte final que gerava impressos em larga escala, feitos através da colagem de elementos de texto e imagem em base rígida de papel. Processo substituído pela arte final digital.

³ Livros voltados ao público infantil onde não há texto verbal, apenas a exploração da materialidade do livro. Chamados de pré-livros (tradução para *Prelibris*) por Bruno Munari, que criou uma coleção deles na década de 70-80 (Munari, 1981).

⁴ Bruno Munari (1907-1998), designer italiano, possui vasta bibliografia tanto no campo teórico quanto livros voltados para a infância.

⁵ Sistema de produção “por demanda”, onde se imprime apenas a quantidade de materiais necessária. Esse formato só foi possível a partir da evolução dos equipamentos de impressão digital. No caso citado, o equipamento era uma *DocuTech*, impressora da linha de sistemas eletrônicos de publicação da *Xerox Corporation*, que impactou a impressão de documentos a partir da década de 90 do século XX (<https://en.wikipedia.org/wiki/DocuTech>).

na criação de alguns projetos gráficos de livros e coleções de livros, além de capas e marcas, adaptando-os à impressão em equipamentos digitais, que permitiam uma produção e entrega sob encomenda, evitando estoques (projetos no memorial).

Nas minhas produções, abordei não só o ato de criar um livro, mas a materialidade do objeto, sua função, seu papel na formação dos leitores, seu papel transformador no mundo. Foram várias as experiências, práticas e teóricas, que envolveram o tema, chegando a ser este o assunto principal do doutorado realizado na Universidade do Minho, em Portugal, entre 2006 e 2008.

Na volta de Portugal, vieram a participação em grupos de pesquisa e a atuação junto à pós-graduação em Design da Unesp. No meu foco de interesse e atuação, somaram-se aos livros, as revistas, e diversos outros produtos editoriais em projetos e pesquisas. Veio a “crise” do meio impresso e o desdobramento dos produtos clássicos em híbridos e multimídias, transmídias também. Veio meu envolvimento maior com os conceitos do Design da Informação e do Design Inclusivo. As produções que refletem esse percurso serão apresentadas e discutidas ao longo deste texto.

Parte 1

ESSE OBJETO DE DESIGN, O LIVRO!

1. LIVRO VIRANDO LIVRO

A história do livro se confunde com a história da própria escrita. O desenvolvimento de um código de comunicação, extremamente pictórico entre alguns povos (hieróglifos egípcios, por exemplo) e mais esquemático entre outros (como a escrita cuneiforme dos sumérios), exigia também pensar em suportes. Das paredes aos papiros e pergaminhos, em rolos. Dos tabletas de pedra ao códice romano. A organização de conteúdos em conjuntos e agrupamentos transformou-se, e alguns dos primeiros livros como tal podem ser considerados verdadeiras obras de arte - vide os livros medievais escritos e amplamente ornados à mão (figura 1). Mas o livro realmente se reconfigurou com a mecanização da escrita, com a criação revolucionária da imprensa e a evolução das técnicas de reprodução de imagens e textos.



Figura 1: Book of Kells. Data aproximada, 800 d.c.

Fonte: Manuscripts & Archives
Research Library, Trinity College
Dublin.

<https://www.tcd.ie/library/manuscripts/book-of-kells.php>

1.1. O papel dos meios de reprodução

A produção gráfica foi por um bom tempo meu objeto de pesquisa. Na dissertação de mestrado⁶ discorri sobre as formas de produção gráfica tradicionais e a revolução digital da época (1995 a 1998), o que me levou a refletir sobre a evolução da produção impressa. É fascinante pensar em como o ser humano em evolução social e cultural buscou formas de registrar e disseminar ideias, usando diferentes linguagens. Resumi tais apontamentos em um capítulo de livro⁷ intitulado “Produção Gráfica: dos sistemas de reprodução às linguagens digitais” (ANEXO 01).

⁶ DOMICIANO, C.L.C. A programação Visual e a Editoração Eletrônica. Bauru: Unesp, 1998.

⁷ Capítulo do livro Ensaios em Design. Produção e diversidade, de 2012, terceiro livro da coleção Ensaios em Design, por nós organizada entre 2010 e 2019, com 8 volumes publicados.

No referido capítulo registrei que desde a chamada *pré-história*, o homem se utilizava das imagens para registrar fatos, crenças, rituais e costumes.

“Os registros visuais cumpriram seu papel de representar o mundo, os artistas de cada tempo transformaram em traços ou moldaram em pedras, barro e metal o que viam e, principalmente, o que idealizou seu povo, seu governo ou seus pensadores” (DOMICIANO, 2012, p. 16).

Essas formas de representação passaram por mudanças estéticas, conceituais e de suportes, indo das imagens únicas presentes nas cavernas, nos afrescos egípcios, nas paredes das capelas góticas ou num quadro renascentista, por exemplo, às primeiras xilogravuras chinesas e outras formas iniciais de reprodução de imagens e textos, até chegar à revolucionária invenção da tipografia expressa nas páginas da Bíblia de Gutenberg, em 1455.

Primeiro período IMAGEM ÚNICA				Segundo período REPRODUTIBILIDADE	
Pré História	Idade Antiga	Idade Clássica	Idade Média	Idade Moderna	Idade Contemporânea
	Escrita aprox. 5000 a.C.	Grécia e Roma 1600 a.C.	Queda de Roma 476 d.C.	Queda de Constantinopla 1453 d.C. (Renascimento)	Revolução Francesa 1789 (Rev. Industrial)

Figura 2: Linha do tempo da imagem (fonte: DOMICIANO, 2012, p. 16).

O período que chamamos da “reprodutibilidade”, emprestando o conceito da “reprodutibilidade técnica”⁸ do filósofo Walter Benjamin (BENJAMIN, 2018), traduz-se, segundo o autor, em uma mudança no olhar sobre a obra de arte e a “aura” que carrega. A possibilidade de reprodução da imagem e do texto traria uma maior democratização da informação e afetaria a história social, política, econômica e cultural da humanidade. Somente no século XX, com a chegada das tecnologias digitais, pudemos vivenciar outras mudanças tão ou mais impactantes que a invenção da imprensa.

Várias foram as técnicas desenvolvidas a partir de Gutenberg, sempre buscando uma imagem reproduzida mais realista - ao mesmo tempo sem se distanciar da arte e da aparência da obra única: tipografia, xilografia transversal, calcografia, água-forte, meia-tinta, litografia, prensa a vapor, linotipia, fotografia, flexografia, offset, editoração eletrônica, impressão digital, “simples” tecnologias que aproximaram a arte, a literatura, a informação, o conhecimento e o entretenimento de um número maior de pessoas no tempo e no espaço. Como consideramos ao final do capítulo citado,

“Todo este levantamento histórico e reflexões sobre os meios de reprodução vem confirmar a importância do ato de reproduzir a imagem no desenvolvimento da sociedade. A reprodutibilidade trouxe novas possibilidades de divulgação de ideias e conceitos, pela informação verbal ou não verbal. Tal fato reafirma a importância das evoluções técnicas nas transformações humanas. O ato de reproduzir abriu novas fronteiras à arte e a novas artes, criou novas perspectivas de produção de cultura.(...) Assim, como fator de mudança e ao mesmo tempo evoluindo, as técnicas de reprodução

⁸ O texto original onde se cunha esta expressão é de 1936. O autor faleceu em 1940.

chegaram ao século XX em transformações ainda mais rápidas e profundas do que as do próprio século da Revolução Industrial. Novas técnicas, novas tecnologias. Em pleno século XXI, a evolução continua. Mudanças profundas acontecem. Mas o conhecimento da história possibilita um encarar seguro do ato de mudar” (DOMICIANO, 2012, p.42).

A história do livro – e dos demais produtos editoriais, entre eles jornais e revistas – acompanha esse processo, passando de um produto totalmente manual, engendrado no interior dos mosteiros, para uma elite econômica e religiosa, a um produto da indústria gráfica e do design e que agora, também digital, é capaz de chegar ao outro lado do mundo em segundos, pelas redes.

1.2 Os produtos editoriais impressos

A mudança da tradição oral para a escrita, já foi, por si só, uma revolução não apenas na forma do ser humano se comunicar, mas na sua forma de pensar e processar a informação. Como já questionava Mc Luhan no início dos anos 60, “será que a interiorização de meios de comunicação, tal como as letras, alterando a relação entre nossos sentidos, revoluciona os processos mentais?” (Mc Luhan, 1972, p. 48). O autor discorre por muitas páginas de seu famoso “A Galáxia de Gutenberg”⁹ sobre o impacto dessa alfabetização fonética do homem ocidental, separando a forma do conteúdo, o código visual do código verbal. Nota-se que na cultura oriental o processo é diferente, pois a escrita, por si só, também carrega um código visual. Essa “falha” na formação ocidental faz sentido para nós quando pensamos o quanto o objeto livro suscita, há séculos, inúmeras discussões, quer sobre autoria, conteúdo, forma, ilustração ou materialidades.

McLuhan (1972) destaca o livro manuscrito, que perdurou por alguns séculos antes de ser superado pelo livro tipográfico. Naquele, segundo o autor, a cultura oral ainda permanecia presente, o ato de escrever o livro ligava-se ao ditar a ao ler em voz alta. Assim, a letra mesclava-se à voz, entonações, e, porque não dizer, uma forma de interpretação. Mas o livro de Gutenberg, tipográfico, abstrai essas relações. Com o passar do tempo suas páginas se tornaram sistemas rígidos, repetitivos, margens e tipos iguais para textos diferentes. A gramática se sobrepôs. A oralidade se esvaiu. Como ressalta Martino (2015), com o livro tipográfico o conceito de “cultura” passa a estar ligado ao de “leitura”, pois doravante, o saber está nos livros e, assim, o próprio ato de aprender perde seu caráter multissensorial, ligado outrora à oralidade.

Já para Chartier (1999) a substituição do livro manuscrito pelo tipográfico não aconteceu de forma uniforme e automática. Tanto um quanto o outro baseiam-se na mesma estrutura: o *códex* romano. Os formatos, as dobras e cadernos, a encadernação, “há uma continuidade muito forte entre a cultura do manuscrito e a cultura do impresso, embora durante muito tempo se tenha acreditado numa ruptura total entre uma e outra” (p. 9). Ou seja, com relação ao formato e estrutura do livro, as semelhanças são tão fortes quanto as diferenças. E há ainda o livro oriental, muitas vezes reproduzido pela xilografia, sem tipos móveis, mas também um sistema de multiplicação da informação.

Como já abordado em Domiciano (2012), a partir da imprensa, a reprodução dos textos e das imagens não evoluiu de maneira uniforme e simultânea. Enquanto o texto se reproduzia a partir da tipografia e suas variações, a imagem encontrava outros caminhos, buscando uma

⁹ Texto original de 1962, publicado no Canadá, apresenta, como demais trabalhos do autor, uma certa postura “profética”, onde muitas de suas teorias se confirmam no século XXI. Teórico da chamada linha “Teoria do Meio”, é um autor importante nas discussões que traço aqui, pois foca na importância dos meios de comunicação e de informação – ou seja, o suporte da mesma - para a transformação humana, algo que comungo quando falo dos produtos editoriais e sua relação com o design.

produção realista e artística ao mesmo tempo, como já comentado. Até o século XIX imagem e texto eram impressos por técnicas diferentes! Duas prensas para uma mesma página, daí se explicam as composições que mantêm a imagem à margem do texto, algo que perdurou até pouco tempo na maior parte das nossas publicações. Chartier (1999) também destaca este ponto, lembrando que por conta da técnica xilográfica permitir textos e imagens esculpidos em uma mesma prancha, o livro oriental sempre trabalhou a integração texto-imagem com muito mais facilidade e eficiência que o livro ocidental.

Quando, porém, o livro tipográfico se impôs, logo outros produtos se desenvolveram. As “actas” públicas e cartas puderam de alguma forma originar folhetos e jornais, e estes se especializaram e passaram a ser chamados de revista (magazine – do árabe, armazém), onde temas específicos eram tratados “sem pressa” e guardados para um possível “ler mais tarde”.

Vale lembrar que as chamadas “histórias” do livro, da tipografia e da imprensa se encontram num único advento, reforçando sua natureza revolucionária e suas múltiplas áreas de repercussão. Não apenas material, prática, técnica, mas social e cultural, onde o pensamento se acomoda em novos objetos, os editoriais.

Com o processo tipográfico em evolução, esses produtos – literalmente – passaram a chegar a dezenas, centenas, milhares de leitores, gerando um impacto em todas as áreas do conhecimento humano. Também as questões econômicas se destacam, passando tais objetos a constituírem-se, no século XX, em uma das maiores forças econômicas das sociedades ocidentais organizadas, através do surgimento de grandes editoras e conglomerados midiáticos, típicos da comunicação de massa e da indústria cultural¹⁰.

1.3 Definições do Livro

O livro é objeto de muitas facetas e até suas definições diferem, contemplando o livro enquanto conteúdo e enquanto forma:

“Qualquer produção do espírito nas ciências, letras ou artes” (DICCIONÁRIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 1992, apud FURTADO, 2000, p.20);

“O livro é uma publicação não periódica que reúne folhas impressas, organizadas em cadernos grampeados, costurados ou colados, formando um bloco, ligados a uma capa flexível ou dura” (RIBEIRO, 1987);

“O livro supõe um suporte, signos, um processo de inscrição, um significado; integra-se num processo de criação, de reprodução, de distribuição, de conservação e de comunicação. Dirige-se a um leitor, possui uma finalidade: a reflexão, o ensino, o conhecimento, a evasão, a difusão do pensamento e da cultura” (FARIA E PELICÃO, 1999, apud FURTADO, 2000, p.21).

Furtado (2000), na ótima obra *Os Livros e as Leituras*, destaca a polissemia da palavra: de livro chama-se um punhado de objetos sem nome próprio – livro-caixa, livro de reclamações, livro fiscal, coisas derivadas da noção de livro tipográfico, aquele que deixa de ser manuscrito ou *códex*, para ser objeto passível de produção em série, tendo destacada sua função de “veículo” de algum conteúdo.

O autor ainda destaca uma dualidade sempre presente nas definições do livro: como uma realidade material e espiritual ao mesmo tempo (resgatando conceitos de Diderot, 1767), ou

¹⁰ Termo cunhado por Theodore Adorno em 1947, para substituir “cultura de massa”, expressão que o autor não achava adequada, pois passava a impressão que a manifestação cultural emanava da massa, sendo esta, exatamente, uma ideia contrária ao seu real significado (Adorno, et al, 1989).

ainda o livro como *opera* – pensamento do escritor, que não pode ser “vendido”, apenas cedido – e como *opus*, exemplar materializado do pensamento, objeto (resgatando Kant, 1785). Para estes e outros filósofos, o valor da obra não se resumiria ao custo do objeto, mas a outro valor de difícil medida, o pensamento, as ideias e a autoria presentes no texto.

1.4. Livros e autorias

Mas há uma outra autoria que não perpassou o pensamento desses filósofos. Com as outras tecnologias de produção e reprodução pós-invenção tipográfica, o ato de materializar o livro não se resumiu, em diversas obras, a letras e papel, ideias e suporte. A materialidade também ganhou uma voz, ainda que ouvida por poucos, quando o profissional responsável pela visualidade do objeto livro também nomeou-se e começou a falar mais através de tipografias, cores, formas, imagens, capas...

Esse designer-autor é pouco compreendido no livro tradicional. Como colocado por Hendel (2003), o livro é um objeto tão cotidiano que pouco se pensa em como é feito. Os elementos usados são restritos, e as regras aceitas na sua produção, bem delimitadas. O autor chama a arte do livro de “arte invisível”, ou seja, um design tão eficiente em sua função de facilitar a leitura, que acaba passando despercebido do próprio leitor. Impossível nessa visão de Hendel não retomar o clássico texto de Beatrice Warde (*A taça de cristal, ou por que a tipografia deve ser invisível*, 1930)¹¹, onde a tipografia é comparada à uma taça de cristal, a qual, como um suporte transparente, torna atraente e visível seu conteúdo. A autora enfatiza sua visão funcionalista do design tipográfico frisando que a forma do texto – a tipografia – só faz sentido cumprindo sua função, a de facilitar e privilegiar a leitura do conteúdo.

Roger Chartier, um estudioso da leitura escrevendo nos anos 80, já citado, destaca a importância do suporte ao texto, onde os “protocolos de leitura” são estabelecidos pelo “objeto lido, não somente pelo autor que indica a justa compreensão de seu texto, mas também pelo impressor que compõe as formas tipográficas, seja com um objetivo explícito, seja inconscientemente, em conformidade com os hábitos do seu tempo” (Chartier, 1996, p. 78). Ou seja, texto e objeto não se separam, mas ambos constroem o que podemos chamar de leitura, considerando como parte do objeto as escolhas presentes na materialização do livro: o formato da obra, a escolha da tipografia, a organização do texto com títulos e subtítulos, as ilustrações, a capa, entre outros¹².

Mesmo antes da revolução digital - quando o livro tradicional foi confrontado com o surgimento do suporte digital e o discurso da morte do livro assombrou a muitos - os livros não convencionais, como os livros de artista, livros-objeto, livros de imagem, e ainda determinados livros infantis, já apresentavam o texto visual e a materialidade do livro como discursos possíveis, e o designer-ilustrador-artista como coautor e, por vezes, autor único da arte do livro. Assim, o livro enquanto objeto de design pôde evidenciar-se.

¹¹ Texto disponível na íntegra em Armstrong, 2015, página 47.

¹² Chartier traça um excelente exemplo da valorização do texto pela sua materialidade e composição, citando edições das peças de teatro de William Congreve, séc. XVII e XVIII, onde um novo projeto editorial, com novo formato, escolha tipográfica, títulos, ilustrações e ornamentos de abertura de capítulos, valorizaram a própria dramaticidade dos textos. Segundo o autor, os textos de Congreve ganharam nova legibilidade, o que colaborou para que fossem elevados a um *corpus* clássico da dramaturgia inglesa.

2. O LIVRO COMO OBJETO DE DESIGN

Como visto, discorrer sobre o livro possibilita vários caminhos. Conforme apontado na minha tese de doutorado (DOMICIANO, 2008), ao falar de livros, destaquei sua história de séculos, a evolução das técnicas da tipografia e demais formas de impressão e acabamento, chegando na revolução digital e nos e-books. Ou ainda é possível destacar o papel do livro na difusão cultural, artística, filosófica, histórica, estética, técnica, bem como entender suas classificações, ligadas à literatura ou à didática. No entanto, importa-nos o livro como objeto projetado, como objeto de design.

Retomando um pouco da história, é interessante verificar como o livro foi alvo não apenas do trabalho, mas das reflexões dos designers-pesquisadores. Sim, porque as teorias básicas do design não se formularam em laboratório, mas no processo reflexivo de “fazer design”. Autores dos textos considerados clássicos da área foram, quase sem exceções, designers na prática. E já apresentavam visões diferentes do livro.

Já na década de 20 do século XX, o artista russo El Lissitzki conclamava a necessidade de um livro diferente, onde “os recursos expressivos do livro” pudessem assumir “muitas outras formas”. O artista, também designer e poeta visual, descreveu em seu texto “Nosso livro” (1926)¹³, o livro do “futuro”, adaptável a diferentes necessidades, que ainda seria projetado pelas crianças daquele tempo quando crescessem, crianças essas que estavam recebendo, na visão até então otimista do autor, uma educação cheia de livros e de possibilidades para recriar tal objeto tão tradicional.

Quase ao mesmo tempo na Alemanha, numa posição diametral, Jan Tschichold publicava seu conhecido texto “A nova tipografia” (1928)¹⁴, onde os tipos renascentistas eram chamados de velha tipografia e a nova – tipos limpos, composição hierarquizada e contrastante – questionava a composição clássica e criava uma nova organização visual para livros e demais peças gráficas, configurando princípios primordiais do design moderno, levados ao extremo, como visto em Beatrice Warde e muitos outros que comungavam da ideia de design funcionalista, neutro e universal (enquanto design desprovido de regionalismo, um sentido diferente do empregado hoje).

Mas nem todos os designers modernos viam esse produto clássico com frieza e rigidez. Ainda em textos clássicos, Herbert Bayer, já produzindo um amadurecido design moderno, sugere que, para além da fácil leitura, o livro deva também manter um “frescor da percepção”, usando-se, por exemplo, “sequências de páginas de papéis multicoloridos e impressos em diversas cores” para que a leitura não caia na monotonia.¹⁵

Em se tratando de livro e design, não podemos deixar de destacar Bruno Munari, que fez inúmeras experiências com o objeto livro. Ainda na década de 40, Munari já propunha um livro “sem texto”¹⁶, trabalhando em diferentes projetos até os anos 80. Ao contrário das receitas clássicas e modernas da maioria dos designers do século XX, o designer italiano explorou a inventividade, a criatividade e os materiais do livro para estimular as crianças – segundo ele tão enfadadas de livros cheios de textos e lições – a redescobrirem os livros e amá-los desde a tenra idade. Munari era também um estudioso das então recentes teorias da psicologia e da

¹³ Disponível na íntegra em Armstrong, 2015, página 27.

¹⁴ Ibidem, página 42.

¹⁵ Texto de 1967, também na íntegra em Armstrong, 2015, página 55.

¹⁶ Os “livros ilegíveis”, em Munari, 1981.

pedagogia que discorriam sobre o aprendizado infantil, como os textos de seu contemporâneo Jean Piaget, que revolucionariam a pedagogia mundial anos mais tarde.

Já mencionei o pré-livro que fiz em meus tempos de faculdade e os inúmeros produzidos por alunos de design. Pesquisamos e experimentamos as proposições de Munari em sala de aula, depois escrevemos sobre em 2010 e 2011, textos anexos que serão referenciados mais à frente.

2.1 Design do livro: do clássico ao alternativo

A formatação do livro – do clássico ao moderno – nunca mudou muito. Um cânone do bom design de livro, como já dito, foi se estabelecendo ao longo de séculos de história. A definição das margens, da mancha de texto, as tipografias mais adequadas – e mitos sobre – se estabeleceram e se colaram à nossa forma de ler (figura 3). Toda uma nomenclatura foi instituída para as partes constitutivas do livro. Haslan (2007) faz um excelente trabalho ao falar sobre o projeto de livros, e bem descreve toda essa estrutura tradicional (figura 4).

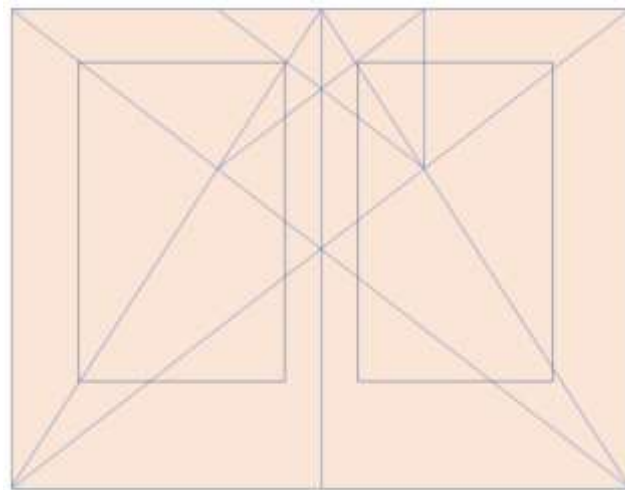


Figura 3: Diagrama de Villard de Honnecourt (arquiteto, 1225 – 1250) para subdivisão eficiente em qualquer formato, derivado da escala de Fibonacci (baseado em HASLAN, 2007, p. 44)

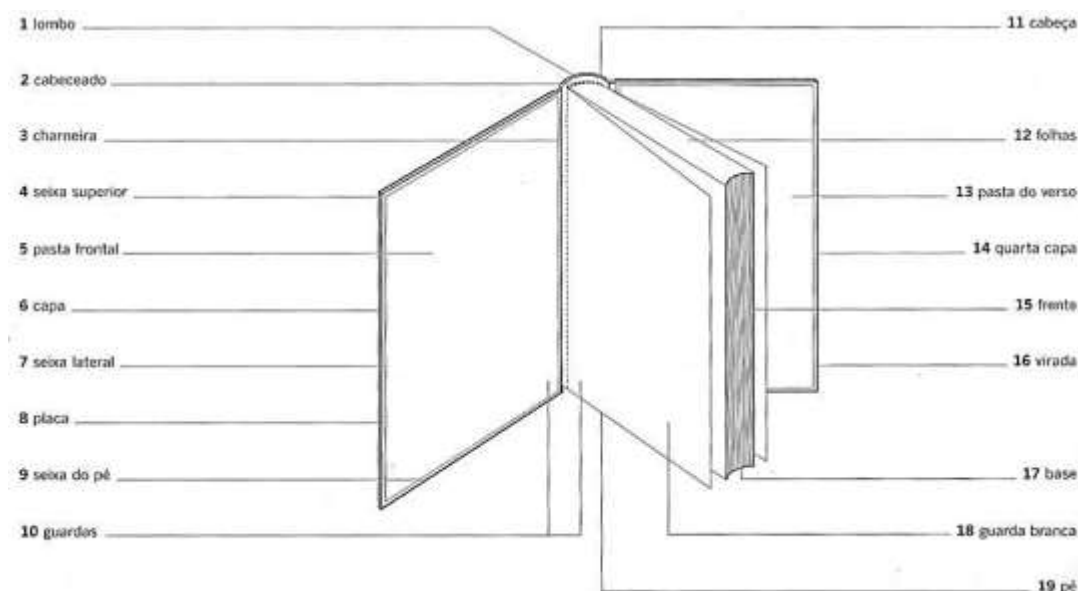


Figura 4: Partes do livro clássico (Fonte: HASLAN, 2007, p.11)

Em Domiciano (2010 – **ANEXO 02**) buscamos entender e apresentar a estudantes e designers as estruturas dos livros, bem como uma metodologia para a produção dos mesmos. Todo esse conteúdo foi desenvolvido e utilizado nas aulas das disciplinas de Produção Gráfica do curso de Design desde os anos 90, sendo aperfeiçoado nas disciplinas de Produção Gráfica 3 do atual currículo do curso, implantado desde 2007. Nela, os alunos desenvolvem uma série de exercícios projetuais, culminando na produção dos pré-livros, dos quais falaremos à frente.

Metodologia de Criação do livro	Metodologia de Produção do livro
Escolha de formato	Planejamento gráfico
Determinação da mancha/grids	Diagramação/editoração
Escolhas tipográficas	Impressão
Escolhas gráficas/imagens	Acabamentos
Capa	Distribuição

Tabela 1: Resumo dos processos do livro, adaptado de Domiciano, 2010, p. 126 a 128

Hoje há, ao contrário da escatologia do fim do livro, uma revitalização de produções alternativas, artesanais, e uma valorização de velhas técnicas de produção e reprodução. Feiras se espalham pelo país e novas editoras se estabelecem. Essa nova faceta do livro contemporâneo tem sido foco de diversas pesquisas recentes e também assunto das minhas aulas para o curso de pós-graduação, onde discutimos os produtos editoriais contemporâneos. O livro tem se reinventado diante das mudanças nos processos de edição e do comportamento de leitura dos diferentes públicos leitores. Em Zugliani, Moura e Domiciano (2019)¹⁷, discutimos um pouco da história recente das publicações chamadas independentes, vertente que tem

¹⁷ Artigo *Influências e Motivações do Objeto Editorial Experimental Contemporâneo*, produzido como resultado da disciplina “Produtos editoriais: uma caracterização no design contemporâneo”, ministrada por mim no Programa de Pós-Graduação da Faac-Unesp e em fase de submissão para revista científica.

ganhado cada vez mais espaço no Brasil e no mundo. Aqui no país, desde a primeira feira desta natureza – Feira Plana, realizada em São Paulo, em 2013 – encontros para divulgação e venda de produtos editoriais alternativos, com pequenas tiragens, e produtos correlatos têm se espalhado pelo país e ganhado adeptos. Podemos citar ainda a Feira Tijuana, Des.gráfica, Feira Miolo(s), Printa Festa, entre outras.

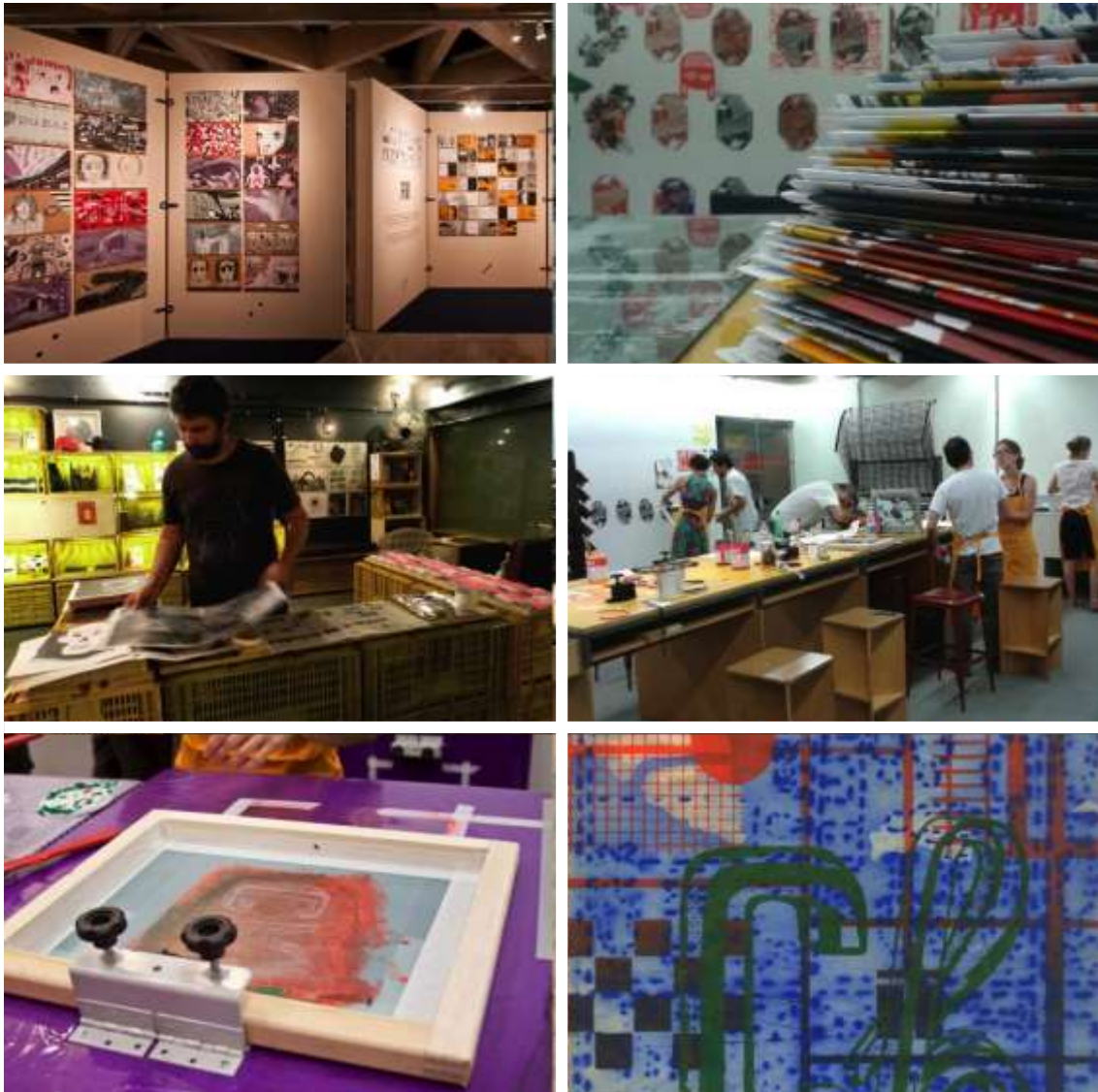
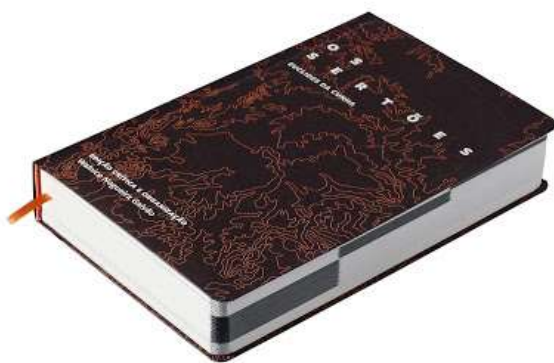


Figura 5: Feira do coletivo Cherivari, em São Paulo. (Montagem Zugliani, Fonte:

<https://buenozine.com.br/Charivari-1>)

Tanto produtores quanto leitores se sentem parte dessa nova cadeia de produção e distribuição, que dá ao livro impresso fôlego novo, e o relaciona de maneira mais estreita com a arte e o design. A materialidade do livro ganha destaque e *status* nesses produtos, numa relação harmônica e vital entre forma e conteúdo.



Figuras 6 a 9: Finalistas do prêmio Jabuti de 2017, categoria melhor projeto gráfico: reedição de clássicos, não só com nova roupagem, mas alguns com novas linguagens. **Os Sertões**, Ubu Editora. Projeto gráfico de Flávia Castanheira; **O Saci**, Globo Livros. Projeto gráfico de Mayumi Okuyama; **Macunaíma**, Ateliê Editorial, frente e verso. Projeto gráfico de Gustavo Piqueira / Casa Rex

2.2. As experiências com os pré-livros

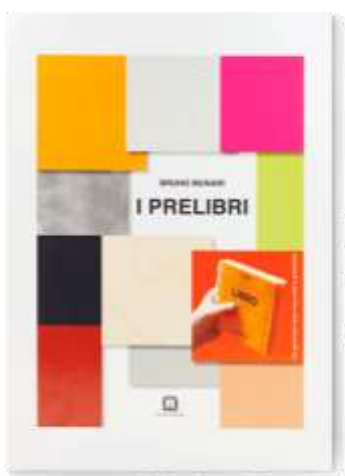
Em 2011 escrevi um capítulo de livro com uma retrospectiva das minhas experiências com os pré-livros até então (DOMICIANO, 2011 – **ANEXO 3**). Como dito, ao assumir as disciplinas de Produção Gráfica em 1995 e manter como exercício a produção de pré-livros, senti a necessidade de entender melhor suas possibilidades enquanto experimentação metodológica e projetual, voltada a um público infantil.

Sempre acreditando na importância da pesquisa antes do processo de criação, valorizei incursões pela psicologia, pedagogia, arte-educação, literatura e demais áreas necessárias para que cada tema proposto pelos alunos em seus projetos fosse viabilizado e também para que esse público tão especial – a criança – se tornasse mais próximo dos futuros designers em formação.

A princípio, as teorias relativas à criança eram abordadas pelos alunos em pesquisa e seminários. Após meu doutorado, acrescentei também os enfoques do estudo da criança na contemporaneidade¹⁸. Como explicado em 2011, estes enfoques possibilitam

“não apenas enriquecer as descobertas da psicologia ou fornecer novas aplicações pedagógicas. Algumas destas áreas propõem, inclusive, mudanças profundas nos paradigmas estabelecidos pelos quais se vê e enquadra a criança na sociedade. Há um crescente interesse pela criança contextualizada num mundo atualizado e globalizado. (...) Na contramão das posições perpetuadas por anos - da criança como uma mera receptora das ações, ensinamentos e direção dos adultos, um ser ainda indefeso, incompleto, um “vir a ser” - as novas pesquisas na área da infância reposicionam a criança como um ser produtor de cultura (...) Uma nova visão sobre a infância é instaurada, onde a criança encontra-se num processo de apropriação, reinvenção e reprodução, principalmente através das linguagens e das rotinas culturais” (DOMICIANO, 2011, p.40).

Já os pré-livros são livros sem texto verbal, que priorizam a experiência visual e também tátil da criança. Foram propostos pelo já citado designer italiano Bruno Munari. A exploração de diversos sentidos e o resgate da ludicidade do objeto livro seriam pontos fortes desse tipo de projeto.



Figuras 10 e 11: capa-caixa e coleção dos 12 Pré-livros, 5ª edição em 2018, pela Corraini Edizione, Itália. (Fonte: https://www.corraini.com/en/catalogo/scheda_libro/31/i-prelibri)

Como dito em Domiciano (2011):

“O aluno de design chega aos últimos anos de curso cheio de “cartas na manga”, soluções pré-concebidas, fórmulas e *templates* que resolvem a maior parte de seus produtos gráficos. Com o pré-livro, uma nova forma de fazer acaba por ser necessária: o público é diferente, as possibilidades de materiais e suportes são diversas e os processos necessários à produção do projeto muitas vezes estão por ser criados. Assim, novas posturas metodológicas acabam sendo desenvolvidas e adotadas” (DOMICIANO, 2011, p.42).

Constatei que o início do processo de criação desses objetos não é fácil ao aluno, pois necessita desconstruir alguns processos de projeção. Há vícios já consolidados, mal começa a

¹⁸ Em Domiciano, 2008. Tese de doutorado. Abordei áreas como a Sociologia da Infância, além dos estudos da neurociência, na época o foco foi a Teoria das Inteligências Múltiplas.

pensar no projeto e o aluno já se coloca à frente do computador e seus programas gráficos cotidianos. Eis meu relato sobre as metodologias de criação desse produto experimental:

“Comecei a refletir sobre esse processo diante de um aluno que não conseguia criar. As linguagens gráficas por ele utilizadas, até mesmo as mais básicas, como lápis e papel, não o ajudavam. Sugeri-lhe então um passeio pelo centro da cidade, incluindo visitas à lojas de armarinhos, lojas de tecidos, papelarias e lojas de baixo custo (as chamadas “1,99”). Pedi-lhe que “conversasse” com os materiais. O resultado foi surpreendente e aprovado por um bom número de crianças que interagiu com seu livro: o cotidiano registrado através de tecido xadrez da toalha da mesa da cozinha, da cortina plástica do box do banheiro, da textura dos papéis de parede, dos pelos de um bicho de pelúcia e outros tantos pequenos objetos cotidianos que acabaram por compor um livro cheio de taticidade e interação. Não recordo o nome deste designer, mas ficaram as fotos de seu trabalho e a experiência de um processo de criação que se iniciou pelo material final de confecção do objeto” (DOMICIANO, 2011, p. 46).



Figuras 12 e 13: Crianças do CCI-Unesp “investigam” cada parte do livro criado pela “metodologia às avessas”: materiais alternativos (Fotos: a autora, aproximadamente 2003)

Portanto, pensar um produto cuja materialidade e taticidade são o foco exige muitas vezes uma postura metodológica diferenciada. O paradigma “levantamento do problema – esboços – protótipos – soluções” acaba não funcionando em muitos destes projetos e há a necessidade de aplicar uma “metodologia às avessas”, onde a materialidade “fala” primeiro ao criador.

Essa experiência metodológica “às avessas” é para mim um dos principais méritos do exercício dos pré-livros. Através dos materiais - papéis, tecidos, materiais sintéticos, naturais, duros, maleáveis, foscos, transparentes - e das possibilidades de produção, constrói-se um “mundo” de novas possibilidades de leitura à criança.

Essa pesquisa de materiais, de processos de impressão e acabamento, aliada a uma concepção criativa de um texto visual, constróem então um mundo de oportunidades para um leitor que vê e toca o livro. A busca de novas formas de fazer, produzir e reproduzir pode gerar, inclusive, novos processos gráficos.

Outro ponto forte destas experiências projetuais foi aproximar os alunos do público leitor infantil. A partir de 2002, estabeleceu-se uma parceria com o CCI (Centro de Convivência Infantil) da Unesp, campus de Bauru, e depois com outras escolas da cidade. Ainda foram levadas crianças à sala de aula na Unesp para desfrutar da leitura dos pré-livros e ter contato direto com os autores das obras. O resgate da própria figura de Bruno Munari foi um ponto importante desta experiência.

Munari é um teórico conhecido pelos seus estudos em metodologia do design e projeto de produtos, porém hoje é estudado e reeditado pelos seus contemporâneos italianos pelo seu trabalho intenso junto às crianças (MUBA - Museo dei Bambini¹⁹, ABM - Associazione Bruno Munari²⁰, Editora Corraini²¹), faceta menos conhecida no Brasil.

É indispensável ao aluno que cria pré-livros conhecer a obra de Bruno Munari e as motivações iniciais que o levaram a criar esse projeto, pois para ele as crianças se “enfadam” dos livros ao longo dos anos escolares, e pouco são exploradas as potencialidades do objeto livro. Pelas preocupações do designer com a formação infantil, seu filho, Alberto Munari, psicólogo e epistemólogo, organizou o “método Bruno Munari”, onde a brincadeira, os jogos e o toque são primordiais para incentivar a descoberta e a interpretação infantis.



Figuras 14 a 17: Exposição “Proibido não Tocar”, organizada pelo MUBA, exibida no Sesc/Bauru em 2012, sobre a obra de Bruno Munari. Nas figuras 14 e 15, crianças interagem com um espaço tão tátil quanto os livros do italiano. Nas 16 e 17, mesa usada para a construção de pré-livros; diferentes materiais permitem a criação de páginas experimentais, posteriormente encadernadas pela própria criança (Fotos: a autora)

¹⁹ O Museo dei Bambini – MUBA, instituição sediada em Milão especializada na realização de exposições interativas para crianças. <https://www.muba.it/>

²⁰ Associazione Bruno Munari, sediada em Montebello della Battaglia, Itália. <http://www.brunomunari.it/>

²¹ Editora italiana sediada em Mantova, na qual Bruno Munari editou por mais de 20 anos. Mantém diversos títulos e projetos do designer, que podem ser verificados no link www.corraini.it/munari.php.



Figuras 18 a 19: Exposição Proibido não Tocar, Sesc, 2012. Figura 18, “árvore” com os 12 pré-livros de Munari e, na figura 19, projeto “Menos é Mais”, onde páginas com figuras em transparências podem ser escolhidas e sobrepostas, permitindo a criação de histórias e novas ilustrações (Fotos: a autora)

Calculo que mais de cinco centenas de pré-livros tenham sido realizados na disciplina de Produção Gráfica 3 entre 1995 e 2013, último ano que a ministrei. Aliás, dos últimos livros realizados, alguns deles geraram produção apresentada em congressos científicos²².

Em 2011 apresentei conclusões sobre os pré-livros, e corroboro essas considerações:

“(...) a experiência com os pré-livros abre a visão do designer para projetos diferenciados, quer pela nova experiência metodológica, quer por conhecer um novo leitor/usuário/consumidor que é a criança, cada vez mais entendida como ser completo e participante da sociedade. Percebo o prazer e a empolgação de grande parte dos alunos em criar tal peça, uma vez que as possibilidades de materialização das ideias procuram ir além do suporte papel, com o qual se trabalha na maioria dos projetos gráficos. A exploração de novos materiais abre um leque de possibilidades, não somente para a produção de pré-livros, mas de outros tipos de livros e peças gráficas em geral. O interesse pelo assunto tem levado alunos a darem continuidade ao trabalho, transformando-o em tema de projetos de conclusão de curso, com resultados excelentes” (DOMICIANO, 2011, p. 58).

Hoje, mais do que nunca, penso que caminhei na direção certa. Há, como já disse acima e ao contrário da escatologia do fim do livro, uma revitalização de produções alternativas, artesanais, e uma valorização de velhas técnicas de produção e reprodução, onde esse tipo de experimentação encontra espaço e valor na formação dos designers. Uma nova face do livro contemporâneo.

²² Artigos apresentados em Portugal, no 3º CIDAG:

Design Editorial para crianças: abstração e tridimensionalidade, por Vitor V. Bravin de Cassia Domiciano, 2014;
Da música ao livro infantil: A criação do pré-livro A Fantástica Viagem do Sgt Pimenta e sua banda, por Domiciano, Silva e Lira, 2014.

Artigo e protótipo apresentado no 11º P&D Design, em Gramado, BR:

Livro infantil alternativo A Fantástica Viagem do Sgt. Pimenta e sua Banda, por Silva, Lira e Domiciano, 2014.

2.3. Dos pré-livros aos livros infantis

Após essas experiências com os livros convencionais e os pré-livros, o foco foi para os livros infantis, tema da tese de doutorado. Com a experiência prática da produção de pré-livros em sala de aula, havia uma necessidade de sairmos de um nível empírico e experimental, pautado nos exercícios e preposições de Munari, para uma pesquisa mais consistente.

A descoberta do Instituto de Estudos da Criança²³ – IEC - na Universidade do Minho, combinou muito bem com a visão que eu já tinha do livro infantil: multidisciplinar. Era necessário conhecer mais outros saberes, da psicologia à pedagogia, passar pela literatura e relacionar tudo com o design. No IEC, onde apresentei um projeto de pesquisa, fui aprovada e ingressei no início de 2006 para cursar o doutorado, encontrei uma orientadora-designer-artista-ilustradora, a doutora Eduarda Coquet, e estudiosos de múltiplas áreas ligadas à criança reunidos num mesmo espaço. Foi lá que ouvi falar pela primeira vez, por exemplo, a palavra *bullying*, na apresentação de um estudo inovador naquele tempo (hoje discussão tão comum nos estudos da psicologia e da educação). Outra área que me fascinou foi a Sociologia da Infância, cujos pesquisadores daquela instituição são pioneiros, em conjunto com pesquisadores franceses. Essa vivência multi e interdisciplinar foi fundamental para que a tese chegasse ao seu resultado final, em 2008²⁴.

A tese percorreu sobre vários aspectos dos livros infantis, culminando com os livros ilustrados – sem texto verbal - e em uma pesquisa de campo transcultural (Portugal e Brasil). Nesta nova leitura dos textos resultantes da pesquisa que faço aqui, repenso os termos de destaque na minha tese e que a ela dão título: livro sem texto, pré-livros e livros ilustrados. Dos pré-livros já discutiremos bastante. Para elucidar os demais termos, precisamos resgatar alguns temas tratados, dando continuidade a esta reflexão sobre produtos editoriais.

2.3.1. Ilustração no livro infantil

Um aspecto sobre os livros infantis de grande interesse do design são as ilustrações. Em 2009, o tema foi tratado através de uma publicação a partir da tese (**ANEXO 04**). Gosto da definição usada no artigo para ilustração, incorporando conceitos da pesquisadora espanhola Teresa Colomer, de 2002:

“(...) toda ilustração é uma imagem, mas nem toda imagem é uma ilustração. A ilustração insere-se no texto narrativo e é configurada por sequência e ritmo. Entendemos pela sua definição que ela não se desliga do texto, ainda que um texto oral, gerado na própria leitura da imagem, como nos livros sem texto. Neste tipo de livro, a própria imagem é um texto, um texto visual. E é ao código visual que ela pertence. É linguagem” (DOMICIANO, 2009, p.127).

Tratamos ainda a ilustração sob dois pontos de vista: de quem vê e de quem cria. Sobre quem vê, confirmamos o foco sobre a criança, como coloca Regina Werneck:

“Numa atitude ativa, a criança compara, discrimina, enumera, descreve, recria e interpreta, segundo as suas experiências prévias. Em outras palavras, a criança descobre a imagem graças à experiência que tem do mundo. Aprende, sobretudo, a se acostumar à enorme diferença que separa a realidade de sua representação” (WERNECK, 1986, p. 40).

²³ Hoje o IEC foi transformado no Instituto de Educação (IE), da Universidade do Minho, Braga, Portugal.

²⁴ A tese, intitulada “Livros Infantis sem Texto: dos pré-livros aos livros ilustrados” está disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8528>

A criança tem, portanto, uma atitude ativa diante do texto visual. A autora atribui muitas ações à criança receptora e sua leitura. Já a pesquisadora portuguesa Eduarda Coquet evidencia a existência de outros “leitores” para o livro infantil:

“Essa é a grande diferença de quem trabalha para crianças – não tem um público-alvo, tem três: a) adultos cultural e esteticamente frágeis, b) adultos culturalmente bem informados; e, por fim, c) crianças. A ordem é mesmo essa, as crianças estão no fim da cadeia, as crianças são receptoras em segunda mão, só recebem o que os adultos, de uma ou de outra classe, lhe fazem chegar” (COQUET, 2004).

Ou seja, o designer produz para a criança, mas quem na realidade compra o livro é o adulto. A autora revela então o trabalho ideal do ilustrador: comunicar-se com a criança e “educar” alguns adultos, ajudando-os a ampliar seu repertório imagético e seu modo de ver.

Werneck (1986) ainda adverte que aquele adulto que julga o que é melhor para a criança muitas vezes tem um olhar estereotipado e cheio de clichês visuais e culturais, o que afeta a escolha dos livros. E a escolha pode ser ruim justamente porque, muitas vezes, do lado da produção, outro adulto produz imagens segundo os mesmos estereótipos e clichês. No artigo eu perguntava: “As mudanças nos modos de ver e ler de nossas crianças refletirão em mudanças futuras reais e efetivas?”. Hoje temos mais ainda a questionar, pois o “modo de ver” da criança se constrói por muitas telas, além das páginas dos livros.

A autora resume o que seria uma boa ilustração: aquela que proporciona intimidade com o leitor; variedade de estilos e técnicas, aguçando sua percepção, a observação e protegendo o repertório infantil dos estereótipos; que contribui para o desenvolvimento do senso estético e da expressão criadora. E ainda pontua: as ilustrações ricas em detalhes contribuem para o desenvolvimento intelectual das crianças, mas o excesso de realismo resulta numa comunicação linear. Já as ilustrações mais abstratas, simbólicas e não descritivas contribuem para desenvolver a imaginação.

Ainda sobre o tipo de ilustração “ideal”, o pedagogo francês Bruno Duborgel (1992) fez um interessante trabalho, onde analisa o resultado de estudos que mostraram que as crianças gostam mais de imagens realistas (essa afirmação é comum no meio dos educadores infantis e foi feita, inclusive, por professores que entrevistei em minha pesquisa de doutorado). O francês conclui que este “gosto” pelo realismo reflete um hábito já constituído pelo processo de socialização. Nota-se uma visível influência sociocultural na formação continuada do leitor, pela “necessidade de ordem, conformidade, banalidade e submissão às regras convencionais de verossimilhança” (p.33) impostas subliminarmente por determinados sistemas educacionais e sociais.

Outro pesquisador que propicia ferramentas para a produção e análise de imagens é Luiz Camargo (1998). Ele compara as funções das ilustrações enquanto linguagem visual às funções da linguagem verbal. Camargo fala ainda dos estilos de ilustração no livro infantil:

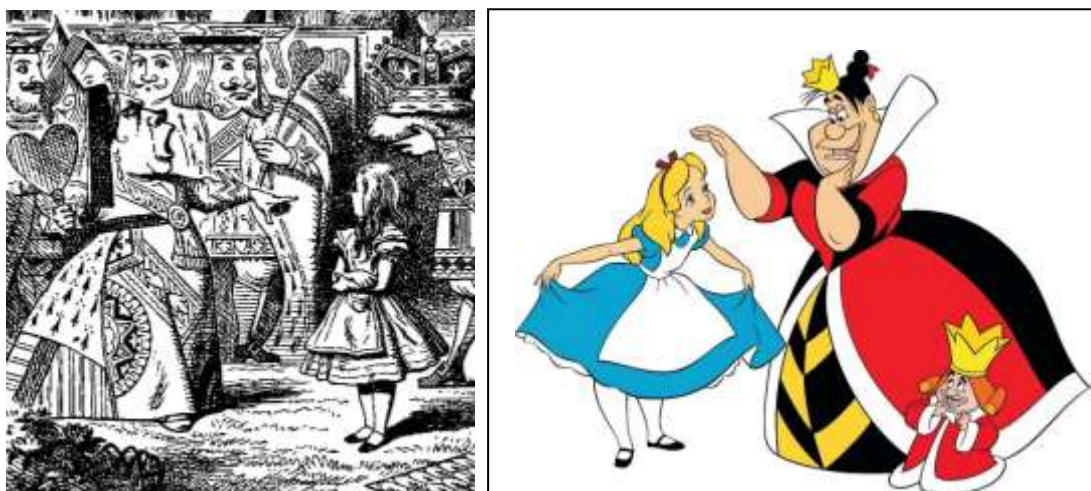
“(...) o estilo dominante remonta à estética do século XIX anterior ao expressionismo, com aproximação da linguagem da publicidade e das histórias em quadrinhos. É um estilo figurativo, com predominância dos elementos descritivos e narrativos, em prejuízo da pesquisa estética” (CAMARGO, 1998, p. 42).

Apesar de vermos hoje uma valorização desta referida pesquisa estética no trabalho de autores e editoras em diversos países, ainda temos muitas obras marcadas pelas imagens estereotipadas da publicidade, cinema e quadrinhos, ou ainda, pela estética dos desenhos animados televisivos e do vídeo *game*. Como pode ser notado nessa sequência de imagens que ilustram a mesma história: Alice no País das Maravilhas, de Lewis Carroll. A partir da figura de Alice lançada por Walt Disney nos cinemas, em 1951, muitas das ilustrações desta personagem disponíveis em versões publicadas, seguiram suas características e paleta de cores. O livro

original tinha ilustrações em preto e branco, de John Tenniel, porém o autor coloriu à mão seus primeiros originais, com a presença de detalhes azuis em um vestido amarelo. Algumas das várias versões de capa do livro anteriores ao filme da Disney, colorizaram as ilustrações do próprio Tenniel de forma bem variada.



Figuras 20 e 21: ilustrações originais e coloridas à mão feitas por John Tenniel para o livro *Alice no País das Maravilhas* no final do século 19. À esquerda, *The Queen has come*. À direita, *How Alice Grew Tall*. Coleção do *The Morgan Library & Museum*, disponível em <https://www.themorgan.org/drawings/item/250307>



Figuras 22 e 23: à esquerda, detalhe da ilustração de Tenniel à traço e sem cor, como encontrada na primeira edição do livro²⁵, de 1865, onde nota-se uma simplificação da personagem. A imagem da direita apresenta um *concept* de personagens do filme de Walt Disney (*Alice in the Wonderland*, 1951), que viria a gerar um forte padrão para a figura da Alice.

²⁵ Todas as ilustrações originais e com alta resolução podem ser encontradas em <https://medium.com/alice-s-adventures-in-wonderland/sir-john-tenniel-s-classic-illustrations-of-alice-in-wonderland-2c3bbdca3a77>



Figuras 24 e 25: a mesma cena retratada em edições portuguesas do texto de Carroll, *Alice no País das Maravilhas*, ambas de 1998 (à esquerda, adaptação de V. Gool, Editora Ulisseia; à direita, adaptação de Lucy Kincaid, Edições Asa). Características de Alice e paleta de cores bem próximas das cenas de Disney.



Figura 26: ilustração de livro *Alice no País das Maravilhas*, de 2001, Editora Ambar, Portugal, cuja ilustração ganha outra concepção sobre as cenas e personagens.

2.3.2. A relação da imagem com o texto

Tanto na tese de 2008 quanto na publicação de 2009, já citadas, é destacada a importância do design no estabelecimento das relações das imagens com os textos nas páginas dos livros. Porém, é o leitor que fará a construção do texto final, verbal e não verbal, através da sua leitura e interpretação. Imagem, texto e materialidade, construídos em consonância, produzem sentido, significação, enfim, leitura no amplo sentido da palavra. Estas relações entre textos podem se dar de diferentes maneiras. Como já publicado:

“(…) há uma mútua interferência de um texto sobre a leitura do outro. Uma imagem legendada ou um texto ilustrado podem assumir novos sentidos, diferentes daqueles atribuídos quando estes estão sós. No livro infantil, enquanto alguns teóricos sobrepõem o texto verbal ao visual, este último visto como mero apelo estético, cada vez mais evidencia-se o papel da imagem como âncora do processo de leitura por parte da criança. (...) Outra forma de relação texto-imagem acontece quando o texto verbal assume-se também como texto visual. Na perspectiva do design, essa afirmação nos é comum, uma vez que a tipografia aplicada ao texto, por si só, já é desenho. Falamos de tipografias elegantes, sóbrias, clássicas, arrojadas, displicentes... Adjetivamos a forma do texto e isto

lhe compete caráter. Também a mancha gráfica gerada pelo texto tem forma. O texto não é aleatoriamente alinhado, dividido, organizado. Existe em design editorial uma preocupação com o tratamento do bloco de texto, com o tamanho das letras, com o tipo, com a legibilidade, com a visibilidade. (...) São alterações nas linhas, tipografias, corpos, etc. A palavra, uma vez transformada em desenho, pode ser lida por dois códigos diferentes, de acordo com preparo do leitor (alfabetizado verbalmente ou não, “alfabetizado” visualmente ou não). Tais experiências permitem um contato rico da criança com o processo de leitura, talvez menos estigmatizado, menos preconceituoso no futuro. São linguagens em consonância: lê-se livros, lê-se obras de arte, lê-se imagens em movimento” (DOMICIANO, 2009, p.58 e 59).



Figuras 27 e 28: nessas páginas de livro, outras informações que vão além do texto podem ser percebidas. Há uma interdependência entre texto verbal e texto visual (livro: M. Milhões, M. Chiu! Portugal: Editora Bichinho do Conto, 2006)

2.3.3. Livro sem texto?

“(...) livro de imagem, álbum de figuras, álbum ilustrado, história muda, história sem palavras, livro de estampas, livro de figuras, livro mudo, texto visual” (Camargo, 1998, p 70).

Essas são algumas definições dos objetos tratados entre 2006 e 2008: livros sem a presença de palavras, a não ser algumas incorporadas às imagens, além de títulos e créditos. Esses produtos primam pela exploração das imagens, da materialidade do livro em si, onde ambos constroem a narração, complementada pelo leitor.

Partindo desta definição, percebe-se o potencial da experiência que pode ser proporcionada por livros desta natureza:

“(...) desenvolvimento da linguagem oral, desenvolvimento de novas situações a partir das sugestões das imagens, ampliação de detalhes, musicalização e sonorização, experimentação, enfim, invenção de uma nova história possível a cada contato com o livro. Esse tipo de livro torna a criança co-autora da obra, criadora de um texto verbal e até mesmo de outros textos visuais” (DOMICIANO, 2009, p. 66).

Não é, porém, a simples ausência de texto verbal que gera tal resultado, mas a “criação cuidadosa de um texto visual estimulante e inteligente” (2009). Do contrário, livros de imagens extremamente literais podem servir como livros iniciais, colaborando com a construção do aprendizado do verbal, mediante figuras que acompanham palavras. Infelizmente, com o tempo, as imagens desapareçam dos livros e estes ficam mais “sérios”, viram livros de adultos, chatos, áridos e “feios”. Livros sem ilustração e sem design.

“Ler as imagens é comunicar com as suas propostas de beleza, de jogo, de prazer visual, de analogias, de conotações, de evasão, de distanciamento do real, de significados, de onirismo, de desvios, de símbolos, de perspectivas oblíquas sobre o quotidiano, a realidade e a vida, de impressões, de expressões, de sugestões, de interrogações. Assim reenraizadas nas suas funções mais importantes, as imagens plásticas formam em si um “livro”, quer elas estejam relacionadas com um texto, quer elas constituam o único material da “língua” do livro” (DUBORGEL, 1992, p. 24).

Camargo (1998), Abramovich (1989), Duborgel (1992), Colomer (2002) foram alguns dos nomes clássicos evocados para a definição da expressão “livro sem texto” utilizada na tese. Também uma tradução de *wordless book*, termo em inglês mais empregado para livros dessa natureza.

Hoje a produção desses livros é rica, principalmente em alguns países, incluindo o Brasil. Na tese citada pode-se conferir a seleção de livros utilizada junto a crianças brasileiras e portuguesas em experiências de leitura livres e dirigidas. Foram 9 livros analisados e testados junto a 90 crianças participantes. Toda a metodologia empregada e os resultados podem ser consultados.

Apenas destaco que é essencial a riqueza visual que pode ser apresentada nos livros, em termos de imagem e narrativa gráfica, para a formação da criança pré-escolar. A crença na superioridade do texto verbal, no hábito de leitura construído apenas sobre a letra, se esvai diante da leitura dos livros de imagem. Ao observar essa leitura, vimos crianças usarem várias formas de linguagem para expressá-la: narrativas verbais, gestos, sons, brincadeiras, expressão gráfica, jogos simbólicos. As crianças não deixaram de ver esses objetos como livros por não terem texto tipográfico. Aos designers e sua relação com esses livros, é importante a consciência de que não se projetam simples objetos e informações, mas bens culturais que envolvem diferentes conteúdos, áreas do conhecimento, referências, imagens, palavras, sensações, formas, cores, a um público muito particular. Como concluído na tese de 2008:

“Este é o ponto que difere o projeto de design da criação corriqueira, técnica e mecanizada – ou melhor, informatizada, no caso do design gráfico. Se o usuário do produto de design é a criança, podemos agora perceber com mais propriedade que o designer tem, antes de projetar, mundos a descobrir, jogos para jogar, a brincadeira, a liberdade. Ao projetar, tem sobre si responsabilidades para com esse público, em não apenas servir a sistemas e padrões pré-estabelecidos e perpetuados, mas participar da construção de novos conceitos, novas formas de pensar, novas maneiras de desenvolver os potenciais presentes na infância através do mundo material e imagético que as crianças acedem” (DOMICIANO, 2008, p. 420).



Figuras 29 a 31: capa, página dupla e página “tripla” do livro Oh!, do belga Josse Goffin (São Paulo, Editora Martins Fontes, 1995), utilizado na pesquisa de 2008 (Fotos: a autora).



Figuras 32 e 33: capa e página interna de livro experimental confeccionado pelo então aluno do curso de design da Unesp, Bauru, Delfino Raimundo, no ano de 2000, utilizado na pesquisa de 2008 com crianças portuguesas e brasileiras (Fotos: a autora)

2.4. Pré-livros e livros para a inclusão

No ano de 2013, mesmo ano de ingresso no programa de pós-graduação em Design da Unesp, um encontro casual entre ex-aluna e professora levou-me, junto com a professora Fernanda Henriques, a um contato com docentes da Universidade de São Paulo (Deborah Ferrari e Patrícia A. P. Crenitte, departamento de Fonoaudiologia, FOB/USP) e a uma parceria profícua que até hoje frutifica. Montamos o grupo de pesquisa “Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem”, cuja produção inicial foi registrada em Domiciano et al (2016 – **ANEXO 05**)

Nosso foco são as questões relativas às ações do design gráfico para a inclusão, sejam elas materializadas em produtos impressos, digitais, metodologias ou teorias. Dessas múltiplas possibilidades que exploramos desde então em projetos de conclusão de curso (PCCs), iniciação científica (ICs), mestrado e doutorado – e que nos renderam também um financiamento do CNPq de 2014 a 2018 – registramos aqui os materiais impressos desenvolvidos – livros e pré-livros.

O desenvolvimento de materiais de apoio para crianças com deficiência sempre foi uma preocupação restrita às instituições que as atendem, e feita por profissionais da área da educação, com produção artesanal e muitas vezes improvisada. Algumas iniciativas atuais incluem livros produzidos com profissionalismo e que envolvem ilustradores e designers. E não só crianças podem usufruir deste tipo de material! Os pré-livros desenvolvidos pelo então aluno de graduação Vitor Ventola Bravin são prova disso.

No contexto já descrito (disciplina de Produção Gráfica 3 - 2012), Bravin criou o livro “Minha Imaginação” (figuras 34 a 37). Tal experiência abriu o olhar do aluno e o início do grupo de pesquisa citado nos levou a um projeto de Iniciação Científica, desenvolvido entre 2013 e 2014 (livro “Além da Imaginação”, cuja leitura foi feita pelos alunos do Lar Escola Santa Luzia para cegos – Bauru), retratado nas figuras 38 a 41. Vitor foi premiado no Congresso de Iniciação Científica da Unesp em 2013 e apresentamos e publicamos artigo científico sobre seu trabalho em 2014, já citado na nota de rodapé número 22.



Figuras 34 a 37: Páginas do livro *Minha imaginação*, de Vitor Ventola Bravin, e sendo lido por criança na Unesp (Fotos: Bravin e Domiciano, 2012)



Figuras 38 a 41: Livro *Além da Imaginação* sendo lido por crianças videntes (36 e 37) e por jovens e adultos cegos (figuras 38 e 39), alunos do Lar Santa Luzia, em Bauru (Fotos: Bravin, 2014)

Destacamos ainda a participação na pesquisa e produção de outros tipos de livro: os didáticos e educacionais, além dos manuais de instrução, ambos com foco na inclusão, seja social ou constitucional.

Da minha coorientação em pesquisa de doutorado realizada por Mariano Lopes de Andrade Neto (2016), sob orientação da Dra Paula Landim (PPG-Design), publicamos artigos²⁶ e destacamos o papel do design na produção dos livros didáticos para jovens e adultos, bem como o papel das imagens nesses livros.

Coorientei também um mestrado na Universidade de São Paulo (USP), onde desenvolveu-se um manual de instruções para uso de aparelhos auditivos sob o foco do Design Gráfico Inclusivo. O projeto de Camila Medina, orientado pela Dra. Deborah Viviani Ferrari (USP) e parte da parceria e grupo de pesquisa já citados, também se fez representar em diversos artigos publicados²⁷. Hoje, Camila é doutoranda no PPG Design-Unesp, orientada por mim e coorientada por Ferrari. Este trabalho foi muito importante para nossa inserção nas pesquisas relativas à inclusão, constituindo-se num outro leque de investigações das quais participo, em paralelo aos temas-foco deste texto. Foram geradas diretrizes para a produção de materiais impressos mais inclusivos, principalmente aqueles voltados a um público idoso, com foco na saúde.

²⁶ Produção conjunta com Andrade Neto e Landim: ANDRADE NETO, M. L.; LANDIM, P. C. ; DOMICIANO, C. L. C. 2015; ANDRADE NETO, M. L.; PIZARRO, C. V. ; LANDIM, P. C. ; DOMICIANO, C. L. C. 2014;

²⁷ Diversos artigos publicados com Camila Medina, cujo foco são as cartilhas e manuais de instrução:

MEDINA, C; MACHADO, T.K.; JACOB, R.T.S.; DOMICIANO, C.L.C. 2019; MEDINA, C.; DOMICIANO, C.L.C. ; LANDIM, P. C. ; MEDOLA, F. O , 2018; MEDINA, C.; DOMICIANO, C.L.C. ; PASCHOARELLI, L. C. ; MEDOLA, F. O. 2018; MEDINA, C.; FERRARI, D.V; DOMICIANO, C.L.C., 2018; MEDINA, C.; FERRARI, D.V; DOMICIANO, C.L.C., 2015; MEDINA, C.; FERRARI, D.V. ; DOMICIANO, C.L.C., 2017; MEDINA, C.; ALVES, T.K.M; JACOB, R. T. S; DOMICIANO, C.L.C, 2017.

3. LIVROS DIGITAIS

Ainda envolvida com os livros, os livros digitais também despertaram meu interesse, inevitavelmente, mas não tive com eles uma relação tão profunda, mesmo porque, como dito, os livros impressos têm se reinventado a cada dia e ganham um espaço muito peculiar no mercado editorial e no trabalho de autores, editores, artistas e designers.

Abordo as questões relativas às relações e, às vezes, “oposições” entre produtos tradicionais e suas “versões” digitais nas aulas da disciplina “Produtos editoriais: uma caracterização no design contemporâneo”. Esse debate cabe aos livros em primeiro lugar, mas também aos jornais e revistas, entre outros.

Já na década de 90, Chartier (1999) abordava as questões relativas à nova posição do leitor frente ao texto eletrônico. Enquanto o livro era tratado com reverência, sendo o momento da leitura inclusive tema de diversas obras de arte, podendo o leitor fazer apenas intervenções, anotações, às margens do texto - podemos dizer, apócrifas -, no livro eletrônico o leitor chega ao coração do texto, e o autor destaca que essa seria uma ruptura de hábitos sem precedentes na história da cultura escrita. Ainda falando de um processo de leitura “desconfortável” nas telas dos computadores, nada próximo do momento de intimidade e conforto que a leitura pode trazer, o autor pergunta: “Mas sabemos o que virão a ser os suportes materiais da comunicação dos textos eletrônicos?” (p. 142). Passados 20 anos sabemos das possibilidades que pequenos computadores, tablets, leitores dedicados e smartphones podem trazer à leitura de textos antes suportados em livros de papel.

Ainda na década de 90, o importante teórico do design e projetista Gui Bonsiepe (1997) abordava também o tema da revolução tecnológica, falando dos já “falecidos” CD-ROM, de como estas tecnologias estavam afetando os costumes de leitura e aprendizagem. O autor pedia cautela às posições mais eufóricas, lembrando aos designers que “a tecnologia mais moderna pode ser acompanhada de uma estética provinciana” (p. 53).

Mais uma vez a questão do suporte se imbrica à natureza do texto e ao processo da leitura, bem como à construção da interface entre o conteúdo e o leitor, trabalho do designer, que deve, segundo Bonsiepe, resistir ao “*infostiling*” (p. 54), termo que o autor cunha para diferenciar ações que deixam a informação mais “bonitinha” (*glitzy stuff*) daquelas que realmente colaboram com todo o processo da leitura, ou seja, o *infodesign* (que chamamos no Brasil de Design da Informação).

Ainda em seu livro de 1997, Bonsiepe traz dois conceitos extremamente novos à época, multimídia e hipermídia:

“Multimidia refere-se a artefatos compostos de linguagem, imagem, som e música. Hipermídia combina todos esses canais perceptivos e, além disso, permite interação em forma de navegação entre nós semânticos. Hipermídia então difere dos meios audiovisuais em dois aspectos: as informações são organizadas em redes e o usuário pode navegar no espaço informacional” (p. 147).

Essa conceituação é fundamental para entender um ponto importantíssimo abordado pelo autor: o impacto da leitura no suporte digital – e da sua construção – é profundo, e não apenas formal. A potencialidade do produto digital só se concretiza na rede, não apenas na tela. Com relação aos livros reitera que:

“autores de textos científicos e literários terão novas possibilidades de influenciar a aparência da linguagem no espaço retinal. Podemos especular que tanto a produção como a recepção de textos mudarão radicalmente. Não possuímos ainda termos técnicos

para estes novos artefatos, pois os livros eletrônicos não são equivalência eletrônica para o livro impresso. A digitalização do mundo gira em torno da rede”. (p. 147)

Não havia e ainda não há termos para alguns produtos que surgem, mas parte do livro eletrônico se nomeia hoje como e-book. Seguiremos com alguns conceitos, alguns deles abordados no curso (online) Virando a Página²⁸, que fiz em 2014.

3.1. Formatos e suportes

O formato de livro digital mais conhecido é o *e-book*, apresentado por alguns um tipo de arquivo específicos e apropriados para reprodução em dispositivos de leitura e *tablets*, possível também em celulares. Permite adequações de fonte e tamanho das letras, bem como cor de fundo das páginas. Com os *e-books* convivem os PDFs e ainda PDFs interativos, além de livros interativos programados como aplicativos para leitores, computadores e *smartphones*.

Vários dispositivos foram desenvolvidos desde a década de 80, mas o *e-paper* impulsionou o leitor de *e-book*, chamado leitor dedicado. Esse tipo de equipamento tem uso exclusivo para leitura e procura reproduzir a experiência do papel, é portátil, sem cores e praticamente sem brilho.

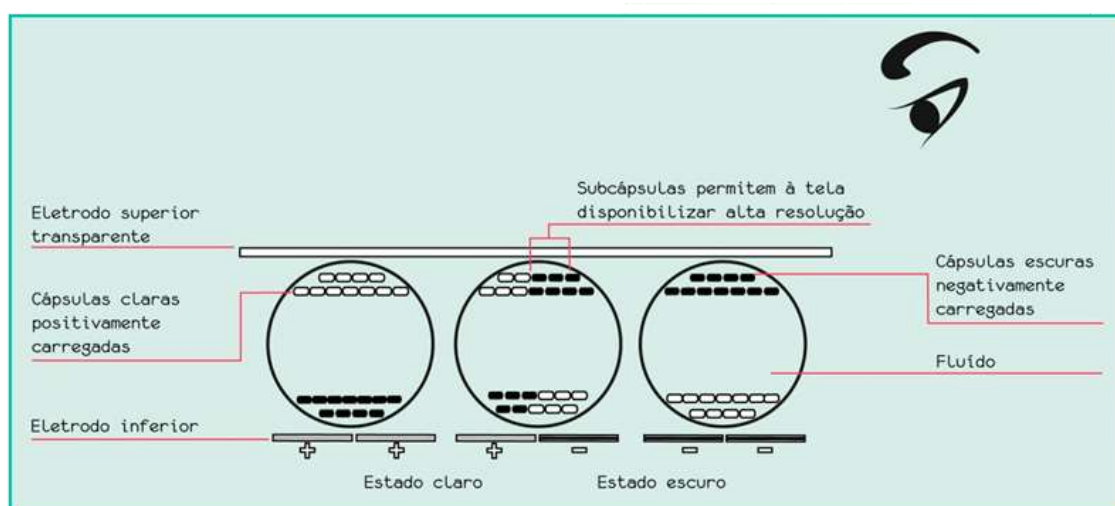


Figura 42: Princípios do funcionamento de um modelo de *e-paper* desenvolvido pela empresa E Ink Corporation, pioneira no desenvolvimento dessa tecnologia. (www.eink.com).
http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_e-book_readers

3.2. Atores do livro digital

Hoje, o autor pode publicar a sua obra em espaços diversos: blogs ou websites específicos; dentro de uma determinada comunidade nas mídias sociais; usar sistemas de *self publishing* (autopublicação), como o Kindle Direct Publishing, da Amazon, ou o sistema PubIt,

²⁸ Curso online Virando a Página, Universidade do Livro, Editora Unesp, Coordenação: prof^o Fernando Quaglia.

da Barnes & Noble; ou pode utilizar os serviços de empresas que oferecem soluções para autores independentes.

Com a chegada dos *tablets*, que suportam sistemas multimídia, os autores podem ainda inserir nas histórias vídeos, narrações de áudio, animações, mapas, dentre outros recursos, interagindo com os leitores e oferecendo uma experiência única, que vai muito além da leitura. A incorporação de recursos multimídia também permite que as editoras do segmento didático sonhem com uma nova maneira de produzir livros que enriqueçam consideravelmente o aprendizado dos alunos. Nessa linha, são numerosas as editoras que já vêm produzindo, em todo o mundo, obras que associam vídeos, fotos, textos e navegação na internet (conteúdos multimídia).

A editora tradicional, tal como era conhecida até a chegada dos *e-books*, tem que se adaptar e enfrentar vários desafios: uma nova relação com os autores, que podem optar pelo *autopublishing*; as novas formas de divulgação das obras; uma nova relação com o leitor, mais crítico e participativo; a oferta dos *e-books*, sua produção e a questão do preço dos mesmos; e a problemática daqueles contratos antigos assinados com escritores que não previam a publicação em formato de *e-books*.

Com uma distribuição diferenciada, os *e-books* levaram algumas editoras a usarem distribuidoras em comum, uma vez que uma plataforma específica é necessária. Algumas livrarias tradicionais criaram sua própria estrutura para *distribuir e-books* (ex: Saraiva, Barnes e Noble), enquanto outras se associaram a empresas especializadas (ex: Livraria Cultura se juntou à Kobo). Além dos títulos, essas livrarias comercializam dispositivos de leitura. Porém nem todas sobreviveram diante da pressão de grupos mundiais como a Amazon.

Outro ponto relevante, as mídias sociais mudaram a maneira como nos relacionamos, e também a forma como lemos. A leitura social e as mídias sociais dedicadas aos leitores (Skoob, Shelfari) demonstram que essa é uma mudança que chegou para ficar. Os leitores conseguem se manifestar e serem ouvidos, até mesmo pelo autor da obra. O leitor interage e participa, dá opiniões e até interfere no processo de publicação.

E o designer? Trabalha, como já destacou Bonsiepe (1997), principalmente com a interface e o design da informação. A interface abre ou fecha a porta do processo comunicativo e da leitura, no caso do e-book. Segundo o autor, ela pode irritar ou envolver o leitor. Pode facilitar ou dificultar, divertir ou chatear, conduzir a informação ou confundi-la.

Desenhar interfaces requer estudos multidisciplinares e incursões pelo mundo das tecnologias. Requer novas posturas diante dos usuários, muitas vezes num processo de cocriação, ouvindo e envolvendo-os no processo e considerando de fundamental importância todas as suas experiências.

3.3. Livros digitais na prática

Os livros chamados digitais foram abordados por alunos do curso de Design em projetos de final de curso (TCCs) por mim orientados, todos eles trabalhos práticos de construção de livros, dos interativos aos aplicativos. Alguns foram registrados em artigo científico, como em Zaninotti e Domiciano, 2012²⁹.

²⁹ Artigo apresentado na 2ª CIDAG, Conferência Internacional de Design e Artes Gráficas, realizada na cidade de Tomar, Portugal, pelo instituto Politécnico de Tomar.

Podemos citar outros produtos desenvolvidos, como os livros digitais interativos “Cadê você, Pipoca”, de Adriana Oshiro e Melina Teixeira, (2013), “Eureka”, de Letícia Nakata (2016), e “Lipe e Blue, uma história espacial”, de Luiz Felipe Andrade Callegari (2017).



Figura 43: tela de abertura do livro digital Eureka, de Letícia Nakata (Fonte: <https://www.behance.net/letynakata>)



Figura 44: primeiras telas do site do projeto de Callegari, 2017, que dão acesso ao livro interativo *Lipe e Blue, uma história espacial*. (Fonte, acervo da autora)

Parte 2

PRODUTOS EDITORIAIS PARA COMUNICAÇÃO E DESIGN

4. O CONTEXTO DO DESIGN

Os produtos editoriais para a comunicação foram por mim pesquisados em diversos momentos e com diferentes enfoques. Contextualizar esses produtos nas transformações que os próprios meios de comunicação sofreram nas últimas décadas é fundamental, sempre buscando o foco e a participação do design no processo.

A pesquisa realizada entre 2011 e 2013, como pesquisa trienal entregue à Unesp em 2014, intitulada “O Design Gráfico Contemporâneo: teoria e prática” foi de extrema importância para delinear esse contexto e permitir desdobramentos. A pesquisa resultou em diversas publicações daquele período³⁰ e retomou a discussão do contexto histórico de transformações do design gráfico - tema já abordado em capítulo de tese de doutorado e neste trabalho, porém com foco nos livros.

Essas pesquisas refletiram de maneira direta na construção de conteúdo para duas disciplinas: “Projeto 3”, ministrada anualmente para o curso de graduação em Design da Unesp (que aborda principalmente a produção de revistas impressas e digitais) e “Produtos editoriais: uma caracterização no design contemporâneo”, disciplina do programa de pós-graduação em Design da Faac-Unesp, onde os produtos editoriais são abordados pelo viés da criação, produção e distribuição no cenário contemporâneo.

4.1. Design moderno

Conforme publicações citadas, foi de grande importância refletir sobre as transformações do design, da sua institucionalização - em 1919, com a primeira escola de design do mundo, a alemã Bauhaus – ao que chamamos design contemporâneo.

Como já tratado em Domiciano (2014 – **ANEXO 06**), o design nasceu dentro de um contexto modernista, sendo que o pensamento moderno e seus conceitos colaram-se às primeiras teorias formuladas do design e à sua prática. Romper com o “antigo” seria a primeira busca, de um rompimento estético às muitas mudanças tecnológicas que o século XX nos trouxe.

³⁰ Artigos resultantes da pesquisa trienal citada (completos em anexo).

DOMICIANO, C. L. C.. O legado do design moderno e pós-moderno no projeto de revistas contemporâneas: experiências didáticas. In: 5º Congresso Internacional de Design da Informação, 2011, Florianópolis. Anais Internacional de Design da Informação, 2011.

DOMICIANO, C. L. C.. DESIGN EDITORIAL NA CONTEMPORANEIDADE: REVISTAS IMPRESSAS E DIGITAIS. In: Menezes, M.S; Moura, M. (Org.). Rumos da Pesquisa no design contemporâneo: Relação Tecnologia x Humanidade. 1ed.São Paulo: Estação das Letras e das cores, 2013, p. 147-168.

DOMICIANO, C. L. C.. Design Gráfico Contemporâneo. Estudo de caso: produção discente da Unesp. In: Andrade et al. Ensaios em Design: práticas interdisciplinares. Bauru: Editora Canal 6: 2014 (**ANEXO 05**)



Figuras 45 e 46: Cartazes do primeiro período da escola Bauhaus, Alemanha, fundada em 1919 e administrada por Walter Gropius nesse período. Limpeza e contraste são algumas das características dos mesmos.

“Industrializar” a produção da informação foi ação importante nesse contexto. Produzir em série passou a ser uma característica também do design gráfico: da modernização dos processos de impressão, com as grandes rotativas – primeiramente tipográficas e depois massivamente substituídas pelo processo offset – às tecnologias da comunicação que consolidaram os meios de comunicação de massa.

Com os princípios modernistas ditados a partir das escolas europeias de design – legado que chegou ao Brasil a partir da década de 50, principalmente - a estética gráfica sofreu uma espécie de “limpeza” e teve influências diversas: “ideológicas (pragmatismo, racionalismo, funcionalismo), econômicas (capitalismo e consumo), científicas (novas teorias nas áreas da física, da psicologia), culturais (aumento do repertório cultural), artísticas (movimento modernista, como cubismo, futurismo, dadaísmo, construtivismo, The Stijl, minimalismo – em vários países), institucionais (escolas de artes e design – Bauhaus, Ulm, escola Suíça e outras) e tecnológicas (evolução das ferramentas de produção e reprodução)” (DOMICIANO, 2014).



Figuras 47 a 50: Cartazes de Joseph Muller Brockmann, criados nas décadas de 50 e 60, representam a configuração visual estabelecida pelo design suíço e a influência da “nova Bauhaus”, a escola de ULM.

Além da forte influência europeia, os trabalhos gráficos produzidos no país no citado período contaram ainda com influência americana, principalmente aqueles voltados à publicidade, porém o trabalho brasileiro sempre somou “doses de criatividade, ineditismo e experimentação”. Vale citar exemplos: Alexandre Wollner, Cauduro Martino e Aloísio Magalhães representam bem a influência moderna europeia, principalmente no desenvolvimento de identidades gráficas. Já a experimentação visual pode ser exemplificada pelo design inovador da

revista Senhor, com nomes como Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e Bea Fetter, ou ainda em cartazes, capas de livros e discos.



Figuras 51 e 52: Cartaz (1954) de Alexandre Wollner e Geraldo de Barros para festival de cinema do IAC (Instituto de Arte Contemporânea do Rio de Janeiro), precursor da primeira escola de design do país - ESDI; marcas desenvolvidas por Alexandre Wolner ao longo do século XX. (fontes: Homem de Melo & Ramos, 2012 e Revista Eletrônica Convergências, em <<http://convergencias.esart.ipcb.pt/entrevista/12>>).

4.2. Design pós-moderno

Já aquilo que chamamos de “design pós-moderno”, ou “design não canônico”, empregando o termo de André Vilas-Boas (Vilas-Boas, 1998), ou ainda “desconstrução” (Homem de Melo & Ramos, 2012), caracterizou-se por uma nova onda de projetos inovadores, que rompiam com o modelo do “bom design” modernista, questionando-o ou simplesmente sendo diferente.

Diante de um novo discurso, onde as pequenas narrativas se sobrepõem aos grandes discursos e instituições³¹, os paradigmas do design - como atividade ligada às artes, comunicação e cultura - também foram questionados. A ideia foi romper com qualquer sistematização, processos exatos e absolutos, principalmente no campo das linguagens, representações e significações:

“Enquanto por muito tempo privilegiou-se a informação e a legibilidade através de um design “neutro”, vê-se no pós-moderno o signo visual a chamar atenção para si, como que a querer dizer algo além das palavras do texto escrito ou da convencionalidade de alguns ícones. A interpretação imediata da mensagem é impedida de forma intencional” (DOMICIANO, 2014).

Sem dúvida, a tecnologia emergente e acessível a partir dos anos 80 pelos computadores pessoais teve grande influência nesse processo. Como já observado, “as estruturas já testadas do “bom design”, limpas e neutras, parecem não conseguir falar todas as línguas que as novas mídias possibilitam. A hibridização das linguagens e dos signos não se encaixa em muitas das regras já consagradas por quase um século de design institucionalizado” (2014).

³¹ Conceitos de Jean François Lyotard, em A Condição pós-moderna (1998. Rio de Janeiro, Editora José Olympio).



Figuras 53 e 54: Wolfgang Weingart em capa de 1976/77 e cartas de 1983: início de um rompimento com o “bom design” ocorrido no berço do “bom design” (fonte: <https://www.aiga.org/medalist-wolfgang-weingart#slideshow-0-5>)

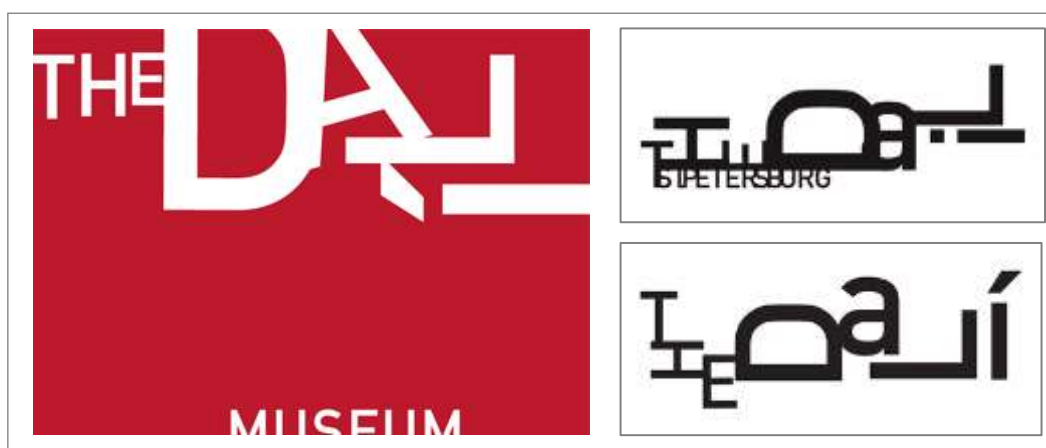


Figura 55: Cartazes de David Carson para o Museu Salvador Dali em St. Petersburg, 2010/2011. Carson manteve o estilo desconstruído que o consagrou nas décadas de 80 e 90 como marca pessoal. (fonte: site do autor em <http://www.davidcarsondesign.com/clients/dali-museum/>)

O início de “posturas pós-modernas” no design brasileiro é anterior, pois ainda na década de 60, contrapondo-se à ditadura,

“tivemos uma efervescência cultural nas artes (por exemplo, neo-concretos), na música (bossa nova, tropicalismo), no cinema (Cinema Novo), nos meios de comunicação (revistas, televisão, jornais). Os artistas-designers desse tempo experimentaram, colaram, sobrepuseram, fugiram da rigidez do funcionalismo europeu. Um exemplo foi o designer

Rogério Duarte: apropria-se do vernacular, funde com arte pop e joga por cima o psicodelismo, criando um pastiche visual” (2014).

Essas posturas são básicas na caracterização de um design pós-moderno (HOMEM DE MELO, 2006).



Figuras 56 e 57: Capas do disco (LP) de Caetano Veloso, de 1967, e Gilberto Gil, todos do movimento tropicalista, criadas por Rogério Duarte (Fonte: Melo, 2012)

Apesar do movimento pós-moderno não apresentar uma característica coesa ou ainda organizada, a estética (ou estéticas) decorrente do trabalho dos designers citados e muitos outros, bem como da produção teórico-prática e influência de professores e críticos como Katherine McCoy (Cranbrook University, EUA) e Rick Poynor (Revista Eye), influenciaram a muitos e, sem dúvida, marcaram a forma de “fazer design” em lugares diversos do mundo.

Claro que um dos grandes gatilhos das transformações visuais e da nossa forma de comunicar foram as tecnologias emergentes nas duas últimas décadas do século XX. O próprio conceito de imagem mudou, fragmentada em pixels mutáveis e reinicializáveis. Arquiváveis. Reconfiguráveis. Bem diferente da fragmentação da retícula, estática, ilusória. Com esse tema, na década de 90 e anos 2000, um texto me acompanhou em discussões de sala de aula, cito um trecho que bem resume sua essência:

“A imagem torna-se imagem-objeto, mas também imagem-linguagem, vaivém entre programas e tela, entre as memórias e o centro de cálculo, os terminais; torna-se imagem-sujeito, pois reage interativamente ao nosso contato, mesmo a nosso olhar: ela também nos olha. O sujeito não mais afronta o objeto em sua resistência de realidade, penetra-o em sua transparência virtual, como entra no próprio interior da imagem. O espaço muda: virtual, pode assumir todas as dimensões possíveis, até dimensões não inteiras, fractais. Mesmo o tempo flui diferente; ou antes, não flui mais de maneira inelutável; sua origem é permanente “reinicializável”: não fornece mais acontecimentos prontos, mas eventualidades. Impõe-se uma outra visão de mundo. Emerge uma nova ordem visual” (COUCHOT, 1993).

4.3. O cenário contemporâneo do design gráfico

Ainda na década de 90 e principalmente a partir dos anos 2000, alguns autores retomaram as teorias que por muito tempo foram usadas como apoio às regras do “bom design”, e deixadas à parte pelos desconstrutivistas. Autores como Ambrose & Harris (2009), Lupton & Phillips (2008), Samara (2007), Meggs (2009), Poynor (2010)³² voltaram a enfatizar a importância dos princípios fundamentais do design que nortearam o processo criativo de gerações de profissionais desde os estudos bauhausianos, relidos por movimentos diversos, já citados. Textos clássicos, como o “Syntax of visual language”, 1973, da professora Donis A. Dondis e “Art and visual perception”, 1954, do pesquisador gestaltista Rudolf Arnheim³³ foram tirados da berlinda e revalorizados, somando-se a eles novas pesquisas.

Nem a ortodoxia de autores modernos e o radicalismo de algumas posturas de designers pós-modernos se encaixam numa visão mais contemporânea do design. Esses e outros autores/pesquisadores já podiam ter uma visão “de cima” da história, entendendo como conquista toda a construção teórica e prática de um design moderno - que muito contribuía para áreas emergentes como o design da informação, por exemplo - e também a liberdade de criação alcançada por um design pós-moderno. Também foi uma conquista as posições de autoria e coautoria alcançada pelos designers. Como já colocado:

“A liberdade característica do contemporâneo é mais ampla que aquela proposta pela desconstrução gráfica, pois aposta não apenas na liberdade de transgredir, mas também de buscar referências no legado moderno e nas experiências das artes, do artesanato, do vernacular e das novas tecnologias” (DOMICIANO, 2014, 252).

Bomeny (2012) aponta que primeiramente herdamos a bagagem teórica dos modernistas, levando ao racionalismo, funcionalismo e regras. Depois, o design foi em parte dominado pelo ecletismo, pluralismo e experimentalismo, elegendo-se o “ruído, o feio, a intuição e a emoção como novos elementos do design”, valendo-se também das novas tecnologias emergentes no período. E conclui resumidamente: “O grande mérito de toda essa experiência que passamos nas últimas décadas com a necessidade de negar a racionalidade em favor de uma linguagem mais intuitiva e emocional, é que hoje temos o poder de escolha”.

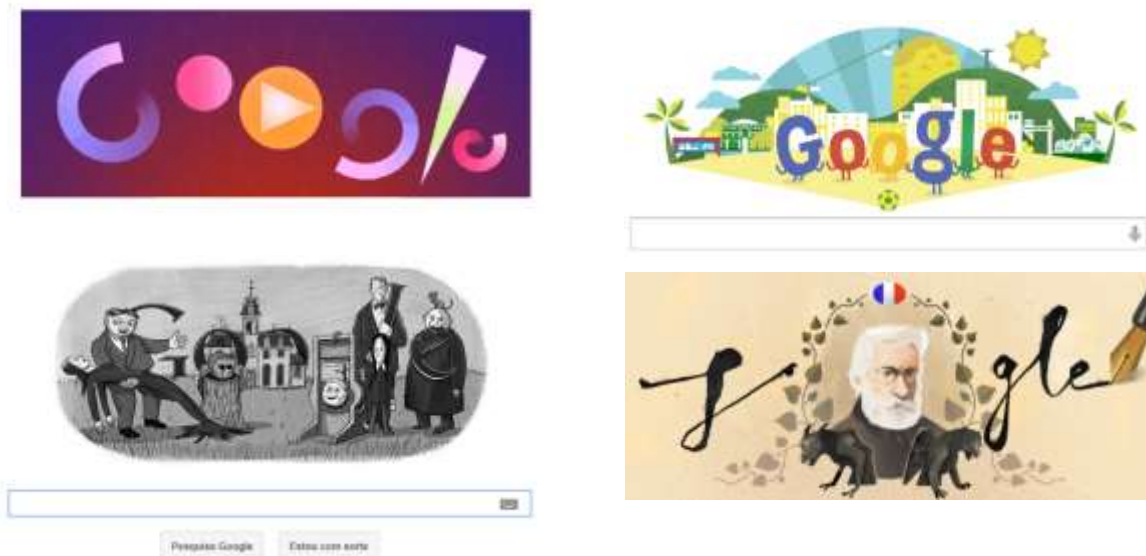
Os elementos básicos que compõe a linguagem visual continuam a estruturar a mensagem. Pode-se revisitar o passado e utilizar-se de estratégias consagradas de comunicação, e produção, bem como encontrar novos usos e formatos para as técnicas “antigas”, como desenhar tipos à mão (*lettering*), imprimir em tipografia e serigrafia, encadernar livros artesanalmente ou ainda produzir imagens com câmeras fotográficas analógicas, transformando em estética todos os “defeitos” do resultado final.

Pode-se também se apropriar das tecnologias emergentes. Dos computadores às tecnologias de realidade virtual e aumentada, passando pela tecnologia móvel e pela transformação dos meios de produção gráfica, o design é impactado, ao mesmo tempo que se apropria dessas mesmas tecnologias com desenvoltura, criando e recriando muitas delas. Hoje conquistou um lugar no processo de criação desses produtos e serviços tecnológicos, podendo optar por deixar vago o posto do *stiling*, seja do produto, seja da imagem.

³² As datas das primeiras edições destes livros são, respectivamente, 2003, 2008, 2008, 2007 e 2003.

³³ As datas destes títulos são das suas primeiras edições. Encontram-se na bibliografia em traduções de 1991 e 1980, respectivamente.

O mais importante: somos livres para ousar, burlar padrões ou transpor informações para um *tablet*, *smartphone*, toda a rede, encontrando aí novas formas de interação. Todas essas posturas sobrepostas configuram o design contemporâneo.



Figuras 58 a 61: Características contemporâneas - não se fala apenas na identidade visual de produtos e serviços, mas no branding, reforçando o caráter multidisciplinar do projeto. Flexibilidade no lugar da repetição. Fonte: <https://www.google.com/doodles?hl=pt-BR>



Figuras 62 a 64: Características contemporâneas - retomada de antigas técnicas de reprodução com novas finalidades. Projeto Bolandeira, uso de impressão em Letterpress. Fonte: www.bolandeira.com



Figuras 65 a 67: Características contemporâneas - Lomografia e Polaroid (fotos analógicas) novamente em uso. (Fonte: <http://blogrenanviana.wordpress.com/2011/11/07/vamos-falar-de-lomografia/>)

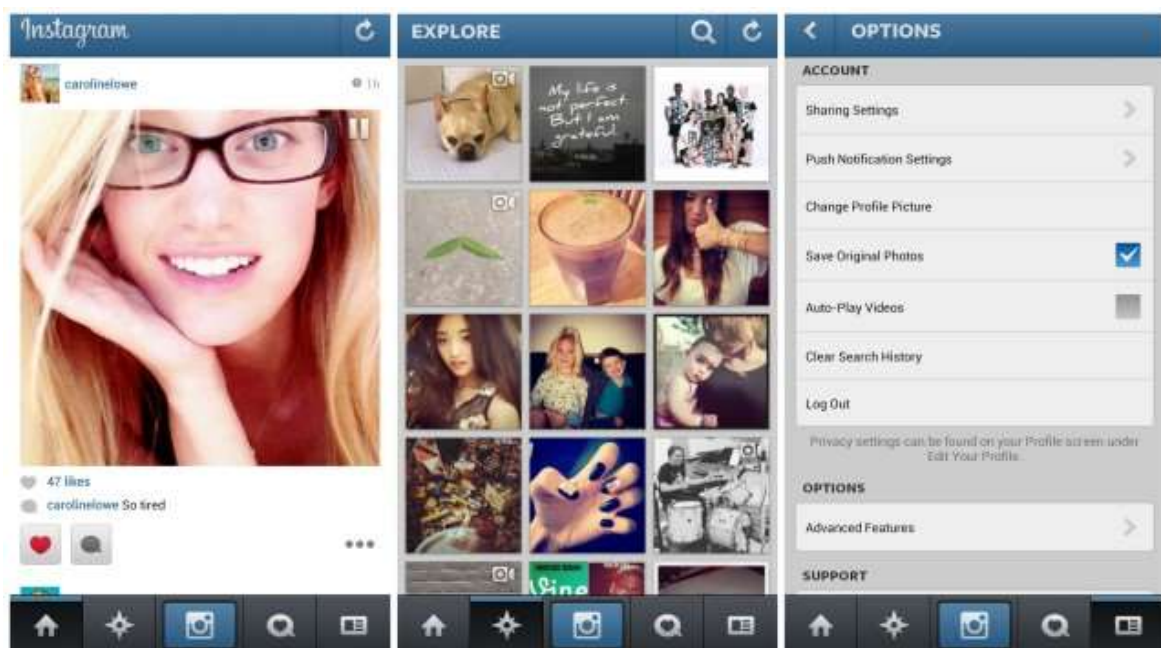


Figura 68: Características contemporâneas - rede social fotográfica Instagram, foto digital com estética de imagem analógica. Nostalgia e onda “vintage” (fonte: www.instagram.com)



Figura 69: Características contemporâneas - Resgate do “moderno”, mas com variadas técnicas de ilustração e uso de mídias digitais. Ex: infografia. (fonte: <http://www.graphics.com>)

No artigo citado em anexo, escrito em 2014, destaco um trabalho que Charlotte Fiel e Peter Fiel (2003) publicaram no início do século XXI, um estudo sobre o design gráfico contemporâneo, valendo-se da seleção de 100 nomes considerados os mais representativos naquele dado momento. Apresentaram trabalhos e entrevistas, que me possibilitou traçar mais algumas características desse cenário do design gráfico contemporâneo:

“perda de clareza das fronteiras entre as disciplinas (design, artes, cinema, ilustração, música...), a importância do conteúdo, o impacto das tecnologias mais avançadas, o desejo de ligações emocionais, as limitações criativas impostas pelos softwares comerciais, a velocidade, quantidade e complexidade das informações disponibilizadas, a necessidade de significação e a relevância ética. A leitura desta lista mais de 10 anos depois chega a assustar pela tamanha clareza com que tais designers viam o futuro” (DOMICIANO, 2014, p. 253).

Outras fronteiras se estreitam com o design: as artes, o artesanato e as disciplinas técnicas. Conforme já afirmado em 2014:

“Podemos afirmar que hoje o trinômio arte, ciência e tecnologia se inter-relaciona em todo e qualquer projeto de design contemporâneo. A multi, inter e transdisciplinaridade apresentam relação estreita com o design. Não apenas no sentido de relação e cooperação entre disciplinas, mas na relação e dependência que o processo de projetar em design cria com as temáticas, o público e o universo histórico, cultural e visual de cada projeto” (p. 254).

Destaco ainda a preocupação ética e social que se destaca no cenário atual do design, mas que já são inerentes à história. O design buscou a

“(...) forma universal, buscou a simplicidade, a clareza, a “verdade”, mas ao final manteve-se atrelado às práticas de fabricação e comércio de produtos durante décadas, principalmente pelas suas estreitas relações com a publicidade, estabelecidas no pós-guerra. Mas o descomunal apetite de consumo que evoluiu e acabou por dominar o século XX passou a incomodar diversas áreas de estudos e prática, inclusive os designers, gerando até mesmo manifestos historicamente registrados e novas relações com formas alternativas de produção, onde há uma busca de opções produtivas mais sustentáveis e que respeitem o trabalhador” (DOMICIANO, 2014, p. 255).

Sendo a cultura a matéria-prima intangível do design e o design uma voz para a cultura de seu tempo, gerando e sendo gerado pelo presente de cada lugar, seja físico ou virtual, não se estranha que suas áreas e escopo se renovem. Não é estático, definido, é projeto, é prática e pesquisa andando juntos.

Assim, muitos novos “designs” surgiram nos últimos anos. Alguns nem tão novos, mas nomenclaturas foram abundantes. Creio ser essa também uma característica de um design contemporâneo. No campo das metodologias, ouvimos sobre design *thinking*, design colaborativo, design participativo. Como abordagem projetual, temos o design inclusivo, design universal, design educacional, design de aprendizagem, UX design, UI design, design emocional. Com foco no projeto, temos design de serviços, design de interação, design de interfaces, design instrucional, *game* design, entre outros, que se somam ao design da informação, design editorial, o design ergonômico, design de produtos, de moda, de interiores, o design gráfico e a comunicação visual!

E a lista não para. E o único objetivo desse registro é deixar claras essas multifacetadas do design. Nesse viés de um novo “nem tão novo” falaremos um pouco mais dos produtos editoriais, focando nas suas transformações e seu “encaixe” nesse cenário rapidamente explanado.

5. REVISTAS E PROJETO

As revistas foram, por muitos anos, a vitrine do design. Ser editor de arte de uma das grandes publicações editoriais era o foco de muitos designers do século XX. A experiência de construir um produto tão rico, gerenciar diferentes assuntos, elementos gráficos, visuais e textuais e lidar com equipes multidisciplinares realmente trazia ao profissional uma formação sólida e completa, além de prestígio e visibilidade. Ainda hoje, mesmo depois do volume de impressões desses produtos ter caído drasticamente, criar projeto editorial e editar revistas impressas são atividades de altíssimo potencial formativo. Desenvolvo projetos dessa natureza com alunos do curso de design desde 2010, aproximadamente, o que apresentarei mais à frente.

A revista impressa sobrevive e, em contraste com seu formato comercial, temos também uma produção mais experimental, seguindo o mesmo caminho dos livros, com pequenas tiragens e exploração material, num “revival” dos zines e fanzines dos anos 80.

Já no ambiente digital, a revista resiste no nome, mas suas características são bastante diversificadas, e hoje muitos produtos já encontram seu caminho e sua linguagem própria nas redes.

5.1. O legado das revistas impressas

As revistas desempenharam um papel fundamental na nossa cultura visual e sempre tiveram uma posição de vanguarda na comunicação. Sobrevivem por séculos, estabelecendo uma ponte entre um grupo de pessoas interessado num determinado assunto, e indivíduos ou organizações com motivação suficiente para comunicá-lo. Os leitores formam um elo emocional com os seus títulos favoritos, quer pelo seu conteúdo, quer pelo modo como se apresentam.

As primeiras revistas datam do século XVII³⁴, mas seu formato atual foi mesmo forjado no século XX, dentro do universo da comunicação de massa e dos meios de produção gráfica industriais, principalmente das rotativas Offset³⁵. Com a televisão e, posteriormente, os meios digitais, muitos previram o fim das revistas impressas. Em meio a uma longa crise, no entanto, o número de títulos em revistas especializadas em assuntos e “tribos” - *special interests* – cresceu muito nos últimos anos, mas em geral houve grande diminuição em número de unidades impressas. Houve uma necessidade de reinventar-se.

A palavra *magazine* tem origem na língua árabe, na qual significa armazém. As revistas que lemos são essencialmente uma coleção de diversos elementos - artigos e imagens - unidos por um traço comum, ou seja, seus elementos de identidade. Falar de revistas consagradas é falar de designers consagrados. Os nomes ficam para sempre atrelados a esses títulos, já abordei vários deles nos artigos citados, alguns em anexo. Para continuar me conduzindo no fio desse texto, cito apenas um, Alexey Brodovich, considerando o “pai” do design editorial moderno, em se tratando das revistas. Apesar de Brodovich ter desenvolvido outros projetos, foi na revista Harper’s Bazaar que consolidou as experiências editoriais que viriam a influenciar o design da revista moderna – e também contemporânea. A citada publicação é a mais antiga ainda em

³⁴ *Edificantes Discussões Mensais* (Erbauliche Monaths-Unterredungen) foi a 1ª revista que se tem notícia, em Hamburgo, 1663, e era uma sucessão de artigos em branco e preto.

³⁵ Técnica de impressão derivada da litografia, sobre a qual se baseiam as grandes produções impressas. Há ainda hoje grande investimento nessa tecnologia, que alia qualidade e alto rendimento de produção.

circulação. Hoje é editada em dezenas de países, um típico caso de um produto de comunicação de massa bem-sucedido, assim como outros poucos títulos ainda em publicação e distribuição em escala mundial, como a Vogue e a National Geographics, por exemplo.



Figuras 70 a 73. Na figura 66, capa da primeira edição da primeira revista americana feminina, a Harper's Bazaar, de 1867. As figuras 67 e 68 trazem duas edições de 1896. Já a figura 69 apresenta capa da década de 30. Nota-se que o conceito moderno de identidade ainda não fazia parte da construção desses produtos. As capas eram peças únicas, influenciadas pelos movimentos artísticos e técnicas disponíveis, algumas com limitações, como se vê nas primeiras edições, impressas em tipografia, com imagens a traço e poucas cores (fontes: <http://www.coverjunkie.com> ; <http://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/g57/vintage-harpers-bazaar-covers/>)

Vejamos um pouco do que Brodovich fez pelas revistas. Ele chegou à Harper's na década de 30. Russo, migrou para os Estados Unidos, fugindo dos resultados nada esperados das revoluções e guerras que muitos artistas como ele ajudaram a construir. Em conjunto com uma equipe inovadora e brilhante, como Henry Wolf e o fotógrafo Man Ray, Brodovich experimentou e construiu o conceito de identidade gráfica que influenciou o design editorial do século XX.



Figuras 74 e 75: Páginas internas (1934) desenhadas por Brodovich de maneira “revolucionária”. Ainda hoje seria considerada uma edição criativa e inovadora.



Figuras 76 a 78: Capas de 1954, 1958 e 1968, respectivamente, desenhadas por Brodovich. O estabelecimento de uma identidade, inclusive com um novo conceito de marca usado até hoje na revista, fica evidente. Fonte: <https://library.rit.edu/gda/designers/alexey-brodovitch>

Muitos outros nomes poderiam ter sido citados nessa história. Das primeiras revistas modernas, uma linguagem mais comercial, bem diferente das páginas ousadas apresentadas acima, se estabeleceu. O jeito de fazer revistas em massa se consolidou. Mas muitos designers continuaram na vanguarda.

DESIGN EDITORIAL: NOMES IMPORTANTES DO SÉCULO XX AO XXI		
Nome e data (nasc./morte)	Origem	Uma referência para pesquisa
Alexey Brodovitch (1898 – 1971)	Russo, trabalhou na Europa e se radicou nos EUA,	http://www.aiga.org/medalist-alexeybrodovitch/
Paul Rand (1914-1996)	Americano	http://www.paul-rand.com/
Herb Lubalin (1918-1981)	Americano	http://www.aiga.org/medalist-herblubalin/
Neville Brod (1957-)	Inglês	http://www.researchstudios.com/
David Carson (1955 -)	Americano	http://www.davidcarsondesign.com/
Rudy Vanderlans (1955 -) e Suzana Licko (1961 -)	européus do leste radicados nos EUA	http://www.emigre.com/Bios.php?d=10

Quadro 2: designers editoriais destacados no século XX. Fonte: a autora

Sobre isso, o importante crítico do design Steven Heller observou que

“a vanguarda é usurpada quando sua excentricidade se torna aceitável. (...) Invariavelmente, o que começa como subcultura elitista segue uma trajetória previsível que vai da rejeição popular até a adoração pelas massas. (...) muito pouco daquilo que se origina dos movimentos alternativos deixa de aparecer no sistema” (Heller, 2008).

Ou seja, das primeiras revistas do século XX às produções experimentais dos anos 60 e a desconstrução das páginas pelos designers pós-modernos, o que surgiu alternativo, copiaram-se nas páginas dos produtos comerciais algum tempo depois. Alguns exemplos: os produtos gráficos do movimento psicodélico (60s), que surge como uma contracultura e depois seu “estilo” estampa produtos comerciais, ou o *punk* e *grunge* dos anos 70s e 80s, criados como contravenção, mas inspiração para peças gráficas e publicações “descoladas” nos anos 80, 90, até os dias de hoje. E assim, o *underground* se converte em *mainstream*, *cool*. Num ciclo, o design que se coloca como uma cultura independente é rapidamente incorporado pela cultura dominante (corporativa, comercial, estatal, midiática).

Ainda faz-se importante registrar que toda essa polarização de influências europeia e americana foi – e é – real, mas que o Brasil também foi – e é – celeiro de designers criativos nessa área. Desde aqueles que nasceram brasileiros mas foram formar-se no exterior, e depois alcançaram o cenário internacional, como Bea Fettler³⁶, até os muitos nomes que, juntos, criaram publicações de impacto como as revistas Rio (década de 40, 11 anos de edição) e Senhor (1959 a 1964, com retornos posteriores), com produção e venda em larga escala. Há ainda as publicações de movimentos artísticos, como a Klaxon (modernismo, 1922, nove edições) e Noigandres (plataforma da poesia concreta, 1952 a 1962, com poucas edições), bem apresentadas em Homem de Melo & Ramos (2012), e a menos conhecida e mais profícua Artéria (poesia visual, de 1975 até hoje em ambiente digital, 12 edições físicas, em Khouri, 2004).



Figuras 79 a 81: Revista Senhor, publicação que circulou entre 1959 e 1964. O design de Carlos Scliar ganhou prêmios internacionais e representa a modernidade brasileira.

(Fonte: Revista Zupi, <http://devzupi.bonitobarato.com.br/relembrando-capas-da-revista-senhor>)

Esses exemplos ilustram bem como o design é peça-chave na conformação das revistas desde as primeiras publicações do século passado. Como destaca Ana Cláudia Gruszynski, pesquisadora das relações entre design e comunicação:

³⁶ Designer brasileira com extenso trabalho internacional, começou no Brasil, transitou na revista Senhor e depois projetou-se no cenário americano. Em Fettler, 2012 e Homem de Mello, 2012

“O designer, em parceria com o editor (...), é responsável pelas definições referentes à conformação dos conteúdos e materialização das publicações. Destacamos o caráter mediador da atividade ao atuar como articuladora formal/visual de conteúdos que são concebidos preliminarmente por escritores/autores, jornalistas, etc., e dirigidas a leitores” (GRUSZYNSKI, 2015).

5.1.1. Caracterização da revista impressa

Num resumo da visão de Ali (2009), as revistas são criadas para informar, instruir e/ou entreter, estabelecendo uma relação com o leitor, proporcionando-lhe experiências emocionais, prazerosas e estéticas. Caracterizam-se pela periodicidade, possuem identidade própria e são feitas para serem bonitas de se ver e duráveis.

Como já abordado em Domiciano (2013, 2014), autores como King (2001), Ali (2009) e Samara (2011) caracterizam a revista impressa enquanto objeto, sendo suas características formais e funcionais conhecidas: o formato, a diagramação, a identidade visual e seus elementos, as cores institucionais, o projeto tipográfico, o uso de imagens, o ritmo da publicação e sua materialidade (uso de papéis, vernizes, cortes e encartes). O discurso visual do produto é uma construção do designer, podendo a narrativa visual interferir na leitura e interpretação das matérias, uma vez que imagens e cores, por exemplo, podem “falar mais que mil palavras”, como diz o ditado popular.

Na concepção de um novo título, após a definição do projeto editorial pela publicação, os designers – diretores de arte, ilustradores, fotógrafos, infografistas, diagramadores – partem para a definição do projeto gráfico. Os designers usarão das definições do projeto editorial para caracterizar a revista visualmente, criando a identidade visual do produto como um todo e detalhando suas partes constitutivas.

O projeto gráfico é uma atividade de planejamento e ordenação das características gráficas, visuais, produtivas, de acabamento e finalização do produto. A maior rigidez ou flexibilidade do projeto gráfico depende das características do projeto editorial. Ele delinea a diagramação, as escolhas tipográficas, a composição visual no uso de imagens, cores e texturas, definição da grade, o sequenciamento de leitura, posicionamento das matérias e reportagens.

ELEMENTOS PRINCIPAIS DO PROJETO GRÁFICO	
Elemento	Caracterização
Formato	Papel e aproveitamentos, número de páginas, volumes
Elementos básicos da identidade da revista	Marca, elementos gráficos acessórios, fios, boxes, etc.
Estrutura da revista	Grids, margens, relações texto/imagem
Paleta cromática	Cores como identidade, como mensagem e elementos de organização
Projeto tipográfico	Definições de tipos, corpos e alinhamentos para os diversos tipos de informação presentes

Linguagem e aplicação de imagens	Fotos, ilustrações, charges, fotomontagens, etc.
Capa	Posição de elementos e possibilidades visuais com vistas a atrair, chamar a atenção, vender ou refletir conteúdo editorial
Páginas internas – elementos gerais	Hierarquia de cabeçalhos, olhos, chamadas, notas
Páginas internas – elementos específicos	Composição/estética para matérias especiais
Ritmo visual	Definir o caráter da revista
Navegação entre páginas	Sistema de leitura

Quadro 3: elementos detalhados de um projeto gráfico de revista. Fonte: a autora.

Mas o meio impresso está em crise? Temos feito e tentado responder perguntas como essa dentro das pesquisas em Design.

Além das baixas tiragens, fechamento (ou funcionamento digital exclusivo) de títulos tradicionais, falência de grandes editoriais, a revista sofre com a crise da comunicação. Novas formas de comunicar que balançam as estruturas do meio tradicional, mas que trazem consigo ainda muitos questionamentos, inclusive relacionados à credibilidade. A própria Associação Nacional dos Editores de Revistas fez companhia em 2018 sobre isso - Revistas. Eu acredito! - buscando reforçar a importância dos profissionais e das organizações reguladoras para os meios de comunicação evitarem as tão faladas *fake news*.



Figura 82: Campanha da ANER, sobre a credibilidade do meio editorial (fonte: <https://www.aner.org.br/?s=revistas.+eu+acredito%21>)

Essa “crise” não é nova, a cada ano novo alarme toca. Podemos, por exemplo, encontrar uma matéria de 2009 de Luiz Weis, no site Observatório da Imprensa³⁷, intitulada “Receita para a crise da mídia impressa”, que por sua vez comenta sobre outros textos internacionais

³⁷ <<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/receita-para-a-crise-da-midia-impressa/>> acesso em outubro de 2019.

com o mesmo mote. Em 2013, outra matéria trazia a notícia da demissão de inúmeros profissionais da até então gigante Editora Abril³⁸. Já no relatório sobre as mídias brasileiras preparado pelo governo em 2016³⁹, usando base de pesquisa do Ibope, as revistas eram lidas por apenas 1% dos entrevistados, contra 4% do ano anterior⁴⁰.

Mas as revistas se reinventam e, como já dito, se segmentam e se distribuem em diferentes plataformas, saindo da raia da “competição” entre produtos impressos e digitais e indo ao encontro de estratégias focadas nas multiplataformas, na linguagem multimídia e nos conceitos de transmídia.

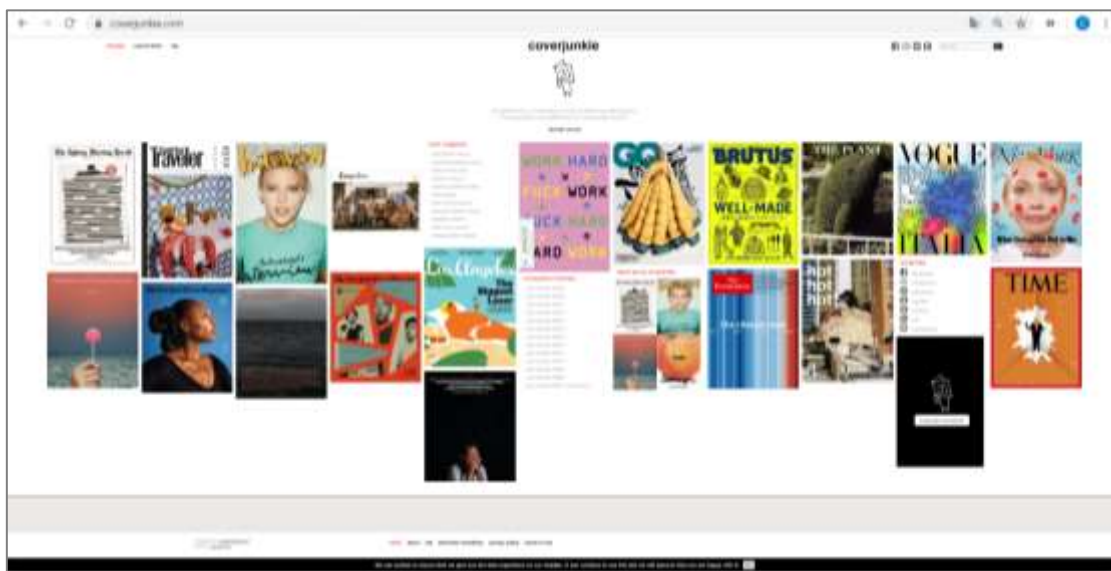


Figura 83: print da home page do site www.coverjunkie.com, que mostra as edições das revistas da semana no mundo todo. O site traz milhares de títulos e mostra como a segmentação ainda é intensa. O “fazer revistas” está vivo e presente em diferentes partes do mundo. (fonte: a autora, captura de tela do site em 26 de outubro de 2019)

5.2. Revistas digitais

As revistas digitais se destacaram na última década e caracterizam-se pela publicação periódica de conteúdos digitais *online*, desenvolvidos para diferentes suportes digitais: telas, *tablets* e *smartphones*. Soma-se, portanto, aos elementos gráficos e editoriais, recursos digitais, como elementos interativos, hipertextuais, sonoros e animados, entre outros.

As revistas digitais ainda se apresentam como um universo pouco explorado. Enquanto as experiências com as revistas *online* se aproximam das demais interações na rede, como sites e portais, passando por blogs e redes sociais, os veículos de publicação periódica para *tablets* e outros dispositivos móveis particularizam-se e oferecem outras experiências aos seus leitores.

³⁸ <<https://goias24horas.com.br/10116-crise-dos-impressos-circulacao-de-revistas-da-abril-cai-e-editora-anuncia-demissoes-de-jornalistas/>> acesso em outubro de 2019.

³⁹ <<http://www.secom.gov.br/arquivos-capacitacao/apresentacao-pesquisa-brasileira-de-midia-2016.pdf/view>> acesso em outubro de 2019.

⁴⁰ <<file:///C:/Users/cassi/Desktop/procuras%20para%20livre%20docencia/Relat%C3%B3rio%20Final%20Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202015.pdf>> acesso em outubro de 2019.

A grande maioria dos produtos editoriais digitais se caracteriza como multiplataforma, ou seja, os mesmos títulos se apresentam em plataformas diferentes - como telas, *tablets* e *smartphones* - e contam com estratégias de construção e distribuição de conteúdo, sendo necessárias adaptações, inclusive, de design.

“Para designar este tipo de modalidade de coordenação entre meios também se utilizam termos como “multiplataforma” ou, como é habitual no mundo jornalístico anglo-saxão, *crossmedia*. Ambos aludem à mesma realidade: casos em que distintos meios coordenam as suas respetivas estratégias editoriais e/ou comerciais para conseguir um melhor resultado conjunto” (SALAVERRÍA, 2014).



Figura 84: mesmo produto editorial em diferentes plataformas digitais. Não há, neste caso, grandes variações no projeto gráfico

A atualização e a datação de conteúdos são características que norteiam e endossam o conceito da revista digital, apesar de variações e discussões a respeito dos reais conceitos que identificariam uma publicação digital, polêmica esta característica dos meios híbridos. A atualização deve acontecer dentro de uma periodicidade estabelecida pelo projeto editorial. Datação e créditos aumentam credibilidade e possibilitam referências no meio digital e impresso.

Os autores Horie & Pluvina (2012) foram dos poucos que escreveram livros sobre o tema. Eles fizeram um interessante levantamento sobre o que as revistas digitais herdaram das impressas e aquilo que lhes é peculiar. Já publicamos esse conteúdo em Domiciano (2013 – **ANEXO 07**). Eis as características herdadas das revistas impressas:

Periodicidade, diferenciando as revistas *online* dos demais *sites*. Essa periodicidade pode variar, em tese, do diário (ex: The Daily) ao anual.

Segmentação, pode ser ainda maior na revista digital, devido aos custos de produção menores. A revista tem por objetivo trazer um conteúdo reflexivo e selecionado, não apenas ser suporte de notícias e informações, como os portais e muitos jornais *online*.

Portabilidade, possível em alguns dos suportes digitais, os suportes móveis, como *tablets* e *smartphones*. Há ainda a necessidade, em muitas revistas, de se estar conectado à rede para leitura completa, o que limita a portabilidade de alguns suportes.

Identidade gráfica, característica presente e necessária na revista digital, pois é comum o leitor “sair” da publicação, por conta das suas características hipermediáticas. A identidade funciona de forma muito parecida com a revista impressa, apresentando marca, capa, tipografias, paletas de cores, grids, imagens, etc. Para a revista digital tipicamente *online*,

que usa linguagem de *sites* e *blogs*, há limitações tecnológicas na composição de textos e imagens.

Já como características tipicamente digitais levantadas, estas revistas apresentam:

Leitura multimídia, numa combinação de elementos gráficos com elementos dinâmicos, com a disponibilização de áudio, vídeos, imagens, texto, infográficos interativos. Além da visão, outros sentidos são empregados, inclusive o tato nas telas *touch screen*.

Interatividade, onde o leitor pode participar do conteúdo produzido (web 2.0) e acessar outras informações (*links*) sem sair da revista, além de conseguir dar um *feedback* ao veículo, por comentários, “curtidas” e compartilhamentos.

Hipertexto, onde a leitura não é linear, podendo-se criar uma experiência narrativa própria por meio de *links* e caminhos diversos oferecidos. Há, portanto, camadas de informação e o nível de aprofundamento fica por conta do leitor.

Quanto aos custos, enquanto os de criação são iguais para revistas impressas e digitais - pois incluem o trabalho dos jornalistas, designer, fotógrafos e a produção de conteúdo - na revista digital os custos de produção industrial não existem mais, nem custos de estoques e encalhes.

Refletindo de forma um pouco mais profunda sobre o impacto dos produtos periódicos digitais, questiona-se se estes são atrelados aos seus “antecessores” impressos ou se alcançam vida própria. Ou ainda se a convivência dessas múltiplas plataformas juntas não seria o segredo para não se falar em morte de uma mídia e substituição por outra.

Em 2001, a designer Jessica Helfant escreveu um interessante texto que tornou-se clássico. A autora fala que as produções digitais são muitas vezes mais rigorosas que “tipografia suíça”, numa analogia às rígidas regras que os designers suíços impunham ao design dos tipos e das páginas em prol da funcionalidade. Protocolos, rotinas, regras, comandos. Mesmo passadas quase duas décadas, a pergunta que ela faz no artigo ainda é bastante atual em se tratando dos produtos editoriais digitais: “Onde está a vanguarda das mídias digitais?” (HELFAND, 2001). O trabalho do designer ainda se dá muitas vezes “sobre” a tela e não “dentro” da tela, reforça a autora.

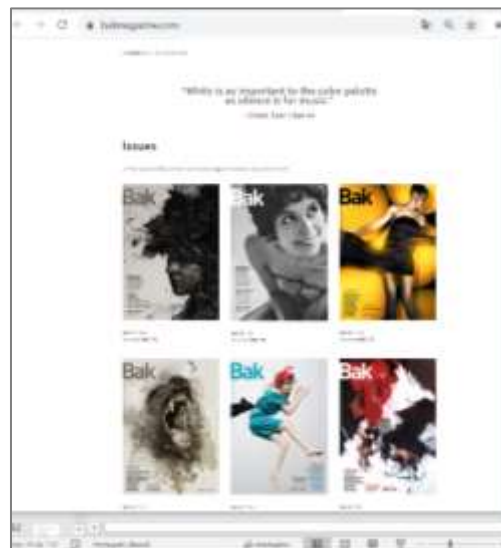
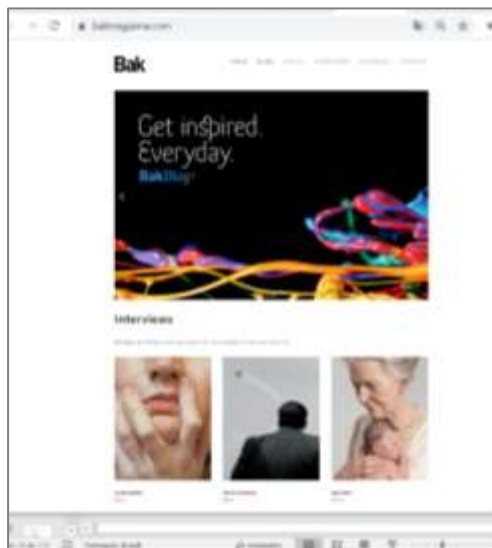
Muito se poderia incorporar aos produtos editoriais online de novas tecnologias já em pleno funcionamento, que levariam o leitor para “dentro da tela”, como realidade virtual e aumentada, por exemplo, ações ainda tímidas nesse tipo de produto.

Ainda hoje, muitas vezes, os produtos são apenas transpostos do antigo formato que tinham em papel para outro suporte, alguma interatividade é adicionada, o modo de navegação se formata à tela, seja ela *widescreen* ou um celular. Vejamos a conhecida plataforma ISSUU. Importante por possibilitar uma distribuição de publicações que não puderam mais ser impressas e também por distribuir textos fora de edição ou esgotados, por outro lado acomoda publicações criadas no meio digital, mas que são “texto sobre tela”: publicações sem interatividade, que mantêm ainda a diagramação em páginas duplas, como se fossem em papel. As páginas podem ser “folheadas” na tela.



Figura 85: print de tela do site www.issuu.com, plataforma de publicações digitais em PDF. Mesmo com limitações, ainda permite a manutenção de muitos títulos que não puderam mais ser impressos, além de versões daqueles que se mantêm também impressos, sem a necessidade de novo projeto gráfico. (Fonte: a autora, captura de tela do site em 26 de outubro de 2019)

Muitas publicações, portanto, ainda se mantêm próximas da linguagem da revista impressa, usando recursos de leitura de arquivos PDF. Um grande número delas, porém, se cerca de outras informações, pequenas notícias, blogs e links, todos acomodados em sites próprios. Segue um exemplo com tema em design e cultura visual.



Figuras 86 e 87: Telas do site da revista *Bak*, onde se vê a presença de *blog*, seção de entrevistas, *links* com redes sociais e as edições “abaixáveis” da publicação (fonte: <http://www.bakmagazine.com>)



Figura 88: Arquivo PDF disponibilizado de edição da revista Bak, onde a “virada” da página é simulada.

Fonte: <http://www.bakmagazine.com>

Esses sites podem ainda possuir características próprias, funcionando como meios de divulgação de assinaturas das edições impressas e portais de notícias, geralmente parte das matérias da edição, construindo um conjunto multiplataforma. Algumas dessas publicações trazem ainda áreas exclusivas de assinantes no site e constróem diferentes formatos de leitura, diferentes estratégias e contratos.

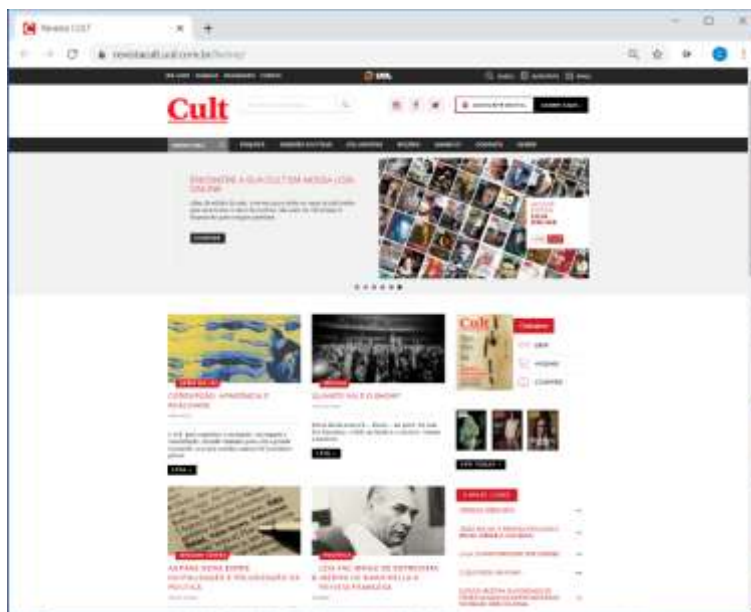


Figura 89: Tela do site da revista Cult, brasileira, onde se vê, à direita, a divulgação da edição impressa, que pode ser assinada/comprada. O site apresenta ainda outras matérias online que podem ser acessadas e lidas de maneira aberta (fonte: <https://revistacult.uol.com.br/home/>)

Em termos de design, as revistas que se destacaram buscando uma caracterização própria foram aquelas desenvolvidas para *tablets*, aparelhos que apresentam excelentes características para a leitura, como tamanhos confortáveis e ótima portabilidade. A partir da segunda década do século presente, uma cultura de leitura nesses aparelhos começou a se desenvolver. Funcionalidades próprias da tecnologia se incorporaram muito bem às revistas, sendo que muitos títulos passaram a ter algumas configurações exclusivas para essas versões. Capas que traziam vídeos ao invés de fotos, infografia animada, *motion graphics*, foram algumas das “novidades” apresentadas.

De forma geral, essas revistas conseguiram boa conexão entre a linguagem jornalística e a linguagem do design. Caracterizam-se como um trabalho multidisciplinar, e juntam texto, novas formas de apresentação das narrativas e recursos que só a plataforma digital oferece. É comum que sejam produzidas em conjuntos de programas pagos para tal, que permitem a profissionais da criação e diagramação trabalharem nos produtos sem necessidade de programar. Um exemplo desse sistema é o ADPS (Adobe Digital Publishing Suites), que permite a criação para sistema IOS ou Android.

Algumas limitações: a leitura só pode ser feita num *tablet* (diferente de alguns *e-readers*) e há o monopólio para compra de revistas e *apps* de exibição e *download*, como App Store (iPad) ou Google Play (sistema Android). Quanto às dimensões de leitura, podem ser horizontal ou vertical. A transposição da página dupla tradicional já não é mais compatível. Há possibilidade de rolamento vertical (páginas com comprimento “infinito” até o final da matéria).

A narrativa é imersiva, instiga os leitores a explorar as páginas. A revista pode oferecer diferentes níveis de imersão: exploração lúdica somada à vontade de saber mais, de aprofundar o assunto. Em decorrência disso, a navegação não é linear, tornando-se mais fácil de se perder na rede, nos *links*. Por isso é comum o uso de seções com identidades claras para facilitar a navegabilidade. Isso mantém o papel do design de identidade na publicação. Elementos da revista impressa ainda se fazem presentes nesse sentido, como boxes, olhos, capitulares, para que se crie uma identidade forte e facilmente percebida.

Infelizmente, muitos títulos importantes, como os mostrados abaixo, deixaram de ser produzidos nessa versão. A hora e a vez dos celulares é inegável.



Figuras 90 e 91: capa da revista digital para tablet Wired: visualização horizontal e vertical deve ser prevista.

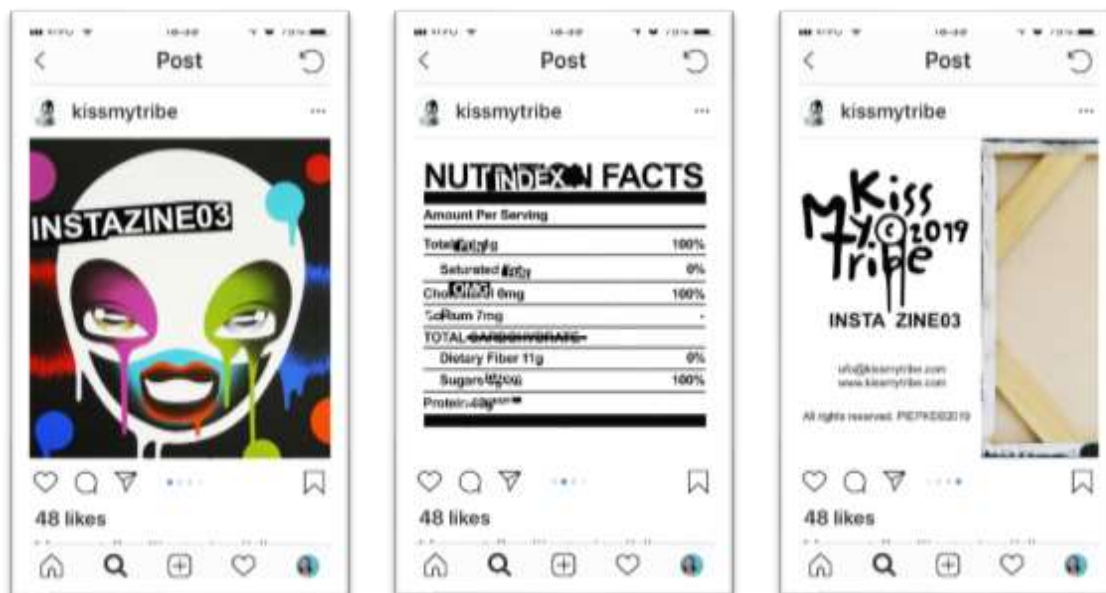


Figura 92: “Página de apoio” da revista digital para tablet TNW Magazine, onde o leitor é educado a uma nova forma de navegação.

5.2.1. Novos produtos de informação online

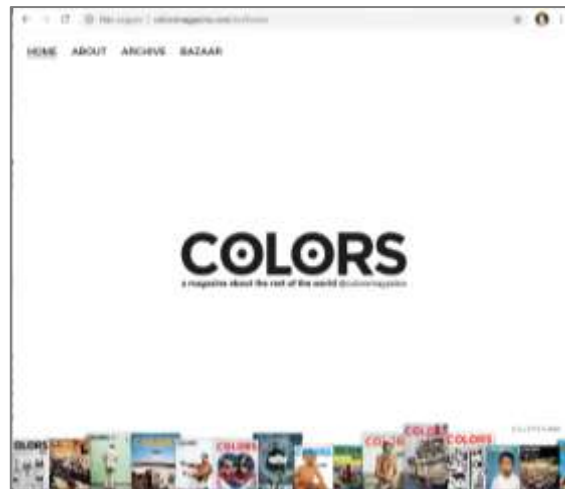
Mas apesar de todas essas vantagens, nos levando a ver as *tablets* como leitores ideais, a convergência da informação para um número cada vez menor de equipamentos é clara. E o celular (*smartphone*) tem ganhado essa batalha, mesmo sendo desconfortável para a leitura. Dentro dos aplicativos dos celulares, também surgem novos produtos que reivindicam sua relação com as revistas, que poderíamos chamar revistas digitais alternativas.

Alguns até tem chamado de *instazines* um pequeno conjunto de telas unidas por uma proposta editorial simples, postada periodicamente na rede social Instagram. O Facebook também abarca iniciativas parecidas.



Figuras 93 a 95: telas da rede social e aplicativo Instagram, trazendo páginas do *instazine* Kiss my tribe, com postagens periódicas de fotos e ilustrações (Fonte: a autora, captura de telas de @kissmytribe em junho de 2019)

Um exemplo de reinvenção, a revista Colors, publicação icônica dos anos 90 e publicada em versão impressa até meados de 2014, mantém o contato com o leitor, que também participa da construção das edições, pelas redes sociais. O site hospeda as edições antigas e leva o leitor para as novas plataformas – Instagram (aparentemente a principal) e Facebook, numa nítida mudança de estratégia.



Figuras 96: Site da revista, onde a marca, a mesma desde os anos 80, é seguida por uma *tagline* e o link para página do Instagram (fonte: a autora, captura de telas de <http://www.colors magazine.com/> em março de 2020)



Figura 97: Pagina da revista Colors na rede social Facebook. Os posts já funcionam como pequenas matérias (fonte: a autora, captura de telas de @colors magazine em junho de 2019)

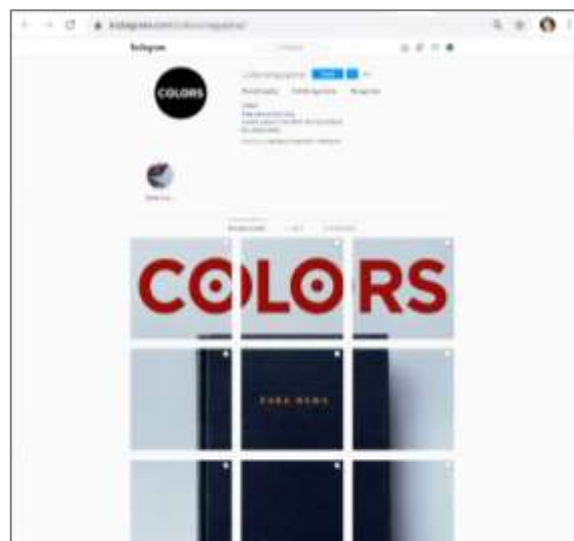
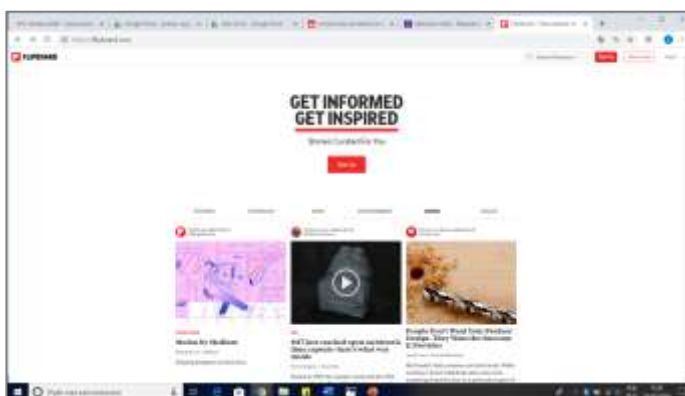
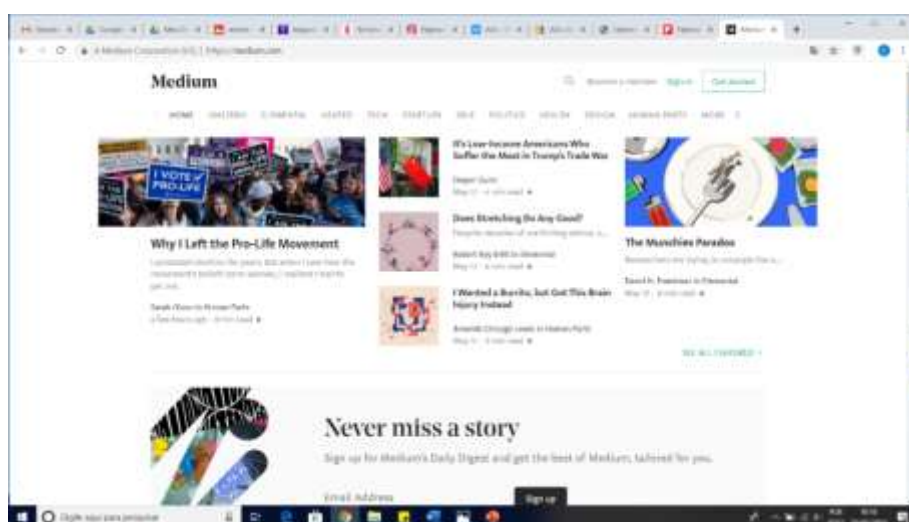


Figura 98: Os posts da revista Colors no Instagram funcionam como matérias. Vão se juntando e formam uma espécie de capa de edição no *Feed* do perfil após 12 publicações (fonte: a autora, captura de telas de <https://www.instagram.com/colors magazine/> em março de 2020)

Ainda destaco um outro tipo de produto digital, que são as “revistas sociais”. São espaços (sites e aplicativos) que reúnem conteúdos diversos. São pioneiros: Flipboard (em pleno funcionamento) e AOL Editions (aplicativo lançado em 2011). Outro exemplo em alta: Medium.com. Esses espaços virtuais privilegiam e facilitam o compartilhamento (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, etc.) e fazem uma curadoria de assuntos de acordo com os interesses do leitor (newsletter na caixa de e-mail, notificações de aplicativo, entre outros). São também espaços de auto-publicação.



Figuras 99 e 100: Site Flipboard.com, e aplicativo, coletando matérias de portais, revistas e jornais por temas, de acordo com interesse de leitores.



Figuras 101: Site Medium.com, coletando matérias de autores diversos por temas, de acordo com interesse de leitores.

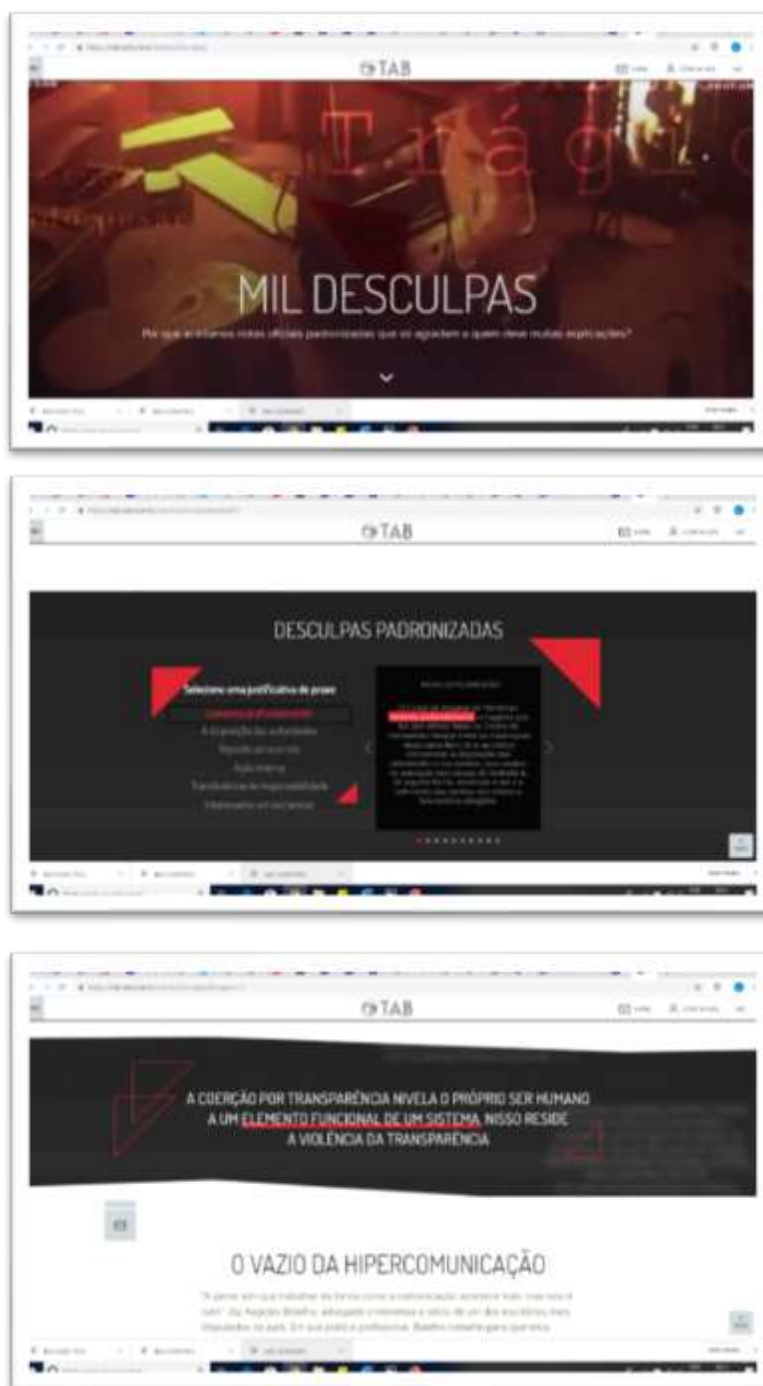
E, por último, um outro formato que vem sendo replicado e que se exemplifica numa produção brasileira. Desde 2015 *online*, uma experiência inovadora foi posta pela “revista” TAB, do grupo UOL, que se conceitua apenas como um conteúdo periódico *online*.

O texto de lançamento do produto definia (já fora do ar):

“TAB é um conteúdo produzido semanalmente pela equipe do UOL. Nossa missão é entregar uma experiência única e interativa com conteúdo de alta qualidade, em

formatos inovadores e com total independência editorial. TAB só é possível por causa do patrocínio de algumas marcas, que também acreditam em conteúdo de qualidade.”

Uma única matéria se apresenta na semana, longa, profunda e diversa. As diferentes linguagens são exploradas em prol da informação: texto, fotos, vídeos, *gifs*, infografia interativa, animações, gamificação, *squises*. O produto sofreu algumas alterações, foi incorporado a um site-portal próprio, mas as edições de matérias únicas continuam sendo sua característica principal.



Figuras 102 a 104: Telas de edição da TAB Uol, onde uma matéria única, de rolagem vertical, traz linguagem multimídia diversa (fonte: <http://tab.uol.com.br>).

Apresentarei um último conceito, transmídia, muito em alta entre os pesquisadores da comunicação. Apenas me aproprio pensando em projetos de design. Segundo Martino (2015), “(...) uma narrativa transmídia é uma história que se desdobra em várias plataformas e formatos, cada uma delas trabalhando em sua própria linguagem e acrescentando elementos novos ao conjunto da história”.

Conteúdos e narrativas aparecem em produtos diversos, não simplesmente replicados em diferentes telas, mas desdobrados em diferentes suportes, que podem ser físicos e digitais, lúdicos ou utilitários. Produtos de comunicação, de entretenimento, visuais, sonoros, objetos, de moda, todo um conjunto pode ser construído a partir da mesma linha narrativa, unindo arte, comunicação e design.

Há uma multiplicidade de discursos possíveis sobre o conceito, forjado inicialmente por Jenkins (2009) e hoje presente em diferentes áreas, como o desenvolvimento de redes de produtos de consumo, mas também a comunicação jornalística, ações de educação e engajamento social (ALZAMORA & TÁRCIA, 2018)

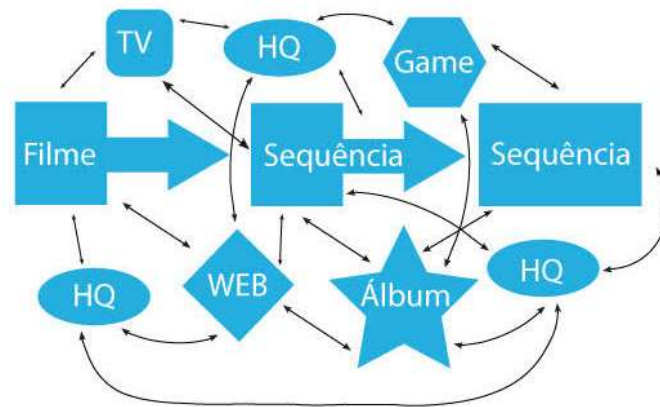


Figura 105: Exemplo de processo transmídia. Os produtos se relacionam, se ligam, mas mantêm ao mesmo tempo uma autonomia. Fonte: <http://zumbistransmidia.blogspot.com/2011/11/o-que-e-transmidia.html>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Revisitar minha própria produção foi uma experiência gratificante, reveladora e desafiadora.

Gratificante por me levar a tantas lembranças, mesmo aquelas difíceis, como o sacrifício de buscar um título, exigindo empenho, abnegação de momentos em família, desgaste físico e mental, ou mesmo perdas, como de um parceiro de projetos, quando eu estava fora do país. Sacrifícios levam a desafios superados. Vencer a insegurança do “como faço agora? Sou mesmo capaz?” Lembranças de pessoas queridas, que nos colocaram para cima, para frente, reconheceram nosso trabalho, alunos que viraram grandes profissionais, alunos que viraram amigos, colegas que viraram parceiros.

A revelação dessa experiência é o próprio processo de me autoconhecer como profissional. A revelação de que, mesmo pensando em uma carreira já longa, em quase 25 anos de docência, errei muitas vezes, aprendo todos os dias, mas continuo disposta e disponível à docência e à pesquisa.

E o desafio é viver a docência num mundo novo. As gerações não duram mais décadas, elas passam em um pequeno punhado de anos. Tempo e espaço, sólidos conceitos onde firmávamos nossos pés, são palavras que se reinventam em um “aqui e agora” pelas redes. O desafio é a disposição em entender, comunicar e se reinventar nesse tempo, mantendo, porém, da experiência aqui registrada, a vontade de aprender, ensinar e descobrir, sempre. E sempre de uma forma humana e inclusiva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramovich, F. (1989). *Literatura Infantil: gostosuras e bobices*. São Paulo: Scipione.
- Adorno, T., Benjamin, W., Herbermas, J., Horkheimer, M. (1989). *Textos Escolhidos - Coleção Os Pensadores*. São Paulo: Editora Abril.
- Alzamora, G., Tárzia, L. (2018) *Diálogos entre transativismo, comunicação de interesse público e educação*. In Braighi, A., Lessa, C., Câmara, M. Interfaces do midiativismo: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG
- Ambrose, G., Harris, P. (2009). *Fundamentos de Design Criativo*. Porto Alegre: Bookman.
- Andrade Neto, M. L. (2016). *Projeto gráfico de livros didáticos da educação de jovens e adultos: análise sob a perspectiva dos docentes de escolas de Bauru (SP) e de Avaré (SP)*. tese, Universidade Estadual Paulista - Unesp, programa de Pós Graduação em Design - FAAC, Bauru.
- Andrade Neto, M. L.; Landim, P. C. ; Domiciano, C. L. C. (2015) *Tecnologia de ensino e o design instrucional: um breve histórico da produção do livro didático brasileiro*. In: MENEZES, M. S.; PASCHOARELLI, L. C.. (Org.). Design: Perspectivas. Bauru: Canal 6, p. 79-98.
- Andrade Neto, M. L.; Pizarro, C. V. ; Landim, P. C. ; Domiciano, C. L. C. (2014) Design e ensino : análise das imagens do caderno cultura e trabalho da educação de jovens e adultos. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. p. 1504-1514.
- Armstrong, H. (2015). *Teoria do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- Arnheim, R. (1980). *Arte e percepção visual*. São Paulo: Pioneira.
- Bravin, V., Domiciano, C. L. (2014). Design Editorial para crianças: abstração e tridimensionalidade. *Atas do 3o CIDAG - Conderência Internacional de Design e Artes Gráficas*. Tomar.
- Benjamin, W. (2018). *A Obra De Arte Na Era De Sua Reprodutibilidade Técnica*. São Paulo: L&PM.
- Bomery, M. H. (2012). *O panorama do design gráfico contemporâneo: a construção, a desconstrução e a nova ordem*. São Paulo: Editora Senac.
- Bonsiepe, G. (1997). *Do material ao digital*. Florianópolis: SEBRAE - SC.
- Camargo, & Luís. (1995). *Ilustração no Livro Infantil*. Belo Horizonte: Editora Lê.
- Chartier, R. (1996). *Práticas de Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Chartier, R. (1999). *A aventura do livro do leitor ao navegador* (2 ed.). São Paulo: Editora Unesp.
- Collomer, T. (2002). *Siete Llaves para valorizar las histórias infantiles*. Madrid: Funcación German Sánchez Ruipérez.
- Coquet, E. (2000). *A Narrativa Gráfica. Uma estratégia de comunicação de crianças e adultos*. Braga, PT: Centro de estudos da Criança - UM.

- Coquet, E. (2004). Eu gosto dessa porque tem uma menina com neve na cabeça. *Solta Palavra*(6).
- Cordón-García, J.-A. (2017). Más vale quintaesencias que fárragos: adelgazamiento textual en el contexto de la economía de la atención y la edición digital. *Anuario ThinkEPI*, 11, 159-166. doi:<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.29>
- Couchot, E. (1993). Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração. Em A. Parent, *Imagem Máquina, a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Domiciano, C. L. (1998). *A programação Visual e a Editoração Eletrônica*. Dissertação, Universidade Estadual Paulista - Unesp, Bauru.
- Domiciano, C. L. (2008). *Livros Infantis sem texto: dos Pré-livros aos livros ilustrados*. Tese, Universidade do Minho, Instituto de Estudos da Criança, Braga-PT.
- Domiciano, C. L. (2009). Da ilustração ao texto visual no livro infantil. *Revista Educação Gráfica*, 13(2), 45-67.
- Domiciano, C. L. (2010). Livro e Design: convergências no livro infantil. Em Silva, J.C.P et al., *Ensaio em Design. Arte, ciência e tecnologia*. Bauru: Canal 6.
- Domiciano, C. L. (2011). O legado do design moderno e pós-moderno no projeto de revistas contemporâneas: experiências didáticas. *Anais do 5o Congresso Internacional de Design da Informação*. Florianópolis: Universidade federal de Santa Catarina.
- Domiciano, C. L. (2011). Pré-livro: projeto experimental para designers em formação. Em Silva, J.C.P et al. *Ensaio em Design: Ensino e produção do conhecimento*. Bauru: Canal 6.
- Domiciano, C. L. (2012). Produção Gráfica. Dos primeiros sistemas de reprodução às linguagens digitais. Em Silva, J.C.P et al. *Ensaio em Design. Produção e Diversidade*. Bauru: Canal 6.
- Domiciano, C. L. (2012). Produção Gráfica. Dos sistemas de reprodução às linguagens digitais. Em Henriques, F. et al. *Ensaio em Design. Produção e diversidade*. Bauru: Canal 6.
- Domiciano, C. L. (2013). Design Editorial na contemporaneidade: revistas impressas e digitais. Em Menezes, M.; Moura M. *Rumos da pesquisa no design contemporâneo: relações tecnologia X humanidades*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Domiciano, C. L. (2014). Design Gráfico Contemporâneo. Estudo de caso: produção discente da Unesp. Em A. Andrade, C. Domiciano, C. Goya, D. Rossi, F. Medola, F. Henriques, . . . T. Barata, *Ensaio em Design. Práticas interdisciplinares*. Bauru: Canal 6.
- Domiciano, C. L., Henriques, F., Ferrari, D. V., & Crenite, P. d. (2016). Design para pessoas: o caráter social e inclusivo do Design Gráfico por meio de experiências em pesquisas e projetos. Em A. Andrade, C. Domiciano, D. Rossi, F. Medola, F. Henriques, J. Silva, . . . T. Barata, *Ensaio em Design. Ações Inovadoras* (pp. 238-265). Bauru: Editora canal 6.
- Domiciano, C. L., Silva, C. H., & Lira, V. F. (2014). A criação do pré-livro A Fantástica Viagem do Sgt Pimenta e sua banda. *3a CIDAG - Conferência Internacional de Design e Artes Gráficas*. Tomar - PT: Universidade de Tomar.
- Dondis, D. A. (1991). *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes.

- Duborgel, B. (1992). *Imaginário e Pedagogia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Furtado, J. A. (2000). *Os Livros e as Leituras. Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras.
- Haslan, A. (2007). *O livro e o designer II. Como criar e produzir livros*. São Paulo: Rosari.
- Helfant, J. (2001). A desmaterialização do espaço na tela. Em H. (. Armstrong, *Teorias do Design Gráfico* (pp. 147-155). São Paulo: Cosac Naify.
- Heller, S. (2008). O mainstream alternativo. Em H. (. Armstrong, *Teoria do Design Gráfico* (pp. 116-122). São Paulo: Cosac Naify.
- Hendel, R. (2003). *O Design do Livro*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Homem de Melo, C. (2006). *Design gráfico brasileiro: anos 60*. São Paulo: Cosac Naify.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph.
- Laura, S., & Machado, R. (1986). *A criança e o livro: guia prático de estímulo à leitura*. São Paulo: Ática.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2008). *Novos Fundamentos Do Design*. São Paulo: Cosac Naify.
- Martino, L. M. (2015). *Teoria das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes* (2a ed.). São Paulo: Editora Vozes.
- McLuhan, M. (1972). *A Galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Companhia Editora Nacional - USP.
- Meggs, P. B. (2009). *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- Melo, C. H., & Ramos, E. (2012). *Linha do tempo do Design Gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify.
- MEDINA, C; MACHADO, T.K.; JACOB, R.T.S.; DOMICIANO, C.L.C. (2019) Information Design and Infography: contributions to enhance audiologists through digital educational material. In: Luciane Maria Fadel, José Guilherme Santa Rosa, Cristina Portugal. (Org.). Selected Readings of the 8th Information Design International Conference Information Design: Memories. São Paulo: Editora Blucher, p. 51-70.
- MEDINA, C.; DOMICIANO, C.L.C. ; LANDIM, P. C. ; MEDOLA, F. O. (2018). LA CAPA DE PAPEL: como roubar a atenção do observador em manuais instrucionais para educação em saúde. INFODESIGN (SBDI. ONLINE), v. 15, p. 229-246
- MEDINA, C.; DOMICIANO, C.L.C. ; PASCHOARELLI, L. C. ; MEDOLA, F. O.(2018) Contribuições do Design Gráfico na sua elaboração de Manual de instrução para uso de cadeiras de rodas motorizadas. In: Fausto Orsi Medola; Luis Carlos Paschoarelli. (Org.). Tecnologia Assistiva: Pesquisa e Conhecimento II. 1ed.Bauru: Canal 6, p. 261-271.
- MEDINA, C.; FERRARI, D.V; DOMICIANO, C.L.C. (2017) Manual instrucional para próteses auditivas: aplicando o Design da Informação em projeto e análise. In: 8º Congresso Internacional de Design da Informação / 8º Congresso Nacional de Iniciação Científica em design da informação, 2018, Natal. Blucher Design Proceedings. São Paulo: Blucher Proceedings, p. 197-210.
- MEDINA, C.; FERRARI, D.V; DOMICIANO, C.L.C. (2017). A evolução dos manuais de instrução das próteses auditivas sob a perspectiva do design. In: 7th Information Design

- International Conference, 2015, Brasília. Proceedings of the 7th Information Design International Conference, 2015. v. 2. p. 1407-1417.
- MEDINA, C.; FERRARI, D.V. ; DOMICIANO, C.L.C. (2017). Hearing aids? manual: applying Information design in design and analysis. In: 8th Information Design International Conference, 2017, Natal RN. Anais / Research Abstracts of the 8th Information Design International Conference. Natal RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte. II. Título C, p. 32-32.
- MEDINA, C.; ALVES, T.K.M; JACOB, R. T. S; DOMICIANO, C.L.C. (2017) Contributions of the infography to the training of professionals that deal with students users of FM system. In: 8th Information Design International Conference, 2017, Natal RN. Anais / Research Abstracts of the 8 th information Design International. Natal RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte. p. 42-42.
- Munari, B. (1981). *Das coisas Nascem Coisas*. Lisboa: Edições 70.
- Poynor, R. (2010). *Abaixo as regras. Design gráfico e pós-modernismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Ribeiro, M. (1987). *Planejamento Visual Gráfico - 2a ed. Revista e Ampliada*. Brasília: Linha.
- Salaverria, R. (2014). Multimedialidade: inormar para os cinco sentidos. Em J. Canavilhas, *Webjornalismo. 7 características que marcam diferença*. Covilhã, PT: Labcom Books.
- Samara, T. (2007). *Grid. Construção e Desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify.
- Samara, T. (2011). *Elementos do design Editorial*. Porto Alegre: Bookman.
- Silva, C. H., Lira, V. F., & Domiciano, C. L. (2014). Livro Infantil Alternativo A Fantástica Viagem do Sgt Pimenta e sua banda. *Atas do 11o P&D Design*. São Paulo: Blucher.
- Vilas Boas, A. (1998). *Utopia e disciplina*. Rio de janeiro: Editora 2AB.
- Werneck, R. Y. (1986). A importância da imagem nos livros. Em L. Sandroni, & R. Machado, *A criança e o livro: guia prático de estímulo à leitura*. São Paulo: Ática.
- Zaninotti, D. C., & Domiciano, C. L. (2012). Livro Digital Interativo. Uma experiência projetual. *2o Cidag - Conferência Internacional de Design e Artes Gráficas*. Tomar: Universidade de Tomar.
- Zugliani, J., Moura, M., & Domiciano, C. L. (2019). Influências e Motivações do Objeto Editorial Experimental Contemporâneo. *em submissão*.

ANEXOS

Nestes anexos apresento a íntegra de algumas das produções que nortearam esse texto. Apenas uma parte delas está aqui, porém toda a produção citada está nas referências bibliográficas.

Minha produção completa, que aborda outros temas que não estes aqui discutidos, pode ser verificada no memorial e demais documentos anexos que fazem parte desse processo.

A seguir, encontram-se:

ANEXO 01

Domiciano, C. L. (2012). Produção Gráfica. Dos sistemas de reprodução às linguagens digitais. In F. Henriques et al. *Ensaio em Design. Produção e diversidade*. Bauru: Canal 6.

ANEXO 02

Domiciano, C. L. (2010). Livro e Design: convergências no livro infantil. In Silva, J.C.P. et al. *Ensaio em Design. Arte, ciência e tecnologia*. Bauru: Canal 6.

ANEXO 03

Domiciano, C. L. (2011). Pré-livro: projeto experimental para designers em formação. Em In Silva, J.C.P. et al. *Ensaio em Design: Ensino e produção do conhecimento*. Bauru: Canal 6.

ANEXO 4

Domiciano, C. L. (2009). Da ilustração ao texto visual no livro infantil. *Revista Educação Gráfica*, 13(2), 45-67.

ANEXO 5

Domiciano, C. L., Henriques, F., Ferrari, D. V., & Crenite, P. d. (2016). Design para pessoas: o caráter social e inclusivo do Design Gráfico por meio de experiências em pesquisas e projetos. Em Andrade, A.B.P et al. *Ensaio em Design. Ações Inovadoras* (pp. 238-265). Bauru: Editora canal 6.

ANEXO 6

Domiciano, C. L. (2014). Design Gráfico Contemporâneo. Estudo de caso: produção discente da Unesp. Em Andrade, A.B.P et al. *Ensaio em Design. Práticas interdisciplinares*. Bauru: Canal 6.

ANEXO 7

Domiciano, C. L. (2013). Design Editorial na contemporaneidade: revistas impressas e digitais. Em Menezes, M.; Moura, M. *Rumos da pesquisa no design contemporâneo: relações tecnologia X humanidades*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

OBS: quase todos os anexos correspondem à capítulos de livros da coleção Ensaio em Design, da qual participo também como produtora editorial. Nos capítulos dessa coleção, impressa e digital, costumo publicar textos de síntese, ideias mais autorais ou reflexões sobre fases importantes das minhas pesquisas. A coleção pode ser encontrada online em www.canal6/ensaio. Textos mais específicos se encontram nas demais produções, citadas aqui ou apresentadas em memorial.

APOIOS



Cassia Leticia Carrara
Domiciano



PRODUÇÃO GRÁFICA

Dos primeiros sistemas de reprodução às linguagens digitais

Sempre fui apaixonada pela história das coisas que me fascinam. Perceber as relações entre os fatos, entre o passado e o hoje, acompanhar as mudanças, os revivals. Essas histórias ajudam a fazer e a entender o design contemporâneo, onde não se descarta a informação passada, mas muitas vezes se recicla, transforma, redesenha, reorganiza.

Uma das minhas fascinações são as artes gráficas. Comecei fazendo pastups aos 15 anos, muita fotocomposição, cola, régua e esquadros, canetas-nanquim, estiletes, letreset. A imagem traduzida em pontos, fios e traços. Hoje leciono produção gráfica e projeto e nenhuma turma de alunos “escapa” das minhas aulas de “história”... História coletada aqui e ali, nos livros, na experiência didática, registrada em slides, transparências, ppt, pdf, disseminada em apostilas fotocopiadas, arquivos em CD, postagem na Net e agora – finalmente – publicada em livro, o primeiro produto gráfico reproduzido por Gutenberg!

(...)

Agradecimentos:

Esta pesquisa foi iniciada nos meados dos anos 90, com a orientação do Professor José Carlos Plácido da Silva, para minha tese de mestrado. Porém meu interesse pela história dos meios de reprodução começou bem antes, nas aulas de história da arte ministradas pelas professoras Janira Fainer Bastos e Cleide Costa Santos Biancardi. Agradeço aos três queridos mestres. À professora Cleide, em especial, meu duplo agradecimento, pois além de me contagiar com sua própria paixão pela história, também me incentivou a ampliar esse texto e publicá-lo de uma forma mais completa depois de tantos anos! Obrigada!

INTRODUÇÃO

Desde o que chamamos de pré-história o homem utiliza-se das imagens. Através de desenhos, pinturas e esculturas a raça humana registrou crenças, ritos, costumes, fatos ou simplesmente expressou pensamentos e sentimentos. Os registros visuais cumpriram seu papel de representar o mundo, os artistas de cada tempo transformaram em traços ou moldaram em pedras, barro e metal o que viam e, principalmente, o que idealizou seu povo, seu governo ou seus pensadores.

Com o tempo, as linguagens de expressão visual multiplicaram-se e diversificaram-se em formas e suportes. Além dos artesãos, escultores e pintores, outros “profissionais” passaram a criar e manipular imagens, como os designers. Muitos fatos foram relevantes para que tais transformações na cena das representações pudessem acontecer. Alguns deles encontram-se resumidos como mudanças técnicas na produção, e principalmente reprodução, das imagens. A evolução da técnica, porém, não só resolveu problemas práticos do artista como também lhe abriu novos caminhos e lhe ampliou a visão. Arte e técnica harmonizaram-se no fazer, conflitando apenas na teorização de alguns filósofos. Vale lembrar que estas evoluções técnicas, bem como a própria história da arte, foram fruto de mudanças sociais, econômicas e culturais. Resumimos a seguir parte dessa história, focando também a influência das evoluções técnicas em algumas mudanças estéticas.

Para facilitar a compreensão do recorte adotado, optou-se por dividir a história da evolução da imagem em dois períodos, conforme gráfico abaixo. Após o final do primeiro período, nosso enfoque será a imagem reproduzida.

Primeiro período IMAGEM ÚNICA				Segundo período REPRODUTIBILIDADE	
Pré História	Idade Antiga	Idade Clássica	Idade Média	Idade Moderna	Idade Contemporânea
	Escrita aprox. 5000 a.C.	Grécia e Roma 1600 a.C.	Queda de Roma 476 d.C.	Queda de Constantinopla 1453 d.C. (Renascimento)	Revolução Francesa 1789 (Rev. Industrial)

ANTES DA REPRODUTIBILIDADE: A IMAGEM ÚNICA

Chamamos de “primeiro período” a história da imagem desde a Pré-História até o Renascimento, aproximadamente.¹

Apesar das grandes diferenças existentes entre os vários períodos históricos aí contidos, diferenças estas não só na história dos fatos, mas também das artes, pode-se salientar alguns pontos comuns entre a produção visual destas várias épocas. Uma delas é a questão da representação.

Acredita-se que na Pré-História a imagem tinha um sentido ritualista e místico (figura 1). Os desenhos feitos não se encontravam expostos, mas sim em cavernas, locais escuros e inclusos. Eles não teriam uma finalidade estética e sim mágica. O ato de representar para o homem pré-histórico simbolizava a concretização de seus anseios: desenhar um animal, por exemplo, seria uma evocação do animal real, uma forma de possuí-lo (Hauser, 1982).

Também nos períodos Antigo e Clássico da história, onde viveram grandes civilizações como os egípcios, mesopotâmicos e, posteriormente, os gregos e romanos, fica evidente a função representativa atribuída à arte. Cada povo e época possuíam seus cânones do desenho e da representação, porém o uso da imagem como meio de registro e figuração da história é o mais evidente. Das artes monumentais destes períodos passa-se à Idade Média, tempo distinto dos anteriores. O contato com o universo da arte e da cultura viu-se restrito a uma minoria: os senhores feudais e a igreja Católica Apostólica Romana. Assim, neste período, a religião dominou todo universo da arte no mundo ocidental. Novos estilos imperavam na produção das imagens, porém estas ainda propunham-se a representar, mesmo que tais representações servissem às doutrinas e ideias da época.

Além da função de representar, a imagem tinha ainda outra característica muito importante: era única. Podia ser até copiada, mas não reproduzida. Existia sobre ela a chamada “aura”, um distanciamento entre a obra e o público, o que fazia dela algo cultural e singular.²

Com o surgimento das cidades nos finais da Idade Média, levantou-se também um novo e enriquecido grupo social, conhecido como Burguesia, o qual tomou o controle econômico e, conseqüentemente, o poder. Chega-se à época do Renascimento, fase de grandes mudanças sociais e culturais, onde as artes, antes subjugadas principalmente pelo clero, foram retomadas pela sociedade, mais elitista e profana. Uma arte baseada na obra única continuava a ser realizada. Porém, crescia a necessidade de divulgação de

1 Esta classificação foi cunhada a partir do livro de Joan A. Ramires, *Medios de Masas e História del Arte* (1981), um excelente texto que, em parte, versa sobre a densificação iconográfica na história do homem ocidental. Também já foi por mim publicada em Domiciano&Silva, 2000.



Figura 1 Pintura de animais na caverna de Lascaux, França, com data entre 15000 e 10000 anos a.c. (fonte: Harris, 1974)

2 BENJAMIN (1989), p.17-30.

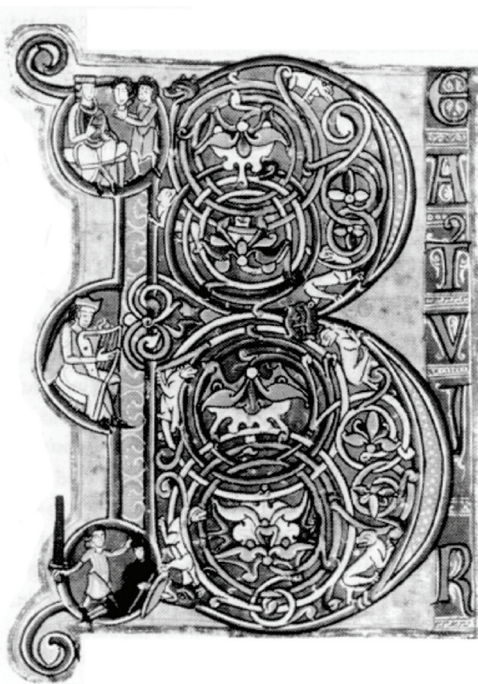


Figura 2 Iluminura-capitular do Saltério da Abadia de Westminster, Inglaterra (fonte: Satué, 1993)

3 RIBEIRO (1987), p 43.

4 McLuhan (1964)

novas idéias e informações (atreladas, é claro, aos interesses da nova classe) e do acesso ao que antes estivera nas mãos da igreja. Era necessário o desenvolvimento de outra via de produção de imagens, não mais obras únicas, mas reproduzidas.

É esta a fase onde se dá a transição para o segundo período a ser abordado: a época da reprodutibilidade técnica da imagem. Este termo, usado por Walter Benjamin (1989), nomeia um período de extrema importância na história da imagem, um período de rupturas, de mudanças no olhar sobre a obra de arte.

A REPRODUTIBILIDADE DA IMAGEM

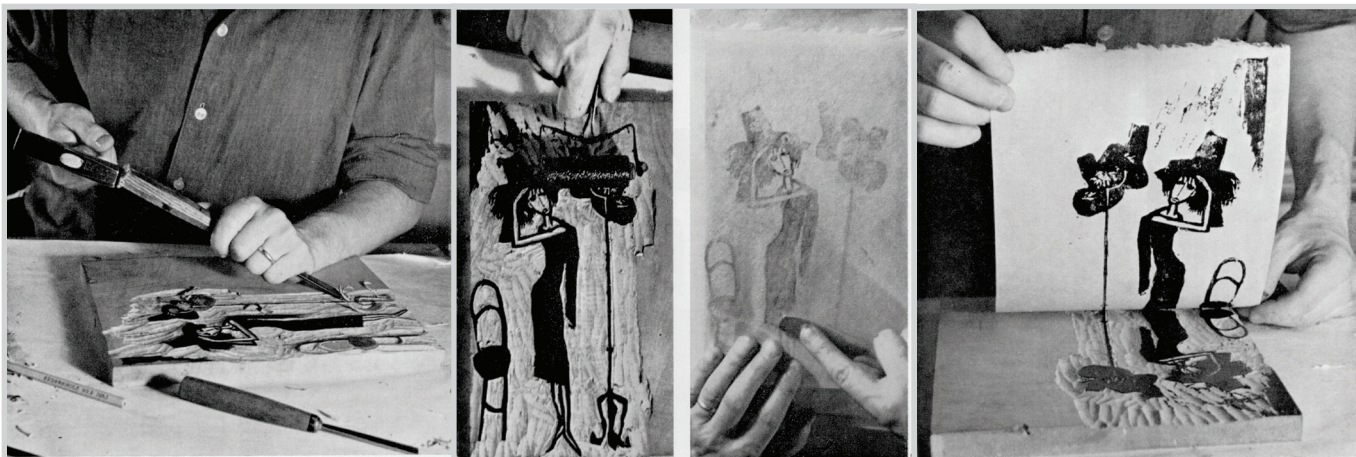
Séculos XIV e XV

No período da Idade Média já existia um tipo de “reprodução”: o trabalho dos copistas (geralmente monges), cuja função era copiar textos e “criar” imagens para ilustrá-los. Essas imagens e textos eram feitos um a um e, mesmo se tratando de cópias, nunca eram exatamente iguais (figura 2).

Com o aparecimento e crescimento do poder econômico dos burgueses, a necessidade de uma maior quantidade de textos e imagens aumentou. Assim, o trabalho dos copistas já não era mais suficiente³. O processo usado para as primeiras reproduções de imagens e textos, visando suprir esta demanda, foi a xilografia. Na verdade os princípios deste processo já existiam há muitos anos, sendo usados na China para imprimir selos e no Egito para estampar roupas. A xilografia consiste na gravação da imagem a ser impressa em um bloco de madeira, através de um verdadeiro trabalho de escultura, onde a área de contra-imagem é rebaixada e deixa-se em relevo o desenho em si. O produto obtido do processo chama-se xilogravura.

As primeiras xilogravuras consistiam em imagens ilustrativas e geralmente continham pequenos textos, por serem estes de difícil e delicada gravação. O desenho das letras usadas era rebuscado e ainda não adaptado ao novo meio de impressão (figuras 3, 4 e 5).

Era comum dar-se um tratamento posterior às xilogravuras, aplicando-se cor aos rústicos traços conseguidos pela nova técnica. Estes primeiros trabalhos remontam do século XIV (figura 6), embora seja difícil precisar datas, pois os impressos produzidos não foram preservados pelos “eruditos” da época⁴.



Figuras 3,4 e 5 Processo de impressão xilográfica: entalhe, entintamento e impressão (fonte: Brunner, 1972)

A xilografia permitiu o início do processo de popularização, ainda que bem restrito, das imagens. Muitos artistas usaram da nova técnica para levar seu trabalho além dos palácios. Tal fato pode ser exemplificado na obra de Albrecht Dürer (1471 - 1528), pintor renascentista que também trabalhou como gravador e ilustrador de livros⁵ (figuras 7).

Pelo princípio do auto-relevo xilográfico, uma nova técnica foi criada, essa sim, revolucionando a história: a tipografia. Considera-se 1450 o ano de sua invenção, com o uso de tipos móveis em metal para a impressão de textos. Apesar de existirem controvérsias quanto ao inventor da imprensa, todos sabem que o alemão John Gutenberg sagrou-se como o idealizador do processo. Ele fez suas primeiras experiências usando tipos móveis em madeira. As letras eram esculpidas individualmente no material e posteriormente unidas para a formação das palavras e linhas. Assim, as mesmas letras poderiam ser usadas para a impressão de textos diferentes. Os tipos de madeira, no entanto, não ofereciam resistência a muitas impressões. Em 1450 a madeira foi substituída pelo metal, o que trouxe ao processo definição e expansão. Essa evolução foi mais do que uma nova técnica.

“a impressão por meio de tipos móveis foi a primeira mecanização de um artesanato complexo, tornando-se o arquiteto de todas as mecanizações subsequentes (...). A explosão tipográfica estendeu as mentes e as vozes dos homens para reconstituir o diálogo humano numa escala mundial que atravessou os séculos.” (McLuhan, 1964)



Figura 6 Xilogravura do século XIV: São Cristóvão (fonte: Satué, 1993)

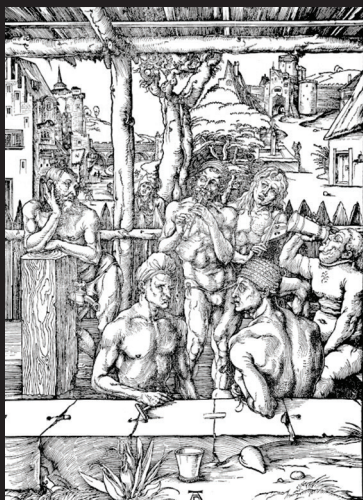


Figura 7 Xilogravura de Albrecht Dürer, ano aproximado de 1498 (fonte: Brunner, 1972)

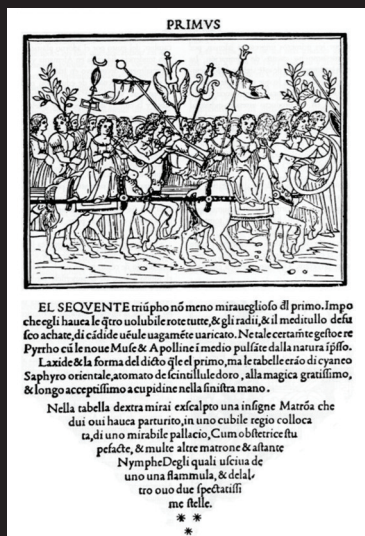


Figura 8 Página de livro editado por Aldo Manuzio, "Hypnerotomachia Poliphili": xilo com tipografia, 1499 (fonte: Satué, 1993)

O princípio xilográfico do alto relevo continuava presente na tipografia. Tal fato fez com que estes dois processos, tipografia e xilografia, andassem juntos para a obtenção de imagem e texto até o início do século XVI (figura 8). Vale ressaltar que a qualidade dos primeiros trabalhos impressos distanciava-se, e muito, dos belos livros ilustrados pelos copistas com suas iluminuras. Como comenta Macluhan:

"A tipografia (...); mal compreendida e mal aplicada, não era raro que o comprador de um livro impresso o levasse a um copista para copiá-lo e ilustrá-lo." (McLUHAN, 1964)

Séculos XVI e XVII

Enquanto a tipografia crescia como processo de impressão de textos, só sendo substituída por outros meios no século XX, a xilografia era, nos séculos XVI e XVII, substituída por outro importante meio de reprodução de imagem: a gravação em metal, também chamada calcografia.

A xilografia apresentava para as imagens os mesmos problemas que os primeiros tipos de madeira: falta de resistência a muitas impressões. O metal trazia, além da alta resistência, a vantagem de ter um processo de gravação simples, se comparado à xilografia.

Na primeira forma de gravação em metal usava-se uma ponta cortante (buril), que criava na chapa um sulco, registrando o desenho (figura 9). A tinta era aplicada à chapa e depois raspada, só permanecendo nestes sulcos. Depois disso, era transferida para o papel.

Mas o processo de gravar-se em metal começou efetivamente a expandir-se com a chamada ponta seca. As rebarbas deixadas pela incisão na placa metálica eram neste método trabalhadas como efeito, dando ao traço impresso as "falhas" comuns aos trabalhos feitos a mão. Este fato revela a grande preocupação dos períodos iniciais dos meios de reprodução de imitar a arte e reforça a evidência da influência das artes nas evoluções técnicas, ao mesmo tempo que tais evoluções interferem e influenciam a arte. A ponta seca foi muito usada no início do século XVI. Alguns artistas também fizeram uso deste processo, criando uma arte mais popular.

Entretanto, o processo mais importante de gravação em metal só passou a ser utilizado efetivamente no final do século XVI. Era a chamada água-forte. Efeitos até então não conseguidos com processos de reprodução passaram a inserir-se nas imagens

graças a este novo processo. A prancha de metal era recoberta por um verniz antiácido. O desenho era feito sobre este verniz, e não mais diretamente no metal. Como nas áreas de imagem o verniz era retirado, o metal ficava desprotegido. A placa era então mergulhada em ácido. As áreas de imagem, desvernizadas, eram corroídas, o que gerava o sulco para receber a tinta na impressão. O ato de desenhar tornava-se mais fácil e livre. Com variações na quantidade de verniz e ácido, podia-se controlar a menor ou maior corrosão do metal, gerando-se diferentes profundidades de sulcos e, consequentemente, diferentes tons na impressão, o que veio a enriquecer o nível das imagens reproduzidas. O processo da água-forte perpetua-se até hoje como técnica artística. Muitos artistas a partir do século XVII empregaram-na. É também considerado o princípio básico de um importante processo de impressão criado no século XX e muito usado até hoje, a rotogravura.

Na metade do século XVII (aproximadamente 1642) surgiu outro processo de gravação em metal, também muito rico em resultados na reprodução de diferentes tons. Era a meia-tinta. A chapa de metal era esfoliada antes da gravação, quer regular (com um padrão de formas específico, como por exemplo, hachuras) ou irregularmente, tornando o metal áspero (figura 11). Após a texturização, poliam-se e rebaixavam-se determinadas áreas da prancha, conseguindo-se regiões de traço, cores chapadas e áreas de contra-grafismo (as mais elevadas). As texturas da chapa originavam diferentes tons na impressão, como observado na figura 12.

O princípio do alto relevo, básico na xilografia e na tipografia, foi, na gravação em metal, substituído pelo baixo relevo. Este fato não permitiu mais que os textos (tipográficos) e as imagens (calcográficas) fossem impressos conjuntamente. Apesar deste fator, os novos processos de reprodução de imagem dos séculos XVI e XVII contribuíram para o grande sucesso de novos meios de comunicação, que iniciaram seu desenvolvimento no período. Aos poucos os periódicos tornavam-se cada vez mais populares. O primeiro jornal ilustrado tem data de 1605 (Nieuwe Tijdingen, em Amsterdã) e sua publicação perdurou até 1629.

No decorrer do século XVII, o número de “imagens por indivíduo” (RAMIRES, 1981) crescia quase tão rapidamente quanto crescia a população nas cidades européias.

“Com la aparición de las sociedades y de una industria subordinada a ellas (...), se crean las condiciones necesarias para una multiplicación del número de imágenes y para su diversificación competitiva.” (RAMIRES, 1981)

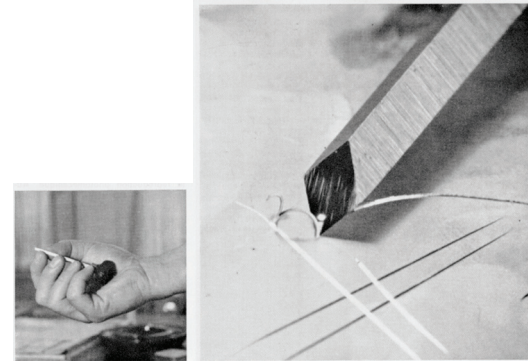


Figura 9 Técnica de gravação em metal com buril: instrumento e entalhe (fonte: Brunner, 1972)

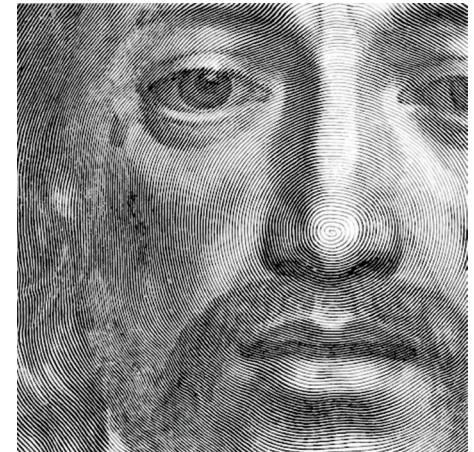


Figura 10 Gravura à buril de Claude Mellan (1598 – 1688): Uma única espiral entalhada com diferentes espessuras e profundidade gera a imagem (fonte: Brunner, 1972)



Figura 11 Gravação na técnica de meia-tinta
(fonte: Brunner, 1972)



Figura 12 Meia-tinta de Rembrandt, século XVIII
(fonte: Brunner, 1972)

Devido à evolução do gravado e ao surgimento das novas técnicas de gravação que facilitaram e agilizaram a impressão das imagens, aumentou-se a quantidade de ilustrações em jornais e outros meios.

SÉCULO XVIII

No século XVIII iniciaram-se inúmeros processos históricos e técnicos que “explodiram” no XIX. Todas as técnicas anteriores também continuaram seu curso de desenvolvimento no referido período.

Não se pode deixar de contextualizar o momento. A formação das cidades, em consequência do desenvolvimento mercantil em que se vivia, culminaria na Revolução Industrial, um processo de transformações na vida européia como um todo. O crescimento iconográfico acelerava-se. Mudanças técnicas e históricas interagiam entre si.

A reprodução de imagens incrementava-se devido à expansão das técnicas de gravação e ao crescimento das publicações. O número de jornais multiplicava-se e a quantidade de imagens usadas era cada vez maior. Outro fator fundamental foi o crescimento da publicidade em jornais, fato fortemente ligado à nova sociedade emergente, baseada no dinheiro, uma semente do capitalismo futuro:

“La producción de imágenes se incrementa todavía más debido a dos factores concomitantes: por una parte, tenemos el consabido perfeccionamiento en las técnicas de grabado e impresión; de otro lado, la publicística se convierte en una actividad de transcendencia desconocida hasta el momento, alcanzando el periodismo (cada vez más ilustrado) una gran importancia como motor de importantes transformaciones históricas.”
(RAMIRES, 1981)

Para facilitar a utilização de imagens em jornais, sendo estas cada vez mais requeridas pelo público, fazia-se uso de um interessante método: os recursos. Eles consistiam em peças de madeira ou metal, previamente gravadas com imagens comuns a diversos fatos e “seções” da publicação. Tais ilustrações aproximam-se muito em seu uso dos pictogramas e símbolos utilizados hoje na comunicação visual. Além de usados nas matérias de jornais e revistas, os recursos também eram empregados na publicidade trazida por estes.

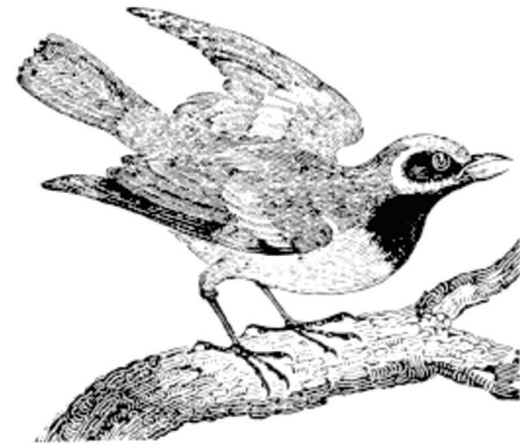
Em 1719, Jakob Christoph Le Blon (alemão) patenteou o gravado em metal a três cores. Pranchas entintadas com vermelho, amarelo e azul eram impressas sobrepostas. Porém, a gravação e o registro eram trabalhosos, o que não fez da técnica um grande sucesso. A intenção de imprimir-se em várias cores, entretanto, intensificava-se.

Nos meados de 1750 outra técnica de gravação em metal baseada na água-forte desenvolveu-se. Era a água-tinta (aguada). Variadas tonalidades de impressão eram obtidas por diferentes níveis de corrosão do metal com ácido. Alguns faziam a aplicação do ácido com pincéis, obtendo-se um resultado altamente artístico.

Em 1775 um importante fato no mundo da reprodutibilidade: o gravador inglês Thomas Bewick fez ressurgir a xilografia em um novo processo - o corte transversal (figura 13). A madeira passou a ser cortada na transversal (fibras perpendiculares à superfície), o que deu às gravações maior resistência. Estes novos gravados em madeira foram logo adotados pela imprensa. Afinal, a compatibilidade entre a xilo e a tipografia são evidentes: os dois processos baseiam-se no alto relevo, permitindo uma impressão imagem/texto simultânea. Isso não era possível com as gravações em metal (baixo relevo) usadas até então. Um maquinário de impressão foi desenvolvido para impressão de tipos em conjunto com imagens xilográficas: a primeira prensa feita totalmente em ferro fundido (1798), criada por Lord Stanhope e, posteriormente aperfeiçoada.

Porém, nenhum processo foi mais importante no século XVIII do que a litografia. Inventada aproximadamente em 1796 por Alois Senefelder, tal técnica trouxe possibilidades há muito procuradas na impressão. Senefelder era um músico tcheco e buscava uma forma prática de reproduzir suas partituras. Descobriu os princípios do processo litográfico quando desenhou com giz gorduroso sobre uma pedra porosa. Umedeceu-a, entintou-a e pressionou sobre ela papel (figuras 14 a 18). A princípio, a litografia era usada para a reprodução de textos e não se percebeu o potencial artístico do processo. Senefelder foi um divulgador de sua técnica, espalhando ateliês pelas principais cidades da Europa. No século seguinte, esta técnica expandiu-se e conquistou posição de suma importância na história dos meios de reprodução e comunicação. Um dos motivos para tal foi a própria aceitação do processo por “amadores”, e não apenas por impressores profissionais, uma vez que a técnica era bem mais acessível que os outros tipos de gravação:

“La facilidad de su empleo permitió “descentralizar” la producción de imagenes para el consumo masivo; el fenómeno del amateurismo no era possible con los otros procedimientos de grabado que requieren un “oficio” y una paciencia sólo permitidas al “profesional” (...).



Figuras 13 Xilografia de Thomas Bewick para o livro “History of British Birds” (fonte: Satué, 1993)

Así pues, en teoría al menos y por primera vez, el receptor de imágenes impresas podía convertirse en editor (emisor) de sus propias creaciones.” (RAMIRES, 1981)

A importância histórica da litografia foi também comentada por Walter Benjamin:

“Com La litografia, La técnica de La reproducción alcanza un grado fundamentalmente nuevo. (...) por primeira vez El arte gráfico no sólo La posibilidad de poner masivamente (como antes) SUS productos en El mercado, sino además la de ponerlos en figuraciones cada día nuevas. La litografia capacitó al dibujo para acompañar, ilustrándola, la vida diaria.” (BENJAMIN, 1989)

Século XIX

Na virada para o século XIX a industrialização continuava a todo vapor, literalmente. A burguesia industrial firmava-se no poder e as monarquias absolutas desapareciam por completo. Com a mecanização, a produção de jornais crescia. Este se tornou o meio de consolidação do capitalismo, principalmente com a produção publicitária.

A locomotiva a vapor tornou-se o grande destaque do início do século. Segundo Ramires (1981), tal fato teve tão grande impacto na vida européia, que mudou seus hábitos de percepção visual. A velocidade e estabilidade do movimento das locomotivas estabeleceram uma nova relação tempo-percepção. A “instantaneidade” exigida ao olhar refletiu-se na busca do movimento (primeiras experiências “cinematográficas”) e também nas artes tradicionais. Grandes movimentos artísticos aconteceram no decorrer do século: Romantismo, Realismo, Impressionismo, Art Nouveau... mais uma vez as mudanças técnicas influíam também nas mudanças estéticas.

Na segunda metade do século, fatores históricos importantes devem ser lembrados. O proletariado consolidava-se e organizava-se. A força das idéias comunistas crescia em várias partes da Europa. As cidades tornavam-se maiores e seu funcionamento racionalizado. Da locomotiva passava-se ao metrô (em Londres, 1863). A percepção visual da população européia transformava-se em consequência da mudança de seu ritmo de vida. Um maior número de imagens era exigido e chegava à grande população. Revistas, jornais, cartazes, grandes letreiros. Para detalhar as evoluções ocorridas, estas foram divididas em áreas.



Figuras 14 a 18 Impressão litográfica: da preparação da pedra calcária à impressão (fonte: Brunner, 1972)

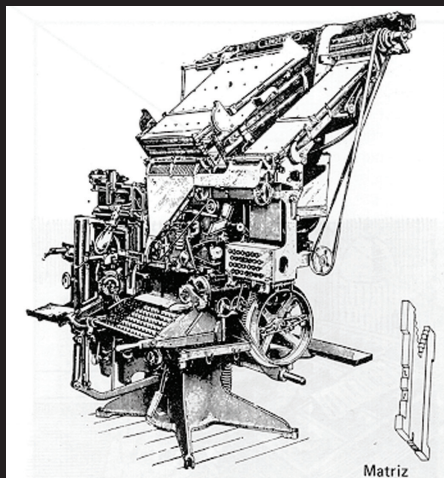


Figura 19 Linotype, invenção alemã, revolucionou o processo tipográfico, permitindo uma composição “mecanizada” de linhas de texto (fonte: Ribeiro, 1987)



Figura 20 Máquina de composição mecânica Monotype em operação (fonte: Ribeiro, 1987)

Evoluções na Imprensa

O início do século foi marcado por grandes avanços no maquinário para impressão tipográfica. Destaque para a prensa a vapor (1811 - Frederich Koenig - alemão), logo absorvida pelos jornais e aperfeiçoada. Funcionava pelo princípio plano-cilíndrico, ou seja, sobre a matriz plana corria um cilindro pressionando o papel contido em bobinas. A exigência da produção de ilustrações também crescia.

A xilografia era novamente a técnica mais usada pela imprensa. Em 1850, Charles Wells criou a técnica dos blocos seccionados. Esta consistia em desenhar-se a ilustração sobre bloco de madeira já dividido em várias partes. Cada parte era então entalhada por uma pessoa diferente. As partes eram unidas de novo e, posteriormente, impressas, reduzindo-se o tempo de finalização do trabalho. Essa “louca” adaptação demonstra como as técnicas ainda eram limitadas frente às novas necessidades que surgiam.

Em 1860, a introdução das máquinas rotativas de impressão deu o impulso definitivo ao meio jornal, pela rapidez e grande produção.

O ano 1877 também foi de grande importância para a tipografia, pela invenção de uma nova máquina de compor textos, a Linotype (Linotipo - figura 19 - por Otto Mergenthaler, alemão). Com ela a composição manual de texto - onde cada letra era ladeada pela outra, formando-se palavras, linhas e finalmente blocos de textos - foi substituída nas grandes tipografias e jornais pela composição mecânica. Na Linotype introduziu-se um teclado, onde o texto era datilografado. Tal ato desencadeava um deslocar de moldes de tipos, que formavam as linhas. Estas eram também fundidas de forma mecânica e depois montadas umas sobre as outras. Após o uso, o metal era reaproveitado. Outra máquina muito parecida surgiu em 1887: a Monotype, por Tolbert Landston, onde não mais linhas, e sim letras individuais eram fundidas uma a uma e o texto montado mecanicamente (figura 20).

Evoluções na produção de imagens: a litografia

A técnica litográfica consagrou-se no século XIX. Até 1819 já havia ateliês nos principais países da Europa. Ela foi grandemente usada por inúmeros artistas em diferentes períodos do século. Os primeiros artistas a descobrir o potencial artístico da técnica foram Goya (1746 - 1828) e Honore Daumier (1808 - 1897). Dela ainda fizeram uso Ingres, Gericaut e Delacroix, entre outros.

Em 1816, Lasleyrie imprimiu litografia em duas cores, iniciando as experiências que culminaram com a cromolitografia, em 1825. A impressão a cores emplacou com a lito pela facilidade e resultados ainda não obtidos por outras técnicas. Cada vez mais a imagem reproduzida podia aproximar-se do original, da obra de arte antes única.

Próximo à década de 50 (aproximadamente 1850, por François Firmim Gillot, França) as pedras litográficas, que eram pesadas, grandes e de difícil armazenagem, começaram a ser substituídas pelas chapas de zinco, o que facilitou o uso e a conservação e fez com que a litografia crescesse ainda mais.

Um dos meios que consagrou o processo foi o cartaz. O primeiro cartaz, no conceito que conhecemos hoje, data de 1866, por Cheret (figura 21). Outros nomes que consagraram meio e técnica foram Toulouse Lautrec, Beardsley e Mucha, principalmente a partir de 1890. Todos eles participaram do Art Nouveau, movimento artístico muito presente nos cartazes e peças gráficas de sua época. Por tudo isso a Litografia foi considerada uma das grandes responsáveis pela cultura visual do século XIX.

A fotografia

A grande invenção do século XIX foi a fotografia. Ela teve suas origens mais remotas na Câmera Escura (Renascimento). Muitas outras pesquisas contribuíram para o que se pode chamar de invenção do processo fotográfico. Pesquisas foram feitas no século XVIII por Johann Heinrich Schulze (professor alemão), Carl Wilhelm Scheele (químico suíço) e Thomas Wedgwood, resultando em subsídios importantes para a concretização do registro fotográfico. O grande precursor da fotografia foi, porém, o Daguerreótipo (figura 22). A técnica fotográfica concretizou-se entre 1820 e 1840, na França e Inglaterra.

A fotografia difundiu-se assustadoramente e, mesmo a princípio imitando a arte, acabou influenciando-a grandemente, como por exemplo, na instantaneidade do impressionismo e na veracidade do realismo. Ela foi um fator de transformação e ruptura na história da arte. A representação do cotidiano, atribuída como função à arte, podia agora ser feita de maneira automatizada e real. Quanto ao artista, libertava-se para ver o mundo com outros olhos. Podia, finalmente, interpretá-lo com liberdade e não apenas “copiá-lo”. Com a fotografia a velocidade de reprodução aumentou, crescendo, assim, o universo imagético. Sobre isso Walter Benjamin comenta:

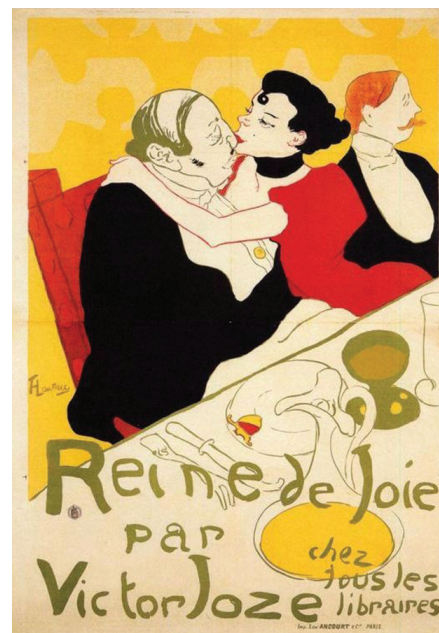


Figura 21 Cartaz em litografia de Henri-Toulouse Lautrec (1892) para o espetáculo “De Reine de Joie”, de Victor Jaze (fonte: www.toulouse-lautrec-foundation.org)

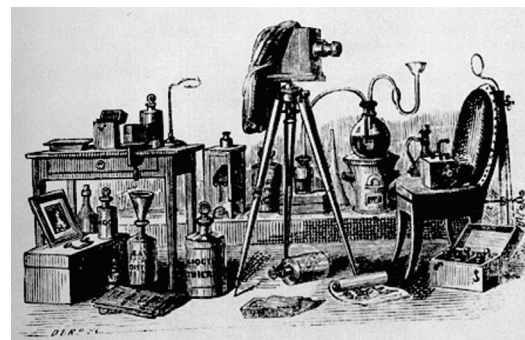


Figura 22 Equipamento completo para “daguerreotipia” (fonte: Gernsheim, 1967)

“En el proceso de la reproducción plástica, la mano se descarga por primera vez de las incumbencias artísticas mas importantes que en adelante van a concernir unicamente al ojo que mira por el objecto. El ojo es más rápido captando que la mano debujando; por eso se há apresuntado tantísimo el proceso de la reproducción plástica que ya puede ir a paso com la palabra hablada” (BENJAMIN, 1989)

A partir dos anos 50 do século XIX, acontecia o que os historiadores chamam de “segunda revolução técnica da fotografia”, com o uso do vidro albuminado como negativo (Niepce do Saint Victor - 1847) e posteriormente do colódio úmido (celulose dissolvida em éter - 1851 - por Gustave Le Gray e Frederick Scott Archer), os quais trouxeram menor custo e maior nitidez à obtenção dos positivos fotográficos. O processo fotográfico passou, então, por várias mudanças, que o aperfeiçoaram.

Meios de Impressão: a fotografia e a gravação de matrizes

O desejo de imprimir-se fotografias existia já desde sua invenção. Os primeiros experimentos foram feitos pelo próprio Niepce, em 1824.

Em 1853, William H. F. Talbot inventou a retícula. Ele percebeu que a única forma de reproduzir uma imagem fotográfica seria “quebrá-la” em inúmeros pontos, os quais reproduziriam, por seus diferentes tamanhos, o tom. Este fato revolucionou os sistemas de reprodução e permitiu a posterior invenção da fotogravura (gravação fotográfica de matrizes de impressão).

Em 1860 o gravador Thomas Bonton sensibilizou através da fotografia uma prancha de madeira, gravando-a em xilografia. A foto foi usada como referência para o entalhe, em processo parecido com os nossos atuais clichês. Os tons foram traduzidos em linhas e pontos pelo gravador.

No ano de 1867, M. Pointevin sensibilizou fotograficamente uma chapa litográfica (fotolitografia) para a impressão de documentos. Aproximadamente em 1878, as pranchas de metal de gravação funda (baixo relevo), já no período chamadas calcográficas, passaram também a serem gravadas fotograficamente, levando o processo a ficar conhecido como heliografia e a ser usado mais intensamente para impressão (a partir de 1895: impressão de jornais). A partir de 1880 têm-se as primeiras gravações de meios-tons nas pranchas de impressão, unindo assim a fotogravura aos princípios da retícula de Talbot. Esta gravação fotográfica de matrizes efetivou-se em 1890.



Figura 23 Resultado impresso de imagem reticulada (meio-tom) usando-se o processo Offset (fonte: Ribeiro, 1997)

Fecha-se o século XIX com o surgimento de mais um processo de impressão, a flexografia, uma espécie de tipografia onde as matrizes deixaram de ser metálicas e passaram a ser de borracha, com fáceis métodos de gravação e impressão em máquinas rotativas.

Século XX

Entra-se no século XX com grandes dificuldades em descrever os acontecimentos, do “mundo” da reprodução. “Este mundo noestro es el de la aceleración”, conclui Rami-res (1981), ao falar do século passado.

Em uma breve contextualização histórica, tem-se, após duas grandes guerras, um mundo dividido em “sistemas econômicos”: socialismo e capitalismo. Este fato trouxe grande crescimento à produção iconográfica, devido ao uso da imagem e meios de comunicação como formas de disseminar idéias de maneira intensa e massiva. Inicia-se o século com dois novos processos de impressão, a rotogravura e o offset. Até a década de 50, o offset já dominava o mercado das reproduções coloridas. O uso de filmes para a preparação de matrizes de impressão passou a ser absoluto nos processos de reprodução ditos industriais.

Um aparte: o surgimento do computador

Paralelo ao aperfeiçoamento das técnicas de pré-impressão e impressão e à melhoria da qualidade das máquinas, filmes, tintas e papéis, uma verdadeira revolução iniciava-se com o desenvolvimento tecnológico em outros meios. Surgia o computador.

Antecedida por inúmeras invenções, cujo objetivo era a criação de uma máquina de fazer cálculos (de funcionamento mecânico), a válvula eletrônica de três pólos (por Lee Forest, americano, em 1906) foi considerada o primeiro grande marco em direção à era tecnológica de hoje. Seu surgimento foi indispensável para a criação e funcionamento de inúmeros aparelhos eletrônicos, entre eles, os primeiros computadores.

Funcionando através de válvulas, estes equipamentos eram imensos. Quilômetros de fios, sistemas potentes de refrigeração e salas inteiras eram necessários para sua utilização. Os programas eram carregados por cartões perfurados. Uma única tarefa realizava-se de cada vez e cálculos mais complexos chegavam a demorar dias.

Oficialmente, data de 1946 o primeiro computador eletrônico, recebendo o nome de ENIAC (Universidade da Pensylvania, Estados Unidos - figura 24). Eram necessárias

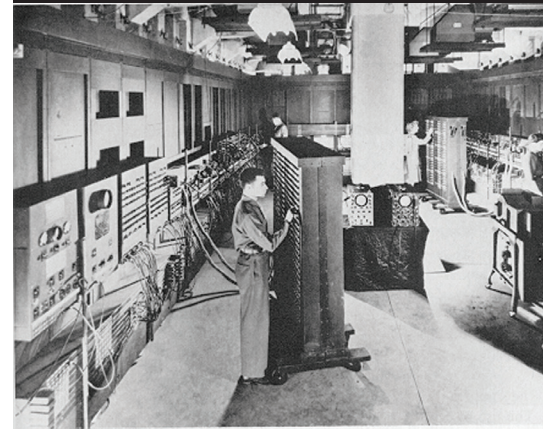


Figura 24 ENIAC, oficialmente o primeiro computador, de 1946 (fonte: Dinter, 1973)

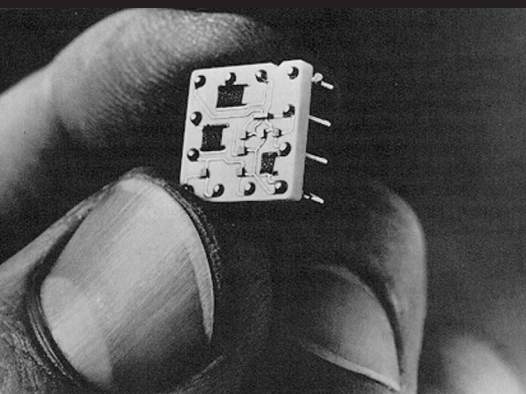


Figura 25 Os primeiros chips (fonte: Dinter, 1973)

dezoito mil válvulas para fazê-lo funcionar. Os ingleses contestam o fato de ser o ENIAC o computador mais antigo, garantindo ser o Colossus, um equipamento similar, de 1943. A primeira série de computadores foi fabricada em 1951.

Os computadores sofreram mudanças profundas com o surgimento dos transistores (William Shockley, Walter Brattain e John Bardeen, americanos), os quais modificaram muito o sistema de funcionamento das máquinas. Eram 200 vezes menores que a válvula. Esta inovação levou os computadores a diminuir consideravelmente de tamanho (cinco vezes menores), enquanto a confiabilidade aumentou em dez vezes. Estes equipamentos já permitiam a execução simultânea de várias tarefas, desde que dentro de um mesmo programa. Fitas magnéticas foram adotadas para a gravação de dados.

Mas a inovação que levou os computadores ao que se conhece hoje veio em 1964, com a criação dos circuitos integrados - a união de transistores, capacitores, diodos e resistores - e em 1969, com o CHIP (por Ted Hoff - figura 25), um circuito com alto grau de integração. Estes componentes permitiram que a velocidade de processamento passasse de milhares para milhões de instruções por segundo. Houve também a miniaturização das máquinas, o que permitiu o posterior surgimento dos computadores pessoais - "personal computers", os PCs.

As "novas tecnologias", os processos criativos, as artes e o design

Nos anos 60, os computadores invadiram diversas áreas, não se limitando aos cálculos matemáticos. Entre elas, a arte. Surgiram artistas prontos a explorar este novo universo. Juntamente com cientistas, punha em discussão a nova sociedade tecnológica emergente. A Pop Art é um exemplo, onde se transformavam banais artefatos mecânicos em obras que tinham muito a dizer sobre a nova fase que o homem vivia. Estas novas tecnologias, é claro, não se restringiam apenas aos computadores, mas também à televisão, a videotape, avanços na área de materiais como o aço inox, lâmpadas fluorescentes, o néon, etc. A arte discutia e reciclava o cotidiano através do uso do novo, saía dos museus e interferia no espaço real do homem. Vale citar novamente McLuhan, outro precursor:

"O artista apanha a mensagem do desafio cultural e tecnológico décadas antes de seu impacto transformador." (McLUHAN, 1964).

A arte-ciência difundiu-se. Nos anos 60 e 70 realizaram-se trabalhos com raios laser, luzes cinéticas, sons eletrônicos, imagens e animações criadas em computador. Paralelamente, a NASA fazia experiências com seus simuladores de vôo em computador, o que incentivou ainda mais o desenvolvimento de programas gráficos.

Foi na metade da década de 60 que muitos programas gráficos para computador foram desenvolvidos, ainda que de forma experimental. Em 1963, um sistema criado por Ivan Sutherlands permitia desenhar-se com uma espécie de caneta ótica diretamente sobre o monitor e armazenar o resultado. Michael Noll foi mais longe, criando desenhos em três dimensões e animações em computador. Desenvolveu ainda um sistema fotográfico que permitia o registro da imagem virtual em filme para posterior exibição. No caso das animações, registrava-se cada quadro do movimento.

Sobre os computadores da época, comentou Beardsley Graham, um estudioso dos anos 60:

“O computador é uma ferramenta para suplementar a habilidade de criação do homem. Se isso é tecnologia ou arte, não se pode limitar (...). Com o computador você pode fazer milhões de coisas em um segundo, ao invés de milhões de coisas em um milhão de anos.” (KRANS, 1974)

Até o final do século XX a discussão e produção das artes visuais contemporâneas continuamente usaram, interferiram e questionaram as ferramentas tecnológicas e as ainda novas linguagens digitais. O produto híbrido passou a ser o mote mais comum. Hoje a chamada arte digital dificilmente se define: desde o uso da digitalização de conteúdos analógicos e materiais na construção de textos gráficos híbridos, passando pelo uso da linguagem digital enquanto ferramenta para produção e divulgação de produtos visuais, até obras e processos existentes apenas em rede.

Não devemos nos esquecer também do importante papel dos designers nesta história, claro que impossível de abarcar neste texto. Nomes como Wolfgang Weingard e sua aluna April Greimam (suíço e americana, escola de Basel – Suíça), o grupo Memphis de Milão, Neville Brody (inglês), Rudy Vanderlans e Suzana Lyco (europeus radicados nos EUA e editores da revista tipográfica Emigre), Katherine McCoy (Cranbrook Academy of Art, EUA), entre tantos outros, marcaram a época do chamado “design pós-moderno” e exploraram a teoria e a prática da digitalização de elementos e dos efeitos de softwares de tratamento de imagens com a ânsia de uma criança diante do brinquedo dos sonhos,

gerando experimentações e rupturas que caracterizaram um período importante que deixou suas marcas no presente (figuras 26 a 29).

Figuras 26 e 27 Trabalhos de April Greiman. O primeiro, capa do programa da Universidade da Califórnia (1991), mostrando seu pioneirismo na exploração dos softwares de edição de imagem. O segundo, poster criado para a Aiga/Califórnia em 1999 (fonte: flicker.com/photos/20745656@N00)

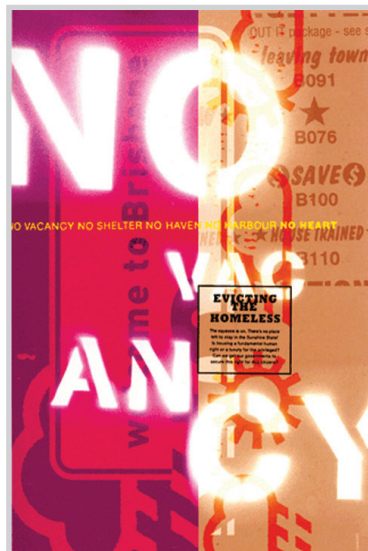


Figura 28 Poster de Stefan Sagmeister para Inkahook, Austrália (fonte: Fiell, 2003)

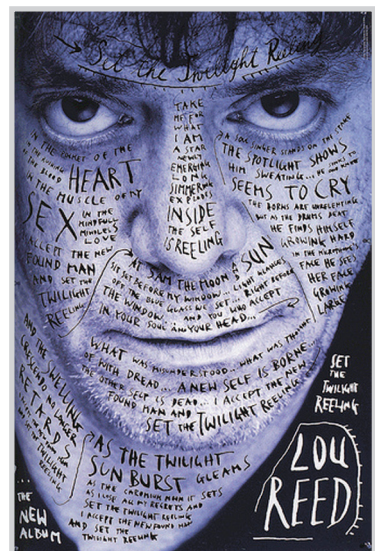


Figura 29 Poster de Stefan Sagmeister para Warner Bros, 1996 (fonte: www.sagmeister.com)

O impacto das novas tecnologias nos processos de produção gráfica

Em se tratando de produção e reprodução de imagens, o desenvolvimento de tecnologias periféricas ao computador mostrou-se tão importante quanto o desenvolvimento da capacidade de processamento.

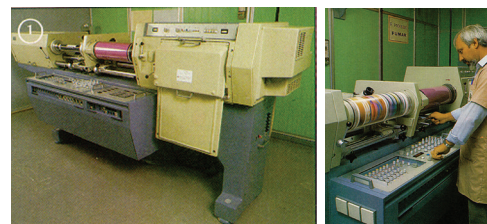
Ainda nos anos 60, o surgimento de equipamentos como as fotocompositoras para a montagem de textos e os scanners (equipamentos usados para confecção dos filmes necessários para a gravação das matrizes usadas na reprodução de fotos e ilustrações à cores - figuras 30 e 31) significaram um salto qualitativo muito grande no resultado final da reprodução de imagens e textos.

Nos anos 70, os primeiros computadores foram introduzidos no meio gráfico profissional. Eram equipamentos imensos, caríssimos e altamente especializados. O termo Editoração Eletrônica, tradução de Desktop Publishing, passou a ser usado para designar a fase de pré-impressão executada com o auxílio do computador.

Década de 80, popularização dos personal computers, computadores pessoais de pequeno porte. A empresa Apple lançou em 1983 o Macintosh, primeira plataforma gráfica para uso pessoal.

Na década de 90, a fase de pré-impressão dos materiais gráficos já acontecia totalmente dentro do computador. Imagens “entravam” nos programas através dos scanners (figuras 32 e 33), transformando-se em pequenos pontos no monitor do computador, chamados “pixels”, os quais poderiam agora ser manipulados, obtendo-se uma nova imagem, híbrida de realidade e ilusão, como coloca Julio Plaza (in PARENTE, 1993). O texto, digitado ou transferido para o computador por programas editores, os mesmos da atualidade, assumiam em poucos minutos as características tipográficas desejadas e comungava com as imagens o espaço da tela.

A prancheta - com régua paralela, cola, estiletes e muitos papéis - foi definitivamente substituídos pela tela do Page Maker ou QuarkXpress (softwares de edição gráfica praticamente em desuso). Passos como reticulagem, separação entre traços e tons, aplicação de bandays, seleção de cores, entre outros, deixaram de ser executados analogicamente e, ainda no século XX, passaram a ser processo digital gerenciado por softwares específicos. O século XX foi realmente revolucionário para as chamadas artes gráficas.



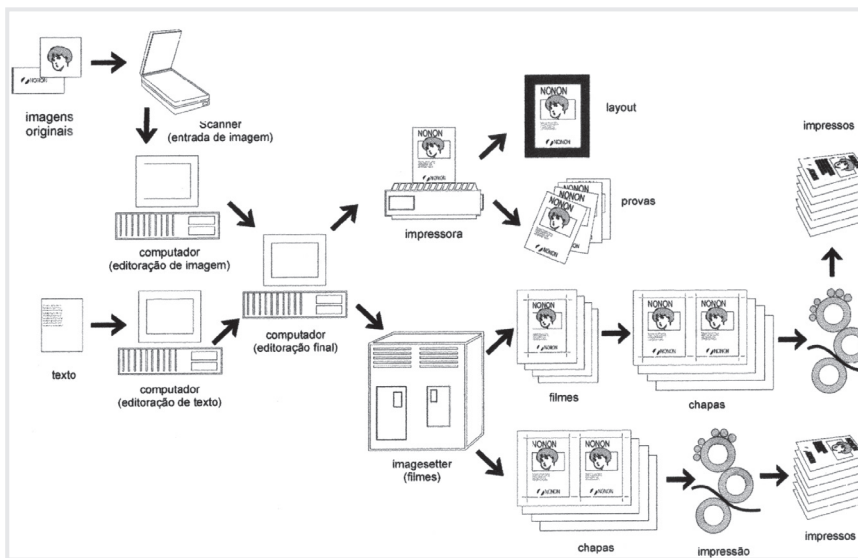
Figuras 30 e 31 Scanners completos usados para digitalização de imagens e gravação de filmes - década de 80 (fonte: Manual de Artes Gráficas, s/d)



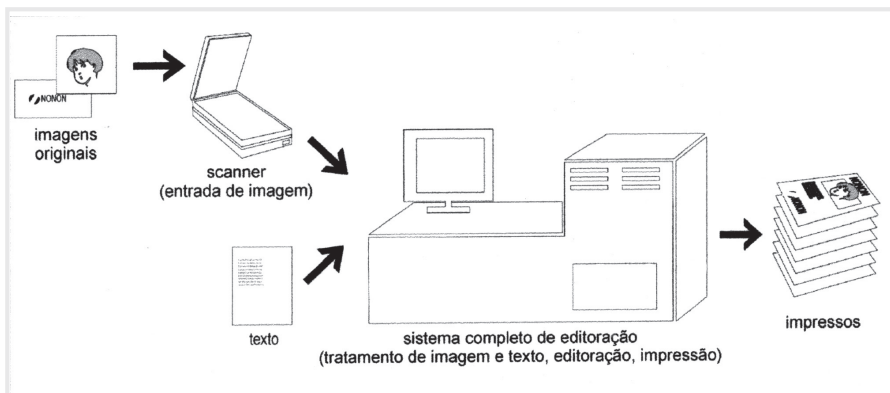
Figuras 32 e 33 Scanners de mesa plano e cilíndrico, respectivamente, comuns na década de 90 (fonte: Revista Publish janeiro/fevereiro 1995)



Figura 34 Imagesetter para a produção de fotolitos usados no offset para gravar matrizes (fonte: Revista Publish janeiro/ fevereiro 1997)



Figuras 35 Esquema geral dos processos de pré-impressão (edição eletrônica) com a introdução dos primeiros computadores e periféricos (scanners, imagesetters e impressoras), típicos dos anos 80 e 90 (fonte: a autora)



Figuras 36 Esquema geral dos primeiros processos de pré-impressão e impressão totalmente digitais, anos 2000 (fonte: a autora)

O impacto das novas tecnologias no funcionamento das sociedades

Questões não apenas tecnológicas, mas sociológicas, estéticas e até filosóficas decorreram e todas essas e outras áreas discorreram sobre os impactos dessas novas linguagens na vida do homem e nas suas ações sociais, profissionais, comunicacionais, artísticas e culturais.

Ainda não temos todas as respostas. Vive-se em um período de constantes transformações e até indefinições. Essa já era a sensação vigente nos anos 90, mas ela não passa... Para onde se direciona o desenvolvimento humano? Este e tantos outros questionamentos são fundamentais quando se fala em design. O designer é alguém que trabalha para o hoje. No início da atividade deste profissional, servia-se a uma sociedade industrial. Hoje, existe uma nova sociedade em formação. Sociedade da informação? Sociedades em relação?

Alguns visionários do século XX: meios elétricos e eletrônicos

Tivemos ao longo do século XX teóricos e pensadores “visionários” quanto ao impacto das tecnologias de seu tempo na vida das sociedades, bem como do uso dos meios de comunicação e dos computadores. Hoje interferem na vida cotidiana, hábitos e forma de relação, comunicação e produção ainda outro aparatos posteriores, como equipamentos para telefonia celular, tablets e tantos outros de tecnologia móvel que as mega indústrias do setor lançam a cada ano (ou a cada mês?).

Alvin Toffler foi um destes filósofos modernos preocupados em situar o “hoje” na história. Em seu famoso livro “A Terceira Onda” (TOFFLER, 1980), ele descreveu momentos importantes dessa história, dividindo-a em ondas evolutivas do homem social. Segundo sua classificação, tem-se como a Primeira Onda do desenvolvimento do homem a sobrevivência pela agricultura. Este período inicia-se aproximadamente há dez mil anos, considerando seu fim a Revolução Industrial (século XVIII). A energia deste tempo é a força natural, do próprio homem, de animais e da natureza. A família trabalha junta em uma única atividade.

A Segunda Onda caracteriza-se pelo industrialismo. A mecanização, a especialização e a padronização são característica não só da produção industrial, como também da educação e da vida familiar. Os meios de comunicação multiplicam-se e caracterizam-se como meios de comunicação de massa: a mesma mensagem para todos. A informação é transformada em produto. O mundo deve ser governado como uma grande empresa,

onde tudo funciona de forma ideal, como uma máquina - maquinomania. A arquitetura da sociedade da Segunda Onda é assim definida por Toffler, com uma terminologia muito própria do autor:

“A tecnosfera produzia e conferia riqueza; a sociosfera, com milhares de organizações inter-relacionadas, conferia papéis a indivíduos no sistema. E a infosfera conferia a informação necessária para fazer todo o sistema funcionar.” (TOFFLER, 1980)

O autor já via na década de 80 como claros os indícios do final da Segunda e o início da Terceira Onda. Um dos fatores que o levaram a tal afirmação é a condenação das fontes de energia da Segunda Onda ao esgotamento, uma vez que muitas delas não são renováveis. Outro fator é a crise da indústria tradicional, sendo esta substituída por outra baseada em novas tecnologias, como a computação, a biologia molecular, a nucleônica, as ciências espaciais, a ecologia, exigindo um novo tipo de mão de obra. A tecnosfera da Segunda Onda entrou em crise.

Além das mudanças na sociosfera e na tecnosfera, Toffler anteviu o homem em transição para a Terceira Onda afetado em sua psicosfera. As mudanças cada vez mais aceleradas e a quebra de muitas das estruturas que embasam a sociedade criam no ser humano um grande conflito sem respostas definidas. Aumentam o número de suicídios entre adolescentes, divórcios, disseminação de drogas, distúrbios psicológicos, mentais, “stress”, bem como o número de “alternativas de cura”.

O mundo da informação, chamado por Toffler de infosfera, também passa por profundas transformações. Os meios de comunicação vão muito além de tecnologia. Cada meio é mais que técnica, tem característica própria e atinge o ser humano de maneira diferenciada. Como coloca Marshall McLuhan em sua obra “Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem” (1964), o meio nasce como uma extensão do próprio corpo:

“Qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou auto-amputação do nosso corpo (...). Todas as tecnologias são extensões de nosso sistema físico e nervoso.” (McLUHAN, 1964)

Os primeiros meios, como foi visto no histórico, já marcaram a vida de seus contemporâneos. Um bom exemplo é o livro, meio impresso que se tornou um bem de consumo antes da consolidação da própria sociedade industrial, abrindo caminho para a uniformidade e a repetição:

“Socialmente, a extensão tipográfica do homem trouxe o nacionalismo, o industrialismo, os mercados de massa, a alfabetização e a educação universais. A imprensa apresentou uma imagem de precisão repetitiva que inspirou formas totalmente novas de expansão das energias sociais (...). A imprensa liberou grandes energias psíquicas e sociais no renascimento, tirando o indivíduo de seu grupo tradicional e fornecendo-lhe um modelo de como adicionar indivíduos para formar uma poderosa aglomeração de massa.” (McLUHAN, 1964)

Este processo, citado acima especificamente como consequência da tipografia e da imprensa, intensificou-se com os meios de comunicação elétricos, como rádio e televisão, por exemplo e posteriormente com os meios eletrônicos. Os meios mecânicos de reprodução funcionam como extensão do corpo do homem, mas os meios elétricos e os eletrônicos, como extensão de sua mente. Toffler ainda explica este processo:

“A Segunda Onda multiplicou o número de canais de que o indivíduo tivera a imagem da realidade. A criança não mais recebia apenas imagens da natureza ou das pessoas, mas também as recebia dos jornais, das revistas de massa, do rádio e, mais tarde da televisão. (...) os próprios meios de comunicação de massa tornaram-se um gigantesco alto-falante. E seu poder era usado através das linhas regionais, étnicas, tribais e lingüísticas para padronizar as imagens que fluem para a corrente mental da sociedade.” (TOFFLER, 1980)

Um exemplo da massificação de mensagens e imagens produzida pelos meios de comunicação na Segunda Onda são os ícones criados, como Marilyn Monroe e sua saia esvoaçante ou Chaplin de chapéu-côco e bengala. Muitas das imagens introjetadas na mente da coletividade ajudaram a produzir um comportamento padronizado na sociedade industrial e a criar modelos que adicionam indivíduos à aglomeração de massa.

Mas com a velocidade atual de processamento de imagens e a quantidade cada vez maior de informação que se recebe, vê-se a necessidade de uma constante renovação de muitas imagens e informações do “arquivo” que a mente humana mantém:

“(...) a Terceira Onda faz mais do que simplesmente acelerar os fluxos de informação; ela transforma a profunda estrutura de informação de que dependem nossas ações diárias.” (TOFFLER, 1980)

Os meios de comunicação impressa têm se voltado a públicos cada vez mais específicos, como jornais ou revistas extremamente dirigidos a determinado grupo. Também as emissoras de rádio têm buscado essa diversidade de públicos, com um programa para determinado grupo ou estilo musical. A televisão, sem dúvidas o meio mais “poderoso” para atingirem-se as massas, também tem passado pelo mesmo processo, fato verificado pela consolidação e popularização da televisão à cabo.

“A Terceira Onda começa assim uma verdadeira nova era: a idade dos veículos de comunicação desmassificados. Uma nova infosfera está emergindo juntamente com a nova tecnosfera. E esta terá um impacto de longo alcance nessa esfera, a mais importante de todas, a que está dentro dos nossos cérebros. Pois, tomadas em conjunto, estas mudanças revolucionarão a nossa imagem do mundo e a nossa habilidade para lhe encontrar sentido”. (TOFFLER, 1980)

As mudanças na infosfera preconizadas por Toffler e McLuhan estão revolucionando os conceitos da comunicação e, num âmbito mais restrito ao estudo aqui proposto, transforma-se o próprio conceito de imagem.

Bits e pixels

Na era da eletricidade a informação passou a ser um bem de consumo básico. Como numa evolução chegou-se à era eletrônica, onde as formas de transmissão desta informação vem se modificando.

Nícolas Negriponte, outro visionário do século XX, na obra “A Vida Digital” (NEGRIPONTE, 1995) fez uma comparação interessante. Hoje se têm duas formas de transmitir informações: por meio de átomos ou através de bits. Enquanto jornais, revistas e livros, possuidores de peso e medidas, são impressos em grandes máquinas, encadernados, embalados e transportados até chegar às mãos de seu público, muitas outras informações circulam à velocidade da luz, sem cor, tamanho ou peso, sem riscos de serem atingidas por intempéries ou ficarem retidas na alfândega, pois estão em forma de bits.

“Um bit (...) é o menor elemento atômico do DNA da informação. É um estado: ligado ou desligado, verdadeiro ou falso, para cima ou para baixo, dentro ou fora, preto ou branco”. (NEGRIPONTE, 1995)

O bit é, portanto, a unidade básica da informação digital, assim como o átomo o é do mundo físico. É o bit que permite a digitalização de informações, ou seja, permite codificá-la a uma linguagem legível a diversas máquinas, como os computadores, por exemplo.

A imagem digital, formada por bits, tem sua importância além da técnica, além das facilidades de exploração gráfica. Ela faz parte das transformações das sociedades e trouxe novos conceitos para a arte, a comunicação e o design.

O pixel, elemento mínimo da imagem digital e resultado da digitalização, é visto como a forma máxima de automação do processo de criação e reprodução de imagens. A busca deste processo, segundo Edmond Couchot (in PARENTE, 1993), começou no Renascimento, com artistas-cientistas: Brunelleschi, Alberti e da Vinci, no desenvolvimento das técnicas de perspectiva.

Essa busca foi retomada no século XIX, com a invenção da fotografia, onde o automatismo na produção de uma imagem foi quase total. Quanto aos artistas, estes puderam libertar seu olhar e mãos da função de simplesmente representar, mas também contribuíram, ainda que indiretamente, na pesquisa pela automação. Observem-se as experiências dos impressionistas e pós-impressionistas no desenvolvimento de técnicas divisionistas e pontilhistas, no trabalho com a luz, no uso de pigmentos puros e mistura ótica das cores.

Como uma evolução do processo fotográfico, chegou-se à técnica de reticulagem, a qual possibilitou o registro de imagens fotográficas em matrizes de impressão de diversos processos e sua posterior reprodução, sob a forma de pequenos pontos de tamanhos (e cores) variados.

No século XX automatizou-se também o registro do movimento através do cinema e, posteriormente, da televisão. Esta última permitiu a transmissão de imagens através de linhas contínuas e paralelas, num processo de decomposição e recomposição da mesma:

“(...) a televisão tornava-se capaz de analisar cada ponto de cada linha da imagem e de reconstituir a imagem sob a forma de uma espécie de mosaico luminoso. Esse mosaico era composto de pontos elementares discretos, vermelhos, azuis e verdes (...). Faltava o mosaico eletrônico ser completamente ordenado, ao ponto da imagem ser numerizada, isto é, indicável exatamente na tela através de coordenadas especiais e cromáticas definidas por um cálculo automático.” (COUCHOT in PARENTE, 1993)

O processo televisivo possibilitava a visualização de uma unidade mínima formadora da imagem, porém não permitia ainda sua manipulação. Só a definição desta

6 “A imagem torna-se imagem-objeto, mas também imagem-linguagem, vaivém entre programas e tela, entre as memórias e o centro de cálculo, os terminais; torna-se imagem-sujeito, pois reage interativamente ao nosso contato, mesmo a nosso olhar: ela também nos olha. O sujeito não mais afronta o objeto em sua resistência de realidade, penetra-o em sua transparência virtual, como entra no próprio interior da imagem. O espaço muda: virtual, pode assumir todas as dimensões possíveis, até dimensões não inteiras, fractais. Mesmo o tempo flui diferente; ou antes, não flui mais de maneira inelutável; sua origem é permanente “reinicializável”: não fornece mais acontecimentos prontos, mas eventualidades. Impõe-se uma outra visão de mundo. Emerge uma nova ordem visual.” (COUCHOT in PARENTE, 1993).

unidade através do computador permitiu a interferência nas estruturas da imagem de maneira mais completa. Podendo agora ser manipulada em seu elemento primeiro, a imagem digital rompeu com a realidade da imagem fotográfica e criou uma realidade própria, virtual, simulada⁶.

Século XXI

É difícil tentar descrever as transformações ocorridas nas últimas décadas. Num espaço de tempo muito pequeno para a história, aconteceram mudanças nem sequer sonhadas, ao passo que quatro séculos foram necessários para sair-se do domínio da tipografia. E, ao contrário das previsões apocalípticas do final do século XX, não parece que rumamos para o final reprodução impressa da informação. Não ao menos num futuro próximo. Parece-me que os impressos nunca andaram tão bem elaborados, bem acabados e eficientes.

Os anos 2000 foram marcados pelo desenvolvimento de novas tecnologias de impressão digital (sem o uso de filmes ou matrizes), a marca da primeira década. Como resolver as pequenas demandas, trabalhar com a impressão personalizada, incluindo-se aí o discurso da sustentabilidade (no seu sentido específico, sem os modismos atuais)? Estas são algumas das discussões pertinentes ao século XXI.

Impressão: menor tiragem, maior eficiência

Enquanto as tecnologias de pré-impressão estruturaram-se no processo digital desde final do século XX, os processos de impressão tradicionais, com exceção da tipografia, sobrevivem e se modernizam. As reais novidades enquadram-se no que chamamos de maneira genérica, e até equivocada em alguns casos, de impressão digital.

Digo equivocada porque alguns dos novos processos de impressão surgidos nos últimos anos ainda mantêm a presença de uma matriz de impressão, ainda que esta seja gravada dentro das máquinas impressoras. Apesar de uma gravação feita por laser e totalmente guiada por computador, estes processos ainda consomem substratos.

A revolução técnica que marcou o início do século XXI fica por conta dos processos totalmente digitais, principalmente daqueles baseados na impressão à laser. As primeiras laser são da década de 80, porém hoje máquinas de grande porte, com cores e possibilidade de tiragens maiores também funcionam com este princípio. Esses processos

também demandam menor perda de materiais com ajustes, como papéis e tintas.

Produção gráfica e sustentabilidade

Outro discurso fortíssimo que tem ecoado nas mais diferentes áreas relacionadas aos meios de criação e produção é o tema da sustentabilidade. Tomando os devidos cuidados com os modismos, fica clara a preocupação cada vez maior com as questões relacionadas ao impacto social e ambiental de produtos. Em seu livro *Design Gráfico Sustentável*, o autor e designer Brian Dougherty aborda esse tema tão novo. Ele trabalha com desenvolvimento de materiais menos agressivos ao meio ambiente nos processos de produção gráfica, mas também afirma que a sustentabilidade vai além.

“Mais do que buscar materiais e técnicas de fabricação melhores, os designers podem arquitetar e transmitir mensagens que tenham um impacto positivo no mundo.” (Dougherty, 2011)

Mais e mais os sistemas produtivos passarão pelo crivo do “ambientalmente correto”. Os processos de reprodução gráfica já sentem esse impacto e deverão nos próximos anos alinhar-se a essas mudanças de mentalidade que afetam produtores e consumidores ao redor do mundo.

Pensar “verde”, como alguns dizem, não quer dizer simplesmente usar materiais recicláveis ou reciclados. Muitas vezes o simples emprego destes suportes encarece, em primeira instância, os produtos, visto que a escala de produção da maioria deles ainda é inferior aos produtos “tradicionalizados” pelo sistema. Todas as escolhas feitas no processo, da criação à execução, uso e descarte do material precisam ser consideradas.

Em se tratando de produção impressa, detalhes simples como a preocupação com o aproveitamento dos papéis, o cálculo preciso e consciente de tiragens, a preocupação com as formas de impressão mais adequadas e uso de tintas e papéis menos agressivos ao meio ambiente são as medidas iniciais.

O discurso que condena o papel a vilão do século já foi desmistificado. As profecias do fim do impresso perdem fôlego, sendo substituídas por discursos positivos que miram para materiais eficientes e profissionais cautelosos com os desperdícios, criativos e inovadores em criar estratégias de comunicação que englobam toda a variedade de possibilidades de suportes para mensagens, informações, manifestações culturais, conhecimento.

Esse parece ser o caminhar do século XXI na produção e reprodução gráfica. Construir essas novas possibilidades, técnicas, tecnologias e discursos é o papel dos designers, artistas, cientistas, técnicos, engenheiros, entre outros tantos que podem envolver-se nesses novos desafios.

CONSIDERAÇÕES

Todo este levantamento histórico e reflexões sobre os meios de reprodução vem confirmar a importância do ato de reproduzir a imagem no desenvolvimento da sociedade. A reprodutibilidade trouxe novas possibilidades de divulgação de idéias e conceitos, pela informação verbal ou não verbal. Tal fato reafirma a importância das evoluções técnicas nas transformações humanas. O ato de reproduzir abriu novas fronteiras à arte e a novas artes, criou novas perspectivas de produção de cultura.

O desenvolvimento técnico também participou das transformações sociais. A Revolução Industrial e seu período de profundas mudanças acelerou o citado desenvolvimento, aceleração esta necessária para acompanhar a sociedade industrial emergente que, na velocidade das locomotivas, firmava-se.

Assim, como fator de mudança e ao mesmo tempo evoluindo, as técnicas de reprodução chegaram ao século XX em transformações ainda mais rápidas e profundas do que as do próprio século da Revolução Industrial. Novas técnicas, novas tecnologias. Em pleno século XXI, a evolução continua. Mudanças profundas acontecem. Mas o conhecimento da história possibilita um encarar seguro do ato de mudar.

Quanto aos processos criativos de criação gráfica, não basta o entendimento de uma série de procedimentos e o domínio de programas gráficos de computador, que permitem entre outros, a alteração das características e localização de cada pixel. Mas a criação de uma peça gráfica da "nova ordem visual", colocada por Couchot, exige o domínio de conceitos que muitos manipuladores de programas gráficos não possuem. Exige um repertório e o entendimento das mudanças acarretadas pela digitalização na história da imagem. Sem estes elementos não é possível a utilização coerente das linguagens digitais.

Conhecer todos os mecanismos de transmissão, recepção e apreensão de mensagem visual é fundamental, bem como dominar suas estruturas, manipular seus elementos, criando efeitos, falando através das formas, cores, tipos e diagramação.

Somente o trabalho consciente do designer na revisão de antigos e busca de novos conceitos voltados a servir a sociedade atual, somente o repensar do próprio conceito de design permite o desenvolvimento de uma linguagem digital real, eficiente, criativa e não apenas mecânica e repetitiva.

BIBLIOGRAFIA

- BANN, David. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2010
- BAUNICOAT, John. **Los cartales, su historia y language**. Barcelona: Ed. Gustavo Gilli, 1972.
- BENJAMIM, Walter. **Discursos Interrumpidos I: filosofia del arte y de la historia**. Madrid: Ed. Taurus, 1989.
- BONSIEPE, Gui. **A tecnologia da tecnologia**. São Paulo: Editora Edgar Blücher, 1993.
- BRIAN Dougherty. **Design Gráfico Sustentável**. São Paulo: Editora Rosari, 2011
- BRUNER, Felix. **A handbook of graphic reproduction processes**. Teufen: Ed. Arthur Niggli, 1972.
- CLIFFE, Henry. **Lithography**. Londres: Ed. Studio Vista, 1965.
- DINTER, Heinz. **Introdution to computing**. Nova York: Macmillan Company, 1973
- ENCICLOPÉDIA Prática de Informática**. São Paulo: Editora Abril, v. 1: p. 1-3; v. 4: p. 61-64. s/d.
- EICHENBERG, Fritz. **The art of the print: masterpieces, history, techniques**. Nova York: Ed. Abrams, 1976.
- GERNSHEIM, Helmut. **Historia gráfica de la fotografia**. Barcelona: Ed. Omega, 1967
- GRAIG, J. **Produção Gráfica**. São Paulo: Ed. Nobel, 1987
- HALSER, Arnold. **História social da literatura e da arte**. São Paulo: Ed. Mestre Jou, 1982.
- HARRIS Nathaniel. **Picture history of world art**. Londres: Hamlym Publishing Group, 1974
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história consisa**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2001.
- KRANZ, S. **Science & Technology in the Arts**. Nova York: Van Nostrand Rinhold Company, 1974.
- MANUAL DE ARTES GRÁFICAS**. São Paulo: Editora Abril, s/d
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.
- MEGGS, Phillip. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2010
- MOLES, Abraham. **Rumos de uma cultura tecnológica**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.
- MOLES, Abraham. **Sociodinâmica da cultura**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1975.
- MUNARI, Bruno. **Disño y comunicacion visual**. Barcelona: Editora Gustavo Gilli, 1975
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995
- PARENTE, André (org.) **Imagem - máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Edições 34, 1993.

POYNOR, Rick. ***Abaixo as regras. Design gráfico e pós-modernismo***. Porto Alegre: Bookmam, 2010

RAMIRES, Joan A. ***Médios de masas e história del arte***. Madrid: Ed. Cátedra, 1981.

RIBEIRO, Milton. ***Planejamento Visual Gráfico***. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1987.

SATUÉ, Enric. ***El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días***. Madrid: Alianza Editorial, 1993

SIQUEIRA, Ethevaldo. A. ***A Sociedade Inteligente***. São Paulo: Editora Bandeirante, 1987.

TOFFLER, Alvin. ***A terceira onda***. Rio de Janeiro: Editora Records, 1980.



CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Professora do curso de Design da Unesp-Bauru desde 1995. Graduada no mesmo curso onde leciona, fez mestrado em Desenho Industrial pela Unesp e doutorado em Estudos da Criança - Comunicação e Expressão Plástica - pela Universidade do Minho, Portugal. Coordena o laboratório de Design Gráfico Inky Design desde 2001. Integra o grupo de pesquisa Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura. Desenvolve pesquisas nas áreas de Produção Gráfica e Design Editorial, com um particular interesse nos produtos gráficos para as crianças.



LIVRO E DESIGN

Convergências no livro infantil

Abordarei nas próximas páginas algumas questões pertinentes a dois universos: livros e design. Estes temas já me acompanham em pesquisa, produção e experimentação desde 1995, quando passei a integrar o corpo docente do Departamento de Desenho Industrial da Unesp, campus de Bauru (hoje Departamento de Design). Minhas primeiras fontes de pesquisa foram as experiências com os pré-livros realizadas junto aos alunos dos cursos de Design ao longo de anos, riquíssimas, já registradas em artigos.

Posteriormente desenvolvi trabalhos na área editorial, como capas e projetos gráficos para livros e publicações periódicas, que aumentaram meu constante interesse pelo assunto.

(...)



1 O trabalho completo constitui-se em tese defendida na Universidade do Minho, Instituto de Estudos da Criança, Portugal, no final de 2008.

Foi realizada sob a orientação da professora doutora Eduarda Coquet. A tese pode ser acessada em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/>

2 Esses termos não são um consenso entre os teóricos do design (como em Villas-Boas, 1998), mas acabam por serem usados com frequência, pois a teoria sobre o tema é recente e rara (exemplos: Jacques, 1998 e Gruszinsky, 2003).

Este texto é parte da pesquisa mais recente que fiz na área e integra a tese defendida em final de 2008, onde abordei, além de reflexões pertinentes a esses dois temas, questões referentes à leitura dos livros sem texto por crianças pré-escolares portuguesas e brasileiras, livros estes criados por designers¹.

Aqui delimito conhecer melhor o livro enquanto objeto de design, principalmente o livro infantil com e sem texto. Ainda, refletir sobre o papel do designer na criação para a infância.

A relação livro e design é antiga. O livro tem uma história ampla. O design, uma história controversa. Mas são “histórias” sempre repletas de pontos em comum.

O objeto livro foi configurado gradativamente a partir da invenção das técnicas tipográficas e sempre contou com preocupações estéticas por parte dos seus compositores (tipógrafos, artistas gráficos, ilustradores).

Os traçados da história da tipografia (enquanto estudo e uso dos tipos) e do design passam por William Morris e sua editora medievalista, a Kelmscott Press (movimento Arts and Crafts – Inglaterra, final do século XIX), pela importantíssima Bauhaus e sua oficina tipográfica (Alemanha, escola fundada em 1919 e a oficina, em 1925), pela Neue Typographie (nova tipografia) do alemão erradicado na Suíça Jan Tschichold (seu manual de tipografia publicado em 1928 teve grande impacto na concepção tipográfica moderna) e pela escola suíça de Basileia e seu Estilo Internacional (década de 50 do século XX), de onde emergiram grandes nomes da tipografia e do design. Destes movimentos que destacamos, nasceu o conceito de “design transparente”, que ainda impera na concepção do livro convencional, onde o design nunca deve intervir na legibilidade e na supremacia do texto.

O desenvolvimento tecnológico após os anos 50 reconfigurou a produção de livros, hoje totalmente atrelada às novas tecnologias. Todo o processamento de texto, correção, tratamento de imagens, diagramação, formatação e arte-finalização dá-se por meio digital. Muitos livros já são também impressos por processos digitais e não mais pelos processos convencionais (offset, principalmente), saindo da tela para o papel sem o envolvimento de meios analógicos. Crescem os procedimentos relacionados a uma produção *on-demand* (por demanda, ou encomenda) de livros, evitando-se estoques e perdas.

Essas possibilidades diferenciadas de produção e as novas relações estabelecidas entre o usuário e a informação também influenciam na linguagem do design de livros. Hoje coexistem os conceitos ligados à transparência e à legibilidade - denominados por alguns como “modernos” - com outros ligados a um design chamado de “pós-moderno”², que revisa a legibilidade, a linguagem visual e a própria forma de leitura.

O DESIGN DO LIVRO

Chamamos comumente de livro um produto industrial, resultante do trabalho de diversos profissionais (escritor, editor, revisor, tradutor, designer, ilustrador, capista, diagramador, impressor...), organizado para proporcionar uma leitura linear, impresso em papel por processos diversos, encadernado e distribuído.

O designer tem muita responsabilidade no projeto de livros: criar a estrutura do miolo, ilustrar, produzir a capa e diagramar, no caso de alguns trabalhos mais elaborados.

Na prática podemos definir algumas diretrizes metodológicas para o design de livros, testadas, inclusive, na nossa própria experiência projetual. Isto porque a indústria livreira e a concepção desse objeto delinearam-se ao longo de mais de 500 anos de história e a sensação que persegue a muitos é de que a formatação do livro convencional encontrou seu ponto máximo em termos de materialidade.

Para Jan Tschichold, designer considerado um dos “pais” da tipografia moderna, já nos anos 50, toda metodologia necessária para projetos desta natureza estava delineada.³

Fica claro que muito evoluiu desde então, não cabendo em nossa realidade tanta rigidez. O próprio processo de “fazer livros” modificou-se completamente com as tecnologias digitais. Mas algumas das “regras” citadas pelo tipógrafo alemão realmente ainda funcionam e são utilizadas. Richard Hendel, designer de livros e escritor, afirma:

“Precisamos fazer um reexame das regras tradicionais da tipografia. Elas não são obsoletas, mas tampouco são absolutas” (Hendel, 2003).

O autor propõe uma busca equilibrada entre o clássico e as tendências atuais. Não há neste campo a “fome pela inovação” característica de um design mais contemporâneo.⁴

Essa busca por equilíbrio pode ser resumida na postura da designer brasileira Ana Luisa Escorel:

“O projeto do livro pode se colocar como uma das aventuras mais instigantes do design gráfico justamente pela possibilidade que oferece de combinar as exigências da legibilidade, que mira o alvo da moderação gráfica, com a tarefa de identificar o produto, que pressupõe uma boa dose de criatividade e abre caminho para a experimentação. O designer que pretende ser um bom projetista de livros deverá exercitar com afinco a imaginação, além de demonstrar a segurança técnica necessária para dar conta de certa aridez, presente em qualquer obra em que o texto seja o dado predominante. Só assim chegará a conciliar as duas condições essenciais à dinâmica da expressão, em design gráfico: a disciplina que conduz à nitidez precisa do traçado, com a audácia, que caminha para os terrenos incertos da invenção.” (Escorel, 2004)

3 “O design de livros não é um campo para aqueles que querem “inventar o estilo do dia” ou criar alguma coisa “nova”. No sentido estrito da palavra, não pode haver nada de “novo” na tipografia de livros. Embora amplamente esquecido nos dias de hoje, têm sido desenvolvidos ao longo dos séculos métodos e regras que não são suscetíveis de qualquer melhora. Para produzir livros perfeitos, essas regras devem ser ressuscitadas e aplicadas.” (Tschichold, in Hendel, 2003)

4 “O design de livro é diferente de todos os outros tipos de design gráfico. O trabalho real de um designer (...) é descobrir como colocar uma letra ao lado da outra de modo que as palavras do autor pareçam saltar da página. O designer de livro não se deleita com a própria engenhosidade; é posto a serviço das palavras”. (Hendel, 2003)

5 O tema é amplo e foi discorrido
exaustivamente por José Furtado,
2000, por quase 200 páginas.

6 “As palavras do autor são o coração
do design do livro.” (Hendel, 2003)

Metodologias de criação

A estrutura do livro convencional, como citado, configurou-se e aprimorou-se ao longo dos séculos e hoje se encontra cristalizada pelos costumes. Uma lista de elementos é aceita como constituinte do livro, com algumas variações. Para os profissionais que se envolvem na produção de livros é importante tal conhecimento. Para um designer, por exemplo, cada item do livro deverá receber características materiais e visuais por ele planejadas.

A área do design editorial traz pouca bibliografia em termos práticos, apesar de vermos como essa preocupação tem crescido desde que os livros foram “condenados” a desaparecer por alguns teóricos⁵, a partir da evolução das tecnologias digitais.

Richard Hendel (2003) dedicou um bom tempo de trabalho a levantar as metodologias de criação do design de livros junto a designers. Suas próprias metodologias foram expostas e auto-questionadas. Fazemos a seguir um rápido apanhado dos passos e preocupações presentes em praticamente todos os trabalhos explanados, bem como na nossa própria experiência de criação de projetos gráficos e capas de livros.

Chamamos projeto gráfico a todo o planejamento do livro e às escolhas aí implicadas, como dos elementos tipográficos e visuais, dos materiais para capa e miolo e dos processos de impressão e acabamento a serem usados para materializar a idéia do livro.

O designer de livros deve primeiramente conhecer bem o texto.⁶ Depois ele deve levantar dados importantes, como o público leitor (faixa etária, nível cultural ou outras particularidades) e as limitações técnicas e econômicas da produção.

A partir deste levantamento de problemas inicial, o processo de criação e execução do projeto deve vencer algumas etapas. Seguem as principais.

Escolha do formato

Deve considerar dois fatores: o primeiro é condizer com o teor da obra. O formato deve ajudar na leitura e na interpretação do texto. Um segundo fator é o econômico e está também ligado à sustentabilidade. Passa por pontos como escolha do tipo e gramatura do papel e o aproveitamento das folhas deste para impressão.

Determinação da mancha gráfica

O espaço destinado ao texto pode ser chamado de *mancha gráfica* e deve ser definido considerando-se a harmonia de suas relações com as ilustrações e os espaços brancos. Estas relações podem ser padronizadas ou variáveis, o que dará um teor mais tradicional ou não à obra. Dentro deste processo estabelecem-se também os padrões de margem.

Quanto às regras⁷, das quais falamos a pouco, algumas são bem evidentes neste contexto. Existem algumas distribuições de texto na página que remontam da Renascença, onde as proporções chamadas “áureas” dominavam o aproveitamento dos espaços, da arquitetura ao papel. Estes padrões de distribuição são tão fortemente incutidos em nossa memória visual, que quando vemos a margem superior de um livro maior que a inferior, imediatamente pensamos que algum erro de impressão e corte ocorreu. Quebrar essas regras acaba por dar ao próprio texto um arrojo que às vezes este não tem. São escolhas a serem feitas com critérios sólidos.

Num contexto mais amplo de design gráfico, podemos empregar aqui o termo “grid”, muito utilizado a partir dos anos 50. Refere-se ao diagrama de utilização do espaço compositivo, seja este a página do livro, do jornal, da revista, de um cartaz, ou ainda de uma mídia maior, como um outdoor, por exemplo.

Escolhas tipográficas

Alguns anos atrás, definir as tipografias para um livro era uma escolha entre poucas dezenas de possibilidades. Hoje, as fontes digitais estão disponíveis aos milhares, onde centenas podem adequar-se a textos de livros.

Além da relação com o teor da obra, o fator técnico da legibilidade é muito importante na escolha da tipografia. O público alvo também deve ser considerado para a determinação, não só do tipo, mas também do corpo do texto e suas variações. Deve-se lembrar que a quantidade de texto de um livro é sempre muito maior do que em outras peças gráficas.

Com tantos detalhes a serem considerados, alguns tipos acabam por ser mais usados nos livros, o que perpetua algumas das “regras” de escolha tipográfica. Por exemplo, “séculos” a ler textos em fontes serifadas faz destas perceptivelmente mais legíveis que outras. O fato é que a eficiência e a beleza de um tipo num livro só podem ser confirmadas depois de experimentadas.

As escolhas tipográficas para um livro passam ainda pelas notas, citações, títulos e subtítulos, entre outros elementos. A hierarquia destas informações deve ficar clara pela variação tipográfica (ou do tipo, ou do tamanho e peso do mesmo, o que é mais usual).

As imagens

O uso de imagens é mais comum em determinados livros, como os históricos (fotografias, mapas), os científicos e os didáticos (fotografias, ilustrações e esquemas). Na literatura adulta pouco se opta pela ilustração nos dias de hoje. Já na literatura

7 Aqui as regras são os costumes tipográficos listados e perpetuados pela tradição clássica dos tipógrafos, os produtores de tipos por séculos.

infantil e juvenil, a ilustração passa a ter um papel de grande destaque, muitas vezes sobressaindo-se ao texto.

O designer deve escolher entre estilo de imagem (do representacional ao abstrato), técnica de ilustração a ser usada (a técnica ajuda na transmissão da mensagem? A reprodução da imagem é adequada ao custo destinado a isto?), o uso de cores, entre outros. A relação íntima com o texto e o conhecimento de sua natureza, objetivos e leitor não devem ser esquecidos. Representações extremamente óbvias tirarão o valor do texto e da imagem, pois diluirão o fator de imaginação presente à literatura.

A relação da ilustração com o texto deve também estar presente na diagramação, na forma de compor imagem mais texto na página. Muitas vezes, porém, a criação das ilustrações é feita por um profissional diferente daquele que projetou o miolo do livro, bem como a capa.

A capa

É o primeiro contato entre a obra e o público. A capa é considerada por muitos designers como um produto completamente à parte do miolo. Enquanto este último tem um compromisso intrínseco com a legibilidade e a discrição do seu design, a capa tem um caráter publicitário e apelativo e como tal é tratada. Por esta razão alguns designers especializam-se na produção de capas e outros, de miolo. Essa prática é colocada por Hendel como comum, porém, pode ter resultados totalmente desconectados e afetar a unidade visual do objeto livro na opinião de outros especialistas, como Satué (2005).

A produção do livro

O designer deve projetar a peça gráfica de modo que ela seja reproduzível. Assim, determinações técnicas - tipo e gramatura de papéis, forma de encadernação e outros acabamentos necessários, escolha do processo de impressão, o uso de cores - devem ser feitas por ele. Seguem os passos da produção do livro.

O planejamento gráfico

Todas as escolhas de design para o livro devem ser feitas pensando-se na complexidade de um objeto que deixará o mundo das idéias e tornar-se-á concreto através de um processo industrial. Isso requer conhecimento e planejamento.

O formato e tipo de papel escolhidos para o produto final devem ser testados pela execução de um **boneco**. O **boneco** (ou **boneca**) é a simulação do caderno final, com o papel, o formato e o número de páginas a serem usados na impressão. Serve para conferir se a escolha do tipo de papel, tanto para capa como para miolo, de sua gramatura (relação entre espessura e peso do papel, expressa em g/m²), do formato e tamanho do livro estão adequados e condizentes ao que se esperava. Pelo boneco pode-se também definir com maior facilidade o tipo de encadernação que será utilizado.

A editoração

A editoração - diagramação final do livro, onde aplicam-se todas as especificações de design criadas no projeto gráfico - é eletrônica. Programas especializados facilitam o trabalho e possibilitam a definição da saída do material do computador em formato e ordem que permitirão a posterior montagem das páginas. Essa saída pode ser em filmes, matrizes de impressão ou em papel.

A impressão

Existem muitos processos de impressão. A impressão mais atual, digital, direta sobre o suporte, é usada apenas em tiragens pequenas e livros **on-demand** ("por demanda", ou encomenda), uma tendência atual para a publicação de assuntos mais específicos.

Na área editorial, a impressão em offset domina o mercado pela facilidade de execução, pelas amplas possibilidades gráficas, (principalmente a impressão de cores), o custo e a qualidade finais. Exige a confecção de matrizes de impressão. Para suportes alternativos, diferentes de papel (plásticos e tecidos, entre outros), porém, o offset pode não mostrar-se a melhor escolha. Esta situação pode ocorrer com a produção de determinadas linhas editoriais, usadas principalmente em livros infantis. Os processos que suprem estas necessidades são geralmente a serigrafia e a flexografia.

O acabamento

Chama-se de acabamento todas as fases posteriores à impressão. No caso do livro, vai-se do corte das folhas à encadernação final, passando por outros processos, quando necessários, como aplicações, colagens e vernizes. A área editorial tem-se valido cada vez mais desses processos que, usando um termo atual de mercado, "enobrecem" a peça gráfica.

Em se tratando de livros infantis, a demanda por acabamentos pouco convencionais cresce, passando por toda uma gama de técnicas que geram novos formatos e novas formas de leitura, como abordado a seguir.

O DESIGN DE LIVROS NÃO-CONVENCIONAIS OU ALTERNATIVOS

Livros não convencionais têm, em uma proporção cada vez maior, sido explorados como importante recurso de comunicação. Essa não-convencionalidade pode caracterizar-se em diversos aspectos do livro: conteúdo, forma e modos de leitura. O teor “alternativo” nos aspectos formais do livro é característico de um trabalho de design.

No campo da literatura específica, como as artes, arquitetura e o próprio design, é comum encontrarmos projetos gráficos que não sigam as regras e convenções descritas nos itens acima, ou pelo menos não todas. Há projetos bem flexíveis, onde as páginas são quase que individualmente compostas e o uso de imagens recebe um tratamento próprio. Outros possuem uma forte relação com dada identidade visual, como é o caso de livros empresariais ou de exposições.

As técnicas gráficas: tridimensionalidade

Existem algumas técnicas gráficas que podem contribuir para uma não-convencionalidade do livro. As interações de imagem, texto e um formato diferenciado podem gerar novos conteúdos e modos de leitura.

Uma forte característica do livro convencional é a bidimensionalidade de suas páginas, resultante da planificação exigida pela folha impressa. Quando, mediante alguma técnica, saímos do formato bidimensional das páginas, criamos uma terceira dimensão, um novo plano pela interferência no plano original. Geramos tridimensionalidade (3D), a qual traz para o leitor informações que envolvem outros sentidos além da visão, ajudando a mensagem a ser entendida e absorvida.

Apesar da grande divulgação recentemente, algumas técnicas de tridimensionalidade são bem antigas, sendo encontradas em livros dos séculos XIII e XIV, período onde os livros eram produzidos artesanalmente. Com a reprodução mecanizada, os recursos de tridimensionalidade praticamente deixaram de ser usados, sendo retomados efetivamente no século XX, com alguns raros exemplos no século XIX.



Livro inglês de 1890, que apresenta técnica incomum de produção - cortes - que possibilita a montagem de diferentes imagens numa mesma página. (Fonte: Holleley, 2001).

Para o designer, as possibilidades de criação crescem ainda mais. Porém, as formas de produção destes materiais devem ser estudadas e desenvolvidas.

OS LIVROS INFANTIS

Falamos aqui dos livros onde texto e ilustração constituem-se elementos indispensáveis. São dois textos escritos em linguagens diferentes que convergem a um objetivo comum: contar uma história, fazer poesias, ensinar, divertir, etc.

Nos livros infantis as relações do livro-conteúdo com o livro-objeto acontecem desde as estruturas mais primárias. Texto, imagens, formas, texturas, papéis. Tudo fala quando o leitor é a criança. Há um complexo e amplo processo de aprendizado que se desencadeia daí: leitura da palavra, leitura da imagem e seus estilos, leitura das texturas, dos volumes, das cores.⁸

A ilustração

O termo ilustração já se consagrou no mundo do livro. É uma palavra, porém, que refere-se à imagem como elemento de enaltecimento do texto. Pressupõe um papel de ornamento, enfeite, endosso. Mas a imagem também é texto, uma vez que pertence à linguagem visual e possui significado. Assim, na nossa sociedade imagética, verifica-se uma mudança no papel de imagem em muitos livros.

“A ilustração extremamente literal ou puramente ornamental e decorativa não representa mais a diversidade, a pluralidade e a riqueza de informações visuais a que as crianças de hoje têm acesso. Informações fragmentadas pelo controle remoto e pela velocidade com que são transmitidas, superpostas e tendo as mais variadas mídias como suporte.” (Lins, 2004)

Podemos enfocar a ilustração sob dois pontos de vista: de quem as vê (a criança e também o adulto) e de quem as cria (artista, designer). Estes dois aspectos estarão sempre presentes e inter-relacionados quando tratamos da imagem no livro. Quem produz deve ter em vista o destinatário do projeto, sempre.

Sobre quem vê as ilustrações, em primeiro lugar interessa-nos a criança. Quanto a esse contato, Regina Werneck comenta: “Numa atitude ativa, a criança compara, discrimina, enumera, descreve, recria e interpreta, segundo as suas experiências prévias. Em

8 Assim também conclui uma especialista em literatura infantil:

“A literatura infantil estimula vários sentidos: seu estilo singular pode mostrar à criança uma nova gramática da comunicação sem regras muito fixas, unindo, dessa forma, o verbal, o imagético e o sensorial. Quando começa a perceber uma relação entre imagem real, imagem representada e texto escrito, a criança começa a estabelecer associações e comparações com textos-vida: inicia-se um processo de plurissignificação de sentidos. O leitor descobre que é capaz de interpretar textos. Abre-se a diversas modalidades de discurso e percebe os recursos estilísticos utilizados pelo ilustrador e pelo autor. Consegue estabelecer uma relação entre as experiências prévias com o que está aprendendo e sentindo no momento. Torna-se não só um novo leitor, mas também um novo produtor de textos. O acesso a diferentes linguagens pode proporcionar um conhecimento da própria identidade.” (Cândido, 2003)

outras palavras, a criança descobre a imagem graças à experiência que tem do mundo. Aprende, sobretudo, a se acostumar à enorme diferença que separa a realidade de sua representação". (Werneck, em Sandroni, 1986)

A autora atribui muitas ações à criança receptora do texto visual, mostrando que esta tem uma atitude ativa no processo de leitura da imagem. Na sua longa experiência com crianças, Werneck destaca que elas estruturam sua percepção de uma forma própria e precisam de tempo para reflexão sobre o que vêem, sendo um "desrespeito" bombardeá-las com perguntas assim que abrem seus livros.

"(...) O olho retoma os principais elementos construtivos e os organiza. Há então um verdadeiro processo de leitura (...). É preciso entrar na imagem e caminhar dentro dela. Trata-se de um ato que tem certa duração, que se aperfeiçoa e se atila." (Durand & Bertrand)⁹

Ampliando o assunto do público leitor, a professora e investigadora Eduarda Coquet elucida a existência de outros "leitores" para o livro infantil.

"Essa é a grande diferença de quem trabalha para crianças – não tem um público alvo, tem três: a) adultos cultural e esteticamente frágeis, b) adultos culturalmente bem informados; e, por fim, c) crianças. A ordem é mesmo essa, as crianças estão no fim da cadeia, as crianças são receptoras em segunda mão, só recebem o que os adultos, de uma ou de outra classe, lhe fazem chegar." (Coquet, 2004)

Se mudarmos o enfoque para a produção, nos deparamos com um complexo processo onde o ilustrador deve produzir, assim entendemos, para a criança, mas quem na realidade compra o livro é o adulto. A autora revela o trabalho duplo do ilustrador: comunicar-se com a criança e "educar" alguns adultos, ajudando-os a ampliar seu repertório imagético e seu modo de ver. Este é apenas o início de uma discussão longa, mas que, a grosso modo, nos faz pensar em mudanças de paradigmas hoje que refletiriam em gerações futuras, quando nossos atuais leitores tornarem-se pais, tios, professores... mais atentos às escolhas de um livro, incluindo-se aí a linguagem visual do mesmo.

A relação texto-imagem

"O texto e a imagem juntos dão ao leitor o poder de criar na sua cabeça a única história que realmente interessa. A história dele." (Lins, 2004)

As relações entre o texto verbal e visual no livro infantil são sugeridas pelos autores, tanto de um, quanto de outro, aliados à construção final do objeto livro. Porém, cabe ao

leitor infantil a construção do texto final, lido e interpretado, verbal e não verbal, numa história que pode ser diferente a cada leitura.

Quando falamos das relações entre texto e imagem no livro infantil, destacamos que estas relações podem dar-se de diferentes maneiras. Um texto interfere na leitura do outro: uma imagem legendada ou um texto ilustrado podem assumir novos sentidos, diferentes daqueles atribuídos quando estão sós. No livro infantil, enquanto alguns teóricos sobrepõem o texto verbal ao visual, este último visto como mero apelo estético, cada vez mais evidencia-se o papel da imagem como âncora do processo de leitura por parte da criança. Sobre isso, Ramos & Panozzo (2004) destacam:

“O acesso à literatura infantil contemporânea tem na imagem um primeiro elemento mediador e orientador, através da utilização do pensamento concreto e dependente das próprias experiências com o mundo. E as crianças são evidentemente espontâneas e tratam a imagem como seu principal ponto de apoio para desencadear o processo de leitura. (...) Na estrutura do texto de literatura infantil percebe-se que, em determinados momentos, a imagem antecipa sentidos revelados pela palavra, em outros, mostra sentidos paralelamente, tratando de aspectos não explicitados pelo sistema escrito; por vezes, apenas confirma as palavras, por outras, orienta a leitura. Portanto, a significação vai se constituindo pela relação de pressuposição recíproca de elementos do significante (o plano da expressão) e do significado (o plano do conteúdo). Participam tanto as dimensões da cor, da forma, da localização e até dos materiais e suportes utilizados, como as combinações das unidades da língua escrita, a seleção e organização vocabular nas estruturas sintática e semântica. Cria-se um todo articulado por diferentes unidades de significação, para engendrar sentido (...). Gostar de ver e gostar de ler são duas dimensões da apropriação do objeto livro e do texto ali contido.” (Ramos & Panozzo, 2004)

O “todo articulado”, ou seja, imagem, texto e materialidade construídos em consonância, produzem sentido, significação, enfim, leitura no amplo sentido da palavra. Essa postura das autoras, ancorada na semiótica (greimasiana), corrobora com a visão já apresentada por nós do livro como um objeto de design, onde o objeto criado deve ser concebido a pensar nos múltiplos aspectos que o envolve, sejam técnicos, estéticos, materiais ou conceituais (culturais, sociais, psicológicos). Ainda das autoras vale citar:

“O ato de ler inicia pelo contato visual e físico em que o sujeito olha e é atraído ou não pelo que vê e, na sequência, toca na capa e passa a manusear o livro. Nos processos de apreensão do livro, as significações são atribuídas pelo leitor, a partir da interação entre visualidade e palavra.” (Ramos & Panozzo, 2004)

Numa outra perspectiva da relação texto-imagem, o texto verbal pode assumir-se também como texto visual. Na perspectiva do design, essa afirmação nos é comum, uma vez que a tipografia aplicada ao texto, por si só, já é desenho. Falamos de tipografias elegantes, sóbrias, clássicas, arrojadas, displicentes... Adjetivamos a forma do texto e isto lhe compete caráter. Também a mancha gráfica gerada pelo texto tem forma! O texto não é aleatoriamente alinhado, dividido, organizado. Existe em design editorial uma preocupação com o tratamento do bloco de texto, com o tamanho das letras, com o tipo, com a legibilidade, com a visibilidade.

Há livros onde a integração do trabalho do autor e do ilustrador é tão grande (ou, mais comumente, quando são a mesma pessoa...) que há liberdade para interferências visuais no texto e este acaba por assumir-se também enquanto forma, enquanto imagem. São alterações nas linhas, tipografias, corpos, etc. A palavra, uma vez transformada em desenho, pode ser lida por dois códigos diferentes, de acordo com preparo do leitor (alfabetizado verbalmente ou não, "alfabetizado" visualmente ou não). Tais experiências permitem um contato rico da criança com o processo de leitura, talvez menos estigmatizado, menos preconceituoso no futuro. Linguagens em consonância: lê-se livros, lê-se obras de arte, lê-se imagens em movimento.

Em Chiu!, de Mafalda Milhões, a tipografia desenhada constrói também a ilustração e sua configuração na página.



OS LIVROS SEM TEXTO

Ou:

“livro de imagem, álbum de figuras, álbum ilustrado, história muda, história sem palavras, livro de estampas, livro de figuras, livro mudo, texto visual”. (Camargo, 1998).

Como vimos, a imagem tem papel fundamental nos livros infantis. Os livros sem texto primam pela exploração deste elemento e tentam potencializar, não somente o poder das imagens, mas também, em muitos deles, da materialidade do livro em si. A narração de uma história pode ser feita somente através do texto visual. Para a criança não iniciada no mundo das letras, o livro sem texto torna-se seu primeiro contato com um livro a ela totalmente “legível”.

Apesar de acessível a crianças muito pequenas (alguns são projetados para bebês), um livro sem texto pode ser uma experiência rica independentemente da idade da criança.

Fanny Abramovich, pesquisadora e escritora, comenta:

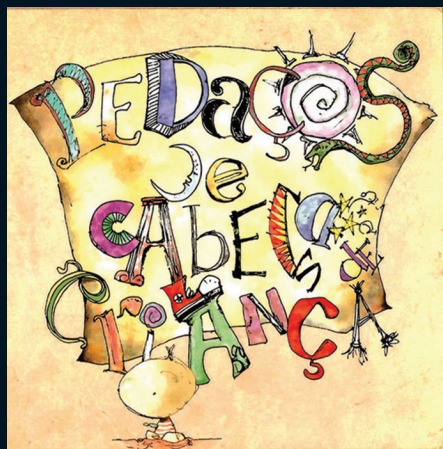
“Ao prescindir do verbo, dão (os autores) toda possibilidade para que a criança o use...oralizando estas histórias, colocando um texto verbal, desenvolvendo algumas das situações apenas sugeridas (personagens que aparecem apenas como figuração, como elemento de perturbação do todo ou para salientar um momento ou uma possibilidade insólita), ampliando um detalhe proposto e daí refazendo o todo, de modo novo e pessoal... Criando uma história a partir duma cena colocada, misturando várias, musicalizando alguma relação, sonorizando uma descoberta feita, inventando enfim as possibilidades mil que narrativas apenas visuais (quando inteligentes e bem feitas) permitem e estimulam (...). Estes livros são sobretudo experiências de olhar...De um olhar múltiplo pois se vê com os olhos do autor e do olhador/leitor, ambos enxergando o mundo e as personagens de modo diferente, conforme percebem esse mundo.” (Abramovich, 1989)

Partindo desta citação, podemos perceber a riqueza da experiência que pode ser gerada a partir de um livro desta natureza, bem engendrado, produzido e reproduzido: desenvolvimento da linguagem oral, desenvolvimento de novas situações a partir das sugestões das imagens, ampliação de detalhes, musicalização e sonorização, experimentação, enfim, invenção de uma nova história possível a cada contato com o livro. Esse tipo de livro torna a criança co-autora da obra, criadora de um texto verbal e até mesmo de outros textos visuais.

Tal resultado, porém, não é conseguido pela simples “ausência” de texto, mas mediante a criação cuidadosa de um texto visual estimulante e inteligente.



Capa e página dupla do livro sem texto *Little Star*, do francês Antonin Louchard, que conta com ilustrações expressivas e estilizadas.



Capa e página interna do livro sem texto *Pedacos de Cabeça de Criança*, criado pelos designers Vitor Nascimento e Carolina Gonçalves quando alunos do curso de Design da Unesp-Bauru.

O professor francês Bruno Duborgel (1992) apresenta uma interessante abordagem do livro sem texto e levanta os problemas concernentes aos livros de imagem mal direcionados, usados apenas para reforço da “relação palavra-coisa-imagem”. Este é, segundo o autor, o papel desempenhado por muitos dos livros para os pré-escolares. Nestes livros, a imagem é clara, unívoca, precisa, denotativa e referenciada. Assim como o será a linguagem verbal que virá logo a seguir. Não há espaço para as ambiguidades. Há um modo específico de relação com o mundo: pela imagem e pela palavra (verbalizada e posteriormente escrita). Através destes – imagem, depois palavra – o mundo deve ser conhecido (enciclopédia) e representado (imagem figurativa):

“A cada coisa sua realidade, a cada realidade a sua definição, a sua reprodução plástica e verbal e, posteriormente, a sua descrição minuciosa seguida da sua representação científica. As palavras, as imagens, e as coisas formam um triplo espelho de “real” no primeiro grau do seu registo “objetivo e genérico”. (Duborgel, 1992).

Contudo, segundo o autor, as imagens representadas nestes livros estão despojadas de subjetividade, de emoção, de ilusão, de “erros” e de imaginação. São definições “refeitas e recoloridas em linguagem plástica”. Estão mortas. A função da imagem, neste espírito, é colar-se ao real e à palavra, ser desta um esteio, num processo de acompanhamento, livro a livro, fase a fase, até desaparecer, como sinal de maturidade do processo da leitura e escrita.

“As imagens, são, assim, ‘textos em imagens’ e formas de preparar a criança tanto para o acesso ao texto quanto para o abandono das imagens”. (Duborgel, 1992)

Neste raciocínio, com o passar do tempo o álbum de imagens cede lugar ao livro ilustrado que, por sua vez, o cederá ao livro sem imagens. Como se num processo “natural”, a imagem vai de texto visual, nos livros sem texto, ao papel de quase substituta do texto, sustentando-o enquanto ilustração, nos álbuns ilustrados. Depois, torna-se menos abundante e mais pontual. Passa a ser chamariz, motivação, pausa ou repouso da leitura. Prediz, confirma ou direciona o que é importante na leitura. Aos poucos, com “um livro para cada idade”, os papéis vão se invertendo, até que a imagem cede seu lugar ao verbal, definitivamente. No máximo, passa a ser adorno ou decoração. E a primazia da linguagem verbal estabelece-se. Assim, separar a imagem do texto seria um ato de “crescer”, de deixar o mundo infantil.

Dentro deste processo diagnosticado com pesar e críticas por Duborgel, o autor postula que a imagem considerada “ideal” nesta filosofia pouco espaço dá para a imaginação, reforçando simplesmente uma pedagogia da observação. A imagem não é usada, portanto, como um meio para criar um mundo, mas para reproduzir, analisar e

classificar as coisas do mundo. Não mostra o novo, apenas regulamenta o domínio do conhecido. É “menos uma linguagem específica do que uma reprodução provisória das palavras e das coisas.” (Duborgel, 1992)

Nesta perspectiva, o livro de imagens seria “um livro que não o é, mas que prepara para aquilo que será o livro. É um simulacro do livro e um livro que corre sempre o risco de ser um livro de simulacros.” (Duborgel, 1992)

Duborgel não contesta o papel importante que os livros iniciais tem na formação da criança, ao contrário, reforça a existência de outra “classe” de livros de imagem, os quais apresentam uma filosofia bem diferente.

“Ler as imagens é comunicar com as suas propostas de beleza, de jogo, de prazer visual, de analogias, de conotações, de evasão, de distanciamento do real, de significados, de onirismo, de desvios, de símbolos, de perspectivas oblíquas sobre o quotidiano, a realidade e a vida, de impressões, de expressões, de sugestões, de interrogações. Assim reenraizadas nas suas funções mais importantes, as imagens plásticas formam em si um ‘livro’, quer elas estejam relacionadas com um texto, quer elas constituam o único material da ‘língua’ do livro.” (Duborgel, 1992)

Concluindo, a “imagem ideal” do livro passa a ser aquela resultante do ato produtor de artistas que não falsificam seu talento, criando uma imagem que imita a criança, ou uma arte “para criança”. No contato com a imagem, a criança deve ser convidada a alargar seus horizontes e não a permanecer no nível em que já está. A imagem deve ser libertada do “grafismo infantilizado”, do “realismo mediano e medíocre”, dos “clichês gráficos” que limitam a imaginação (por exemplo, os desenhos ao estilo Disney e outros personagens da mídia).

“A imagem consegue reencontrar, uma vez ultrapassada essa falsa tradição onde ele se tinha esclerosado e deformado, as forças que possuíra... Ela fornece à criança os seus primeiros companheiros de sonho, de beleza, de sensibilidade e de estilo.” (Duborgel, 1992)

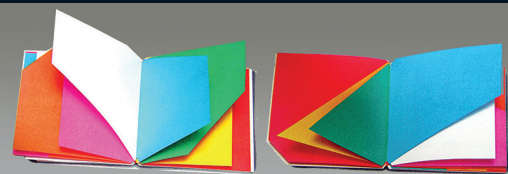
Hoje já foram editados no Brasil livros sem texto às centenas. Outro país que tem tido uma rica produção são os Estados Unidos. Parece-nos que os livros sem texto também não são muito utilizados nas escolas e pré-escolas, mesmo no Brasil, com a grande oferta de livros. Constatamos essa realidade em pesquisa recente que realizamos junto a crianças em pré-escolas brasileiras e portuguesas¹⁰. Vale destacar que, nos livros sem texto, não só no Brasil, uma grande quantidade de autores são designers.

Os livros sem texto, porém, ainda estão à margem do estatuto de livro na classificação de muitos.

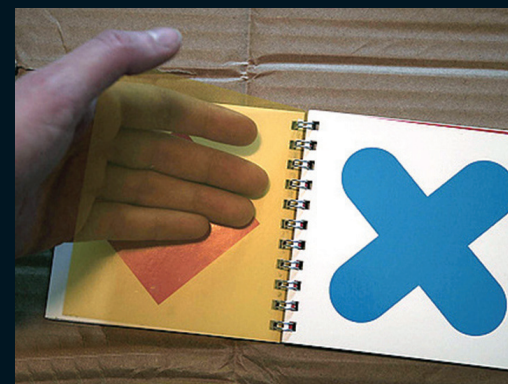


Capa e página interna do livro sem texto brasileiro *O Rouxinol e o Imperador*, de Taisa Borges, adaptação visual do conto de Andersen. As imagens são ricas e cheias de simbologias.

10 Trabalho já citado na primeira nota deste texto.



Livro Ilegível, de Bruno Munari, primeira edição de 1949, reeditado em 2005 pela italiana Corraini (fonte: Yokoiama, 1989).



Edição mais recente dos pré-livros. Os materiais alternativos são um marco neste trabalho pioneiro de Munari (fotografia: Lombardi).

OS LIVROS INFANTIS DE BRUNO MUNARI

Um destaque importante no *hall* de designers-autores de livro infantil, com e sem texto, é Bruno Munari (designer italiano falecido em 1998, nome importantíssimo dentro da história e do ensino do design). Em seu livro “Das coisas nascem coisas” (Munari, 1981), ele narra seu rico trabalho dirigido às crianças: livros ilustrados, livros sem texto e pré-livros.

No livro que chamou de ilegível, Munari fez da variação de papéis e formato das páginas o principal elemento comunicante da peça. Variou texturas, espessuras, cores e formas, criando ritmo de leitura e desenhos diversos em cada página. A leitura, visual, pode ser iniciada de qualquer página, a qualquer hora. Não há textos. O primeiro livro desta série foi criado em 1949 e publicado em 1953, numa tiragem de 2000 exemplares, por uma editora de Amsterdã (Steendrukkerij de Jong & Co) e exposto no Museu de Arte Moderna de Nova York em 1955. Este mesmo livro foi reeditado em 1988, pela editora milanese Arcadia e depois, pela Corraini Edizione, de Mantova, Itália. Outros livros ilegíveis foram editados e reeditados desde então, variando-se temáticas e materiais.

Munari desenvolveu ainda um rico portfólio na área de livros infantis com texto, sempre potencializando os elementos produtivos do livro, como o uso de papéis diversos e técnicas de tridimensionalidade. Muitos deles foram recentemente reeditados pela Corraini. As edições brasileiras de alguns destes livros também são fato recente.

Todo pré-livro é um livro sem texto, mas nem todo livro sem texto é um pré-livro. Usamos aqui o conceito idealizado por Munari, que chamou de pré-livros (prelibri - pre-books - prelives - vorbücher) uma coleção de livros sem texto que criou. O designer italiano tentou explorar no livro, não o texto e seus estilos literários, mas a materialidade do mesmo. Na obra de 1981, já citada, Munari revelava a sua preocupação: “Pouco interesse se tem pelo papel, pela encadernação do livro, pela cor da tinta, por todos aqueles elementos com que se realiza o livro como objeto.”

A sua proposta foi verificar a possibilidade de usar o objeto livro como linguagem visual, experimentando as potencialidades comunicacionais, visuais e táteis dos seus meios de produção. A proposta do pré-livro vai além do livro simplesmente ilustrado, sem textos. Vai além do uso das imagens impressas sobre papel. Extrapola a imagem e aflora a materialidade do objeto livro. É este o ponto que faz do pré-livro uma experiência peculiar.

Bruno Munari criou 12 livros de tamanho igual, originalmente com um único texto na capa: o título “Livro”. Cada um destes livros explorou materiais, texturas e encadernações diferentes, indo do uso da madeira ao acetato como base para as páginas, passando pelo couro, cortiça, tecidos... e inserindo-se outros materiais no seu interior, como lixas, plumas, barbantes, etc. Os protótipos foram submetidos à apreciação de um grupo de crianças e depois editados pela Danese, de Milão, em 1980. Novas edições foram produzidas, sendo a mais recente feita pela Corraini Edizione, italiana, com a terceira reimpressão datada de abril de 2008.

Assim, a proposta dos pré-livros é resgatar o processo de conhecimento de mundo da criança em objetos que explorem todas as suas fontes de percepção e que se relacionem de alguma forma com livros. Este fator visa introduzir a criança no mundo da leitura, que posteriormente será também verbal. O pré-livro, portanto, cumpre duas tarefas: aumenta a criatividade e o conhecimento sensorial da criança no seu sentido mais amplo e cria nela o gosto pelo objeto livro, visando evitar um futuro desprazer pela leitura.

CONCLUSÕES E RECOMÊÇOS

Esse levantamento sobre os diversos tipos de livros e suas relações com o design nos levaram a vários questionamentos e algumas respostas.

Na pesquisa já citada e recentemente concluída, interagimos com crianças de 3 a 6 anos em diferentes escolas, no Brasil e Portugal. Foi desta experiência que amadurecemos muitas das colocações apresentadas neste texto.

Muitos dos paradigmas referentes às imagens para a infância no que diz respeito aos gostos e preferências infantis e às capacidades de leitura visual da criança parecem-nos estar em caminho de mudança, desde que se apresente a elas novas oportunidades e se reflita sobre um “alfabetismo visual” já há muito tempo mencionado, mas ainda pouco utilizado, pelo menos em nosso universo de pesquisa, o qual vamos ainda continuar explorando.

Percebemos que as imagens apresentadas nos livros infantis, com ou sem texto, bem como seus atributos gráficos e materiais, podem contribuir em muitos dos aspectos da formação da criança, ampliando seus modos de ver e ler. Assim, num mundo em que, apesar do bombardeio gráfico que todos nós sofremos, não se valoriza a leitura do texto visual, a importância do designer na criação de material gráfico rico para a infância é inegável.

O designer deve ver-se como alguém que não projeta simplesmente objetos e informações, mas produz bens culturais e, como tal, deve a cada projeto mergulhar em mundos diversos para extrair, de diferentes contextos e áreas do conhecimento, informações, referências, imagens, palavras, sensações, formas, cores, enfim, conteúdo. Este é o ponto que difere o projeto de design da criação corriqueira, técnica e mecanizada – ou melhor, informatizada.

Se o usuário do produto de design é a criança, podemos perceber que o designer tem, antes de projetar, mundos a descobrir. Ao projetar, tem sobre si responsabilidades para com esse público, em não apenas servir a sistemas e padrões pré-estabelecidos e perpetuados, mas participar da construção de novos conceitos, novas formas de pensar, novas maneiras de desenvolver os potenciais presentes na infância, através do mundo material e imagético que as crianças acedem.

BIBLIOGRAFIA IMPRESSA

- ABRAMOVICH, Fanny. *Literatura infantil: gostosuras e bobices*. São Paulo: Editora Scipione, 1989.
- ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: EDUSP, 1980.
- CAMARGO, Luís. *A ilustração no livro infantil*. 2ª edição. Belo Horizonte: Editora Lê, 1998.
- COLOMER, Teresa (org.). *Siete llaves para valorar las historias infantiles*. Colección Papeles. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2002.
- COQUET, Eduarda. *A narrativa gráfica. Uma estratégia de comunicação de crianças e de adultos*. Braga: Centro de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2000.
- COQUET, Eduarda. *Eu gosto dessa porque tem uma menina com neve na cabeça*. Solta Palavra, boletim no. 6. Porto: CRILIJ, 2004.
- DROST, Magdalena. *Bauhaus: 1919-1933*. Köln: Taschen, 2006.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1991.
- DUBOGEL, Bruno. *Imaginário e Pedagogia*. Coleção Horizontes Pedagógicos. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.
- SCOREL, Ana Luisa. *O efeito multiplicador do design*. 3ª. Edição. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- FURTADO, José Afonso. *Os livros e as leituras. As novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, 2000.
- GOMES, José Antonio. *Manuela Bacelar: da ilustração ao álbum*. Solta Palavra, boletim no. 6. Porto: CRILIJ, 2004.
- GRUSZINSKY, Ana Cláudia. *Design gráfico: do invisível ao ilegível*. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2000.

- HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- HOLLELEY, Douglas. **Digital book: design and publishing**. New York: Clarendon & Cary Graphic Arts Press, 2001.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.
- JACQUES, João Pedro. **Tipografia pós-moderna**. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 1998.
- JIMÉNEZ, Carmen Días. **Alfabeto Gráfico: Alfabetización visual**. Proyecto Didáctico Quirón (coleção). Madrid: Ediciones de La Torre, 1993.
- LINS, Guto. **Livro infantil? Projeto gráfico, metodologia, subjetividade**. São Paulo: Editora Rosari, 2004.
- MAIA, Gil. **Entrelinhas: quando o texto também é ilustração**, em Actas do Encontro de Leitura, Literatura Infantil e Ilustração – Investigação e Prática docente. Braga: Universidade do Minho, 2003.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- SANDRONI, Laura. MACHADO, Raul (org.). **A criança e o livro: guia prático de estímulo a leitura**. São Paulo: Editora Ática, 1986.
- SATUÉ, Enric. **El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días**. Madrid: Alianza, 1994.
- VIEIRA, F. L., Martins, M., Coquet, E. **Leitura, Literatura Infantil e Ilustração**. Braga: Centro de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2002.
- VILLAS-BOAS, André. **Utopia e disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- WERNECK, Regina Yolanda. **A importância da imagem nos livros in SANDRONI, Laura**, 1986.
- YOKOYAMA, T. **The best of 3D books**. Japão: Rikoyo-sha Publishing, 1989.

BIBLIOGRAFIA DIGITAL

- CÂNDIDO, Amelia Fernandes. **Mais além: a especificidade da literatura infantil como instrumento de estímulo ao desenvolvimento da linguagem**, Dobras de Leitura, ano IV, número 16, 2003, em www.dobrasdaleitura.com, acessado em abril de 2008.
- DOMICIANO, C. L. C., COQUET, E. **Livros sem texto para crianças pré-escolares: produção e leitura**. 16º Congresso de leitura do Brasil. Campinas: UniCamp, 2007, em www.alb.com.br/anais16/sem13pdf.
- DOMICIANO, C. L. C., COQUET, E. **Livros infantis sem texto: modos de leitura**. Atas digitais do 1o Congresso Internacional em Estudos da Criança: Infâncias possíveis, mundos reais. Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2008.
- DOMICIANO, C. L. C., COQUET, E. **Livros infantis sem texto: dos pré livros aos livros ilustrados**. Tese de doutoramento. Braga, Portugal: Universidade do Minho, Instituto de Estudos da Criança, 2008. Disponível em formato digital: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8528>

RAMOS, Flávia Brocchetto; Panozzo, Neiva Senaide Petry . ***Entre a ilustração e a palavra: buscando pontos de ancoragem***, em *Espéculo*. Revista Digital trimestral de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid, 2004, Disponível em http://www.ucm.es/info/especulo/numero26/ima_infa.html, acessado em fevereiro de 2008.

SATUÉ, Enric. ***O primeiro editor: Aldo Manuzio e a aventura do livro***, 2005, em <http://www.ob-servatoriodaimprensa.com.br/artigos>, acessado em abril de 2008.



CASSIA LETÍCIA CARRARA DOMICIANO

Professora do curso de Design da Unesp-Bauru desde 1995. Graduada no mesmo curso onde leciona, fez mestrado em Desenho Industrial pela Unesp e doutorado em Estudos da Criança - Comunicação e Expressão Plástica - pela Universidade do Minho, Portugal. É coordenadora desde 2001 do laboratório “Inky Design - Prof. José Luiz Valero Figueiredo”, onde trabalha com equipe de alunos em projetos de design gráfico impresso. Desenvolve pesquisas nas áreas de Produção Gráfica e Design Editorial, com um particular interesse nos produtos gráficos para as crianças.



PRÉ-LIVRO: PROJETO EXPERIMENTAL PARA DESIGNERS EM FORMAÇÃO

Livro e design, essas palavras me acompanham. Nos meus tempos de aluna do curso de design - então chamado Desenho Industrial, habilitação em Programação Visual - em meio a identidades visuais, sinalizações, cartazes e muito desenho técnico, fiz um trabalho bem diferente, experimental: um pré-livro, onde além de papel, usei algumas sucatas, botões e... gel para cabelo! Foi um exercício inspirado nos projetos de Bruno Munari, cuja importância para a história e teorias do design são inegáveis. Tempos depois estava eu diante da tarefa de ministrar a mesma disciplina aos meus próprios alunos, na mesma universidade, a Unesp de Bauru.

(...)

1 Um registro inicial pode ser encontrado em: Domiciano, C. L. C. O Designer e a Produção Editorial: do Livro ao Pré-livro. Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, Faculdade de Belas Artes do Instituto Alvares Penteado, 2004

Contei durante um bom tempo com o apoio do meu mestre, então transformado em colega de departamento e amigo, o professor José Luiz Valero Figueiredo. Diante do programa iniciado por ele, vi-me desafiada por aquele objeto, tão rico, tão pouco ortodoxo, sem grids ou letras legíveis. Livro e brinquedo, livro e jogo, livro e histórias sem fim.

As possibilidades dos pré-livros me envolveram durante muito tempo. Seja em pesquisa, seja em prática, acompanhando a criação de dezenas deles por ano. Também o livro infantil com e sem texto me cativou. Foram muitos os projetos de conclusão de curso orientados, onde a experiência é ainda mais consistente. Anos de investigação foram transformados em artigos, apresentados em congressos, defendidos em tese. Mas da experimentação singela da sala de aula quase nada registrei! Aproveito essa oportunidade onde a experiência didática é o destaque, para dividir de maneira mais completa o processo de criação e execução de alguns pré-livros especiais e marcantes.

PESQUISAS PRELIMINARES

Ao assumir a disciplina de Produção Gráfica e manter como exercício a produção de pré-livros, senti a necessidade de entender melhor não só esse objeto, mas suas possibilidades enquanto produto de design, experimentação metodológica e projeto voltado a um público bem específico e especial: as crianças.

Sempre acreditando na importância da pesquisa antes da criação, pude estruturar a disciplina contemplando a busca de conhecimento do designer em áreas diversas – multidisciplinares – para dar consistência a seus projetos.

Assim, além do resgate de teorias do design consideradas fundamentos para a construção da mensagem gráfica – talvez esquecidas pelos alunos do 3º ano do curso (onde a disciplina se localiza no novo currículo do curso, agora chamado Design) ou, mais ainda, do 4º ano (quando a disciplina acontecia no currículo anterior) – valorizei passeios pela psicologia, pedagogia, arte-educação, literatura e demais áreas necessárias para cada tema proposto, para cada ideia individual.

Os fundamentos do design

Iniciando minha carreira docente em 1995, percebi bem as diferentes abordagens dadas ao que chamamos de fundamentos.

Capa: Livro de Patrícia Pimenta Medeiros lido por Leonardo em sala de aula da Unesp (foto da autora).

Formei-me designer estudando Kandinsky (e outras figuras da Bauhaus) e Bruno Munari, além da forte linha de descrição da forma abordada por Donis A. Dondis. Esta última, numa influência da Gestalt e do trabalho de Rudolf Arnheim, apresenta com muita clareza os elementos da linguagem visual e suas articulações enquanto técnicas de composição².

Ao assumir disciplinas ligadas à criação e composição gráfica do espaço impresso (chamadas no currículo de Design Gráfico de “Produção Gráfica” e “Projeto”), busquei na mesma fonte minhas primeiras aulas. Com o desenrolar dos anos 90 e 2000, vi, porém, muito destes teóricos serem, como eu costumo dizer, “jogados na fogueira” da reação pós-moderna. Os questionamentos sobre essa “descrição” da forma e da sua percepção por parte do receptor da mensagem foram intensos. Vivemos anos de experimentação e libertação das muitas regras de “bom” design que nos envolviam. Nesse “vale tudo” gráfico, muito de positivo ficou, mas vivíamos um período de alguma ausência teórica, onde tudo parecia incerto.

A partir de 2005, aproximadamente, alguns designers-pesquisadores começaram a posicionar-se diante de um tempo que já podia ser visto e analisado pelo lado de fora. O chamado “design pós-moderno” já não se encaixava numa visão contemporânea do design. Muitos livros passaram a revisar a história do design, entendendo como conquistas toda construção teórica e prática de um “design moderno” e também a liberdade alcançada por um “design pós-moderno”.

Autores como Ambrose & Harris (2009), Ellen Lupton (2008), Thimoty Samara (2008), Phillip Meggs (2009)³, entre outros, passaram a revisar a história recente do design e a revisitar conceitos “antigos”, como os elementos fundamentais de construção da forma, as forças compositivas, o papel dos grids, da tipografia, das cores e das imagens na construção gráfica.

Lupton & Phillips (2008) comentam que os designers da Bauhaus acreditavam não apenas numa maneira universal de descrever a forma, mas também na interpretação universalizada. Já a reação pós-moderna deu-se numa forte rejeição a uma comunicação universal. Como essa ideologia pós-moderna dominou a academia dos anos 80 ao início dos anos 2000, o trabalho dos designers prendeu-se às referências culturais e criação de mensagens cada vez mais dirigidas e restritas a leitores específicos. Hoje essas referências tem sido repensadas e o que se nota em termos bibliográficos é uma revalorização de conceitos ligados a um design mais universal, onde a forma é descrita, inclusive, pelo seu próprio processo de criação e produção com o auxílio de

2 O livro de Dondis citado é o conhecido *Sintaxe da Linguagem Visual* (primeira edição: Massachussetts, 1973), editado e reeditado no Brasil pela editora Martins Fontes (última edição data de 2007). Já Rudolf Arnheim possui uma bibliográfica ampliada. Seu livro considerado mais completo é *Arte e Percepção Visual*, editado pela primeira vez no Brasil pela EDUSP, em 1980.

3 As datas das primeiras edições destes livros são, respectivamente, 2003, 2008, 2008 e 2007.

tecnologias. Já a recepção da forma hoje é vista como um processo bem mais complexo que o descrito pelos primeiros gestaltistas.

"Num retorno à Bauhaus, livros básicos de design vem recorrendo, sem cessar, a elementos como ponto, linha, o plano, a textura e a cor, organizados em princípios de escala, contraste, movimento, ritmo, equilíbrio." (Lupton & Phillips, 2008)

Diante de retomadas e mudanças, uma visão da evolução do design gráfico e a discussão de conceitos e teorias na contemporaneidade passaram a ter um papel importante nas disciplinas de produção gráfica. Exercitar o olhar para ver e analisar as diferentes formas de composição gráfica e seus elementos e projetar sobre diferentes posicionamentos e conceitos precedem o exercício citado de criação de um pré-livro em sala de aula.

O leitor dos pré-livros

Procurando um aprofundamento da atividade projetual, que considera o usuário como foco central da busca de soluções para produtos - quer objetos, quer produtos de comunicação ou informação - passamos a estudar e interagir com crianças no processo de desenvolvimento de objetos de design. Desde que este estudo foi por nós iniciado, não mais paramos de nos envolver com o universo infantil: rico, complexo, amplo e profundo. Mantemos um estudo multidisciplinar, na busca de construir um repertório diversificado e apropriado para enriquecer e consolidar o processo criativo e projetual.

As teorias relativas à criança, dentro de áreas como a pedagogia, a psicologia, arte-educação e literatura infantil são abordados pelos alunos do curso de design em pesquisa e seminários. A diversidade nesta área faz com que também haja abordagens diversas em sala de aula, tornando o conteúdo mais rico.

Tenho pesquisado também novas áreas do estudo da criança na contemporaneidade⁴. Algumas não vêm apenas enriquecer às descobertas da psicologia ou fornecer novas aplicações pedagógicas, mas apontam mudanças profundas nos paradigmas pelos quais se vê e enquadra a criança na sociedade. Há um crescente interesse pela criança contextualizada num mundo atualizado e globalizado.

Segundo Sarmiento (in Dornelles, 2007), as novas perspectivas para ver a criança passam pelos estudos das Ciências da Educação (Sociologia da Educação, Tecnologia da Informação, Comunicação e Expressão Artística), pela Sociologia da Infância e Antro-

4 Em Domiciano, 2008. Tese de doutorado.

pologia, áreas que se juntam à psicologia para vislumbrar a criança como um todo em estudos multidisciplinares.

Na contramão das posições perpetuadas por anos - da criança como uma mera receptora das ações, ensinamentos e direção dos adultos, um ser ainda indefeso, incompleto, um "vir a ser" - as novas pesquisas na área da infância reposicionam a criança como um ser produtor de cultura.

"As crianças são produtoras culturais. Não são receptáculos passivos das culturas adultas, mas sujeitos ativos na produção cultural da sociedade, recebendo através das múltiplas instâncias de socialização cultural as culturas socialmente construídas e dissimuladas, que interpretam de acordo com seus códigos interpretativos próprios." (Sarmiento, in Dornelles, 2007)

Uma nova visão sobre a infância é instaurada, onde a criança encontra-se num processo de apropriação, reinvenção e reprodução, principalmente através das linguagens e das rotinas culturais.

"A criança recebe, transforma e recria aquilo que absorve, modifica e dá-lhe novo significado. Não é possível continuar a falar de infância, mas de infâncias, assumindo-se que ela varia de cultura para cultura, de sociedade para sociedade, e mesmo dentro de grupos aparentemente uniformes." (Trevisan, in Dornelles, 2007)

Outro ponto de preocupação de novos estudos é com a sociedade globalizada e seu impacto na criança, ou a própria influência da criança nessa sociedade. Para a indústria cultural e a sociedade capitalista, a criança é uma polpuda fatia de mercado, de consumo: as crianças vivem um processo de "adultização precoce". (Sarmiento, in Dornelles, 2007)

Com a globalização dos meios de comunicação, o estilo de consumismo associado às sociedades capitalistas difundiu-se do centro para a periferia.

"O mercado infantil adquiriu uma importância extrema, sobretudo por duas razões: pelo impacto que as mensagens dirigidas às crianças têm junto delas e pelo papel que as crianças podem desempenhar ao influenciar a compra de produtos pelos pais." (Trevisan, in Dornelles, 2007)

5 Museo dei Bambini – MUBA, instituição sediada em Milão especializada na realização de exposições interativas para crianças (site: www.muba.it).

6 A Associazione Bruno Munari foi fundada em 2001 pelo filho de Bruno, Alberto Munari. Entre outros projetos, procura divulgar o Método Bruno Munari. (site: www.brunomunari.it).

7 Editora italiana responsável pela edição de mais de 60 títulos de Munari, mantendo sua obra disponível. O designer cuidou da imagem da editora por mais de 20 anos.

Um outro ponto de destaque nas pesquisas recentes sobre a infância enfatizam a voz da criança e suas expressões também através dos processos de representação e dos artefatos produzidos. As ações infantis são dotadas de sentido. Os desenhos da criança, por exemplo, manifestam várias esferas culturais: a família, a cultura local, a cultura nacional, a cultura escolar, a cultura global (George Simmel, citado por Sarmento, in Dornelles, 2007), e todo o universo simbólico do qual a criança faz parte.

Livro, Pré-livro e livros experimentais

O livro convencional enquanto objeto de design também é abordado na disciplina em questão. Desenvolvemos desde o livro convencional, com sua história de séculos atrelada à tipografia, até a libertação gráfica do livro do século vinte e as experiências e a virtualização do livro do século XXI.

Acreditamos que o designer deve dominar o objeto livro em suas diferentes facetas. A escolha, porém, de valorizar o mais tátil de todos os livros reforçou-se no estudo da própria criança, rapidamente citado acima, e da importância de valorizar o ser infantil em todos os seus aspectos e sentidos. Outro fator que valoriza os pré-livros enquanto projeto é a experimentação. O aluno de design chega aos últimos anos de curso cheio de “cartas na manga”, soluções pré-concebidas, fórmulas e templates que resolvem a maior parte de seus produtos gráficos. Com o pré-livro, uma nova forma de fazer acaba por ser necessária: o público é diferente, as possibilidades de materiais e suportes são diversas e os processos necessários à produção do projeto muitas vezes estão por ser criados. Assim, novas posturas metodológicas acabam sendo desenvolvidas e adotadas.

Revalorização de Bruno Munari

Nessa onda de revisão de conceitos, esbarramos também numa revalorização de nomes da história do design. Um deles é justamente Bruno Munari, autor dos pré-livros que nos inspiraram neste exercício didático.

Munari tem sido intensamente homenageado, estudado e reeditado pelos seus conterrâneos italianos (MUBA - Museo dei Bambini⁵, ABM - Associazione Bruno Munari⁶, Editora Corraini⁷). Novas facetas apresentam-se a medida que sua obra teórica e prática vai sendo revisitada.

Uma destas redescobertas é seu trabalho junto às crianças e o desenvolvimento de produtos para elas. É indispensável ao aluno que cria pré-livros conhecer a obra de Bruno Munari e as motivações iniciais que o levaram a criar esse projeto. Já tratamos dessas motivações em livro anterior⁸, mas Munari continua a surpreender. Seu filho, Alberto Munari, psicólogo e epistemólogo, organizou, inclusive, o “método Bruno Munari”, onde a brincadeira, os jogos e o toque são primordiais para incentivar a descoberta e a interpretação infantil. As crianças são motivadas, inclusive, a fazer seus próprios pré-livros.

Recentemente recebemos no Brasil uma exposição⁹ que mostra um pouco deste universo proposto pelo designer há tantas décadas e que, talvez somente agora, seja entendido na sua totalidade. Prova que ele estava mesmo à frente do seu tempo. As figuras de 1 a 17 procuram dar uma idéia melhor sobre os conceitos deixados por Munari e explorados em “Proibido não Tocar”.

É importante registrar que outros autores usaram também da linguagem dos livros para expressar ideias não verbais, ainda que não visando um público específico, infantil, como a artista plástica brasileira Lygia Pape e seu Livro da Criação (1959/1960), criado quando a artista participava do movimento Neoconcreto.

8 Em Domiciano at al, 2010, páginas 138 e 139.

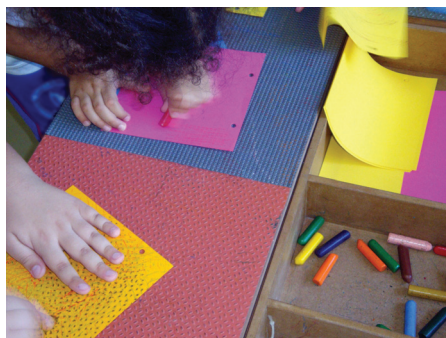
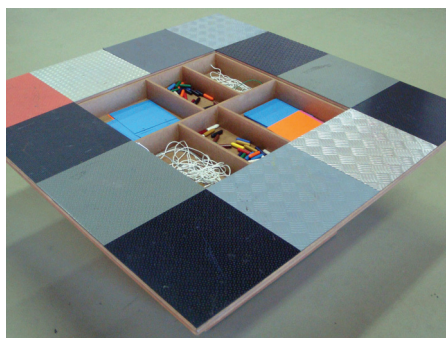
9 A exposição “Proibido Não Tocar” foi organizada pelo MUBA e pela ABM, e recebida no Brasil pelo SESC. Circulou por várias cidades do estado de São Paulo em 2009. As imagens de 1 a 17 são fotografias feitas pela autora no Sesc de Bauru.



Figuras 1 a 6 Livro Toc-Toc, de Bruno Munari (Editora Corraini, 2008), disponível para ser lido e tocado na visita à exposição “Proibido não Tocar”. O livro é cheio de elementos feitos para despertar a curiosidade da criança leitora: papéis em formatos diferentes, pequenas janelas, encartes, dobras.



Figuras 7 e 8 Crianças interagem com um espaço tão tátil quanto os livros de Bruno Munari.



Figuras 9 a 12 Mesa usada para a construção de pré-livros. Diferentes materiais permitem a criação de páginas experimentais, posteriormente encadernadas pela própria criança.



Figuras 13 e 14 Uma “árvore” foi montada para os 12 pré-livros de Munari. Os pequenos livros, em materiais diversos, encontravam-se pendurados para uma leitura diferenciada.



Figuras 15 a 17 Projeto “Menos é Mais”, onde páginas com figuras em transparências podem ser escolhidas e sobrepostas, permitindo a criação de histórias e novas ilustrações. Novo suporte e a presença da luz são os elementos de inovação em um projeto pioneiro.



Figura 18 Criança vasculha cada parte do livro, feito de materiais bem alternativos, no uso de uma “metodologia às avessas” (foto de experiência de leitura feita pela autora em 2003)

METODOLOGIA “AS AVESSAS”

Toda essa pesquisa teórica, a busca e análise de referências e os trabalhos anteriores realizados na disciplina - como criação de capas e demais elementos que compõem o projeto gráfico de livros convencionais - fazem parte do processo necessário que prepara o aluno para um projeto mais experimental.

Ao longo destes anos, porém, percebo que o início do processo de criação do pré-livro não é fácil ao aluno. Alguns vícios já foram estabelecidos. Mal se pensa em um projeto e o designer já se coloca à frente do computador, com todo o aparato de programas ativado.

Comecei a refletir sobre esse processo diante de um aluno que não conseguia criar. As linguagens gráficas por ele utilizadas, até mesmo as mais básicas, como lápis e papel, não o ajudavam. Sugeri-lhe então um passeio pelo centro da cidade, incluindo visitas à lojas de armarinhos, lojas de tecidos, papelarias e lojas de baixo custo (as chamadas “1,99”). Pedi-lhe que “conversasse” com os materiais. O resultado foi surpreendente e aprovado por um bom número de crianças que interagiu com seu livro: o cotidiano registrado através do tecido xadrez da toalha da mesa da cozinha, da cortina plástica do box do banheiro, da textura dos papéis de parede, dos pêlos de um bicho de pelúcia e outros tantos pequenos objetos cotidianos que acabaram por compor um livro cheio de taticidade e interação. Não recorro o nome deste designer, mas ficaram as fotos de seu trabalho e a experiência de um processo de criação que se iniciou pelo material final de confecção do objeto.

Portanto, pensar um produto cuja materialidade e taticidade são o foco exige muitas vezes uma postura metodológica diferenciada. O paradigma “levantamento do problema – esboços – protótipos – soluções” acaba não funcionando em muitos destes projetos e há a necessidade de aplicar uma “metodologia às avessas”, onde materiais e materialidade “falam” ao criador.

Uma pesquisa de possibilidades, de processos de impressão e acabamento, de papéis, tecidos, materiais sintéticos, naturais, duros, maleáveis, foscos, transparentes, etc aliada à uma concepção criativa de um texto visual, constroem um mundo de possibilidades para o leitor que vê e toca o livro.

Essa experiência metodológica é para mim um dos pontos altos do exercício com o pré-livro. A busca, inclusive, de uma nova forma de fazer, produzir e reproduzir pode gerar novos processos gráficos. Afinal, estes surgem da necessidade humana de comunicar-se e expressar-se para um número maior de pessoas, através de ferramentas de reprodução.

EXPERIÊNCIAS DE LEITURA

A partir de 2002, aproximadamente, introduzi no projeto dos pré-livros uma experiência de leitura dos trabalhos produzidos por crianças. A princípio, estabelecemos uma parceria com o CCI (Centro de Convivência Infantil) da Unesp, campus de Bauru. Essa excelente escola infantil atende aos filhos de professores e funcionários da universidade. Realizamos leituras livres, onde as crianças, divididas por idade, desfrutavam de toda a produção de pré-livros do semestre. Os autores podiam observar o resultado de seus trabalhos junto ao público leitor de destino. Muitos tinham pouco contato com crianças e esta experiência foi gratificante.

No ano de 2005, outra escola nos abriu espaço para a atividade (Recanto das Ovelhinhas – escola particular de Bauru) e novamente o retorno foi muito positivo. Nos últimos dois anos, temos levado à sala de aula crianças para desfrutar da leitura dos pré-livros e ter contato direto com os autores das obras.



Figura 19 Criança e um pré-livro, onde as imagens são costuradas na página pelo leitor (foto de experiência de leitura feita em escola de Bauru em 2004)



Figura 20 O pré-livro aproxima criança e adulto no processo de leitura (foto de experiência de leitura feita em escola de Bauru em 2005)



Figura 21 Crianças interagem com um pré-livro, transformando-o num brinquedo coletivo (foto de experiência de leitura feita em escola de Bauru em 2005)



Figuras 22 e 23 Criança mergulha no "mundo do pré-livro", transformando-se num personagem do mesmo (foto de experiência de leitura feita pela autora em 2005. Livro "Festa", de Ricardo Rinaldi)



Figuras 24 e 25 As leituras proporcionaram aos futuros designers uma visão diferenciada dos resultados dos seus projetos. Danielle de Almeida Pacheco Thomaz observa junto com Fabrício de Lima Martins Pereira a manipulação de seu livro-colcha, cheio de detalhes e surpresas.

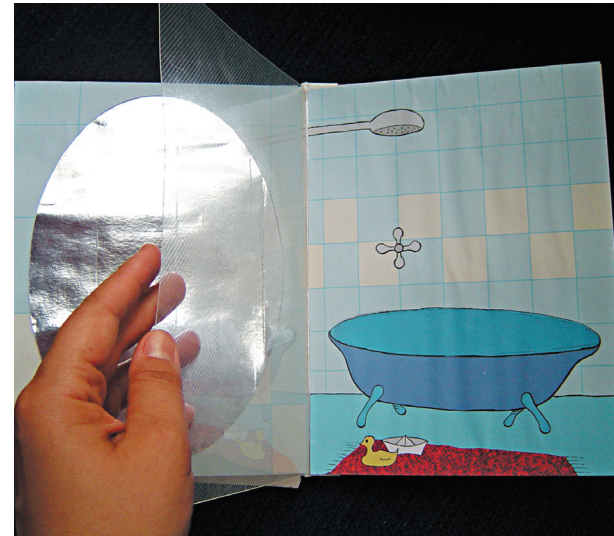


Figura 26 Crianças interagem com pré-livros em sala de aula da universidade, observadas pelos autores dos trabalhos. Ano de 2009.

ALGUNS DOS MUITOS LIVROS PRODUZIDOS

Minhas experiências didáticas com os pré-livros começaram em 1995. Registrei muitos destes trabalhos iniciais, porém, além da tecnologia um pouco incompatível com nossos dias (registros em slides para posterior exibição aos alunos dos anos seguintes), havia da minha parte, talvez uma falta de percepção a respeito do valor dos resultados que iam sendo alcançados. Esses trabalhos não contam, em razão disso, com os créditos necessários para publicações. Assim, os trabalhos analisados são mais recentes e representam uma pequena amostra diante dos, calculo, mais de 600 pré-livros criados na disciplina de Produção Gráfica.

Valorizei aqui um registro na linguagem mais intensa com a qual o designer “fala”: a visual. Todas as fotografias que se seguem foram feitas por mim ao longo dos anos, em diferentes circunstâncias e lugares.



Figuras 27 a 31 O pré-livro de Aline Luciano da Silva retrata bem a expressão “metodologia às avessas”. A autora do trabalho explorou ambientes do dia a dia da criança e transpôs para o livro através de materiais simples, com recortes e texturas. Ano: 2004



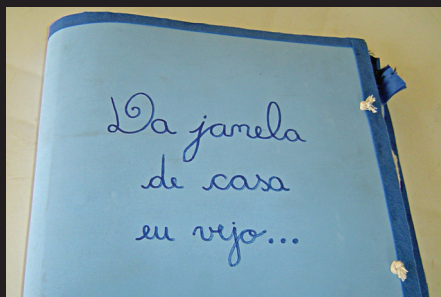
Figuras 34 a 36 Livro “De Fio a Pavio”, de Elizabeth Rossi de Grande, contando a história da lagarta que vira borboleta de uma forma bem tátil. A lagarta passeia pelas páginas levemente abstratas representada por um fio de lã preto. Sua versão borboleta, por sua vez, é multicolorida, leve e transparente, numa junção de brilhos, tecidos e outros materiais de armário, como fitas e rendas. Ano: 2004



Figuras 32 e 33 O mesmo livro das figuras 27 a 31 em leitura numa escola infantil. O produto agradou tanto meninos como meninas.



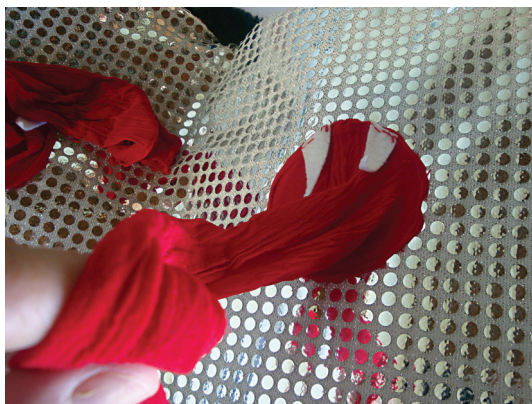
Figuras 37 e 38 O livro “De Fio a Pavio” sendo visto e tocado.



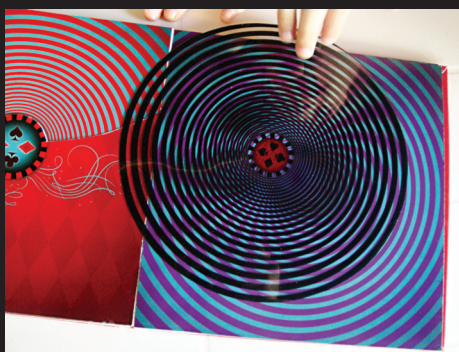
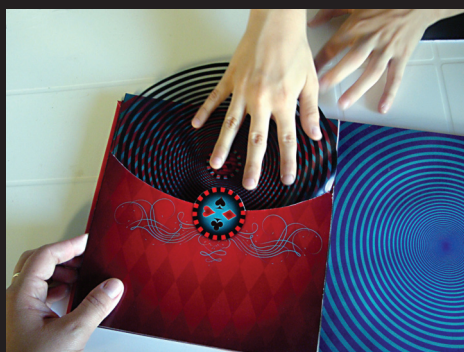
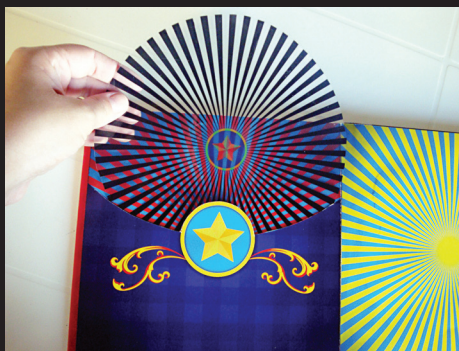
Figuras 39 a 45 Trabalho de Paula Ligo, em EVA e feltro. O primeiro formato do livro, em páginas, logo se transforma pelo uso de zíperes. Surge um ambiente tridimensional para a criança brincar e criar. Ano: 2003



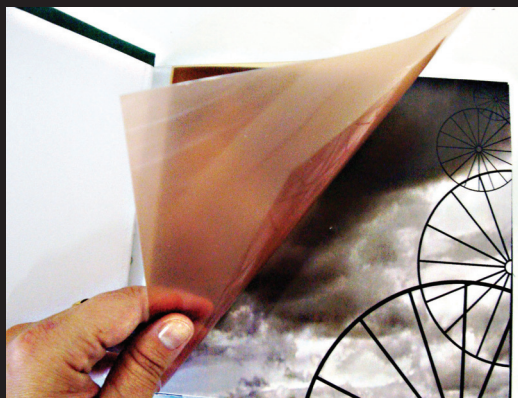
Figuras 46 a 48 Livro de Bruno G. Rodrigues, de 2009, onde os animais são lembrados pelas texturas, cores e estampas. Grande quantidade de materiais se encarrega de gerar a taticidade. O tema atrai principalmente os meninos, pois recebe uma pitada de mistério, uma vez que não há figuras dos animais, apenas índices. Um exemplo é a página retratada na figura 46: cobras? Rabos? A abstração apresentada estimula a imaginação. O tamanho do livro reforça estes elementos.



Figuras 49 e 50 Detalhes do livro de Bruno G. Rodrigues. Meia, telas, corino e botões tornam-se línguas, peles e escamas.



Figuras 51 a 58 Livro com tema “circo”, de Leandro Gazignato Caetano, feito em 2009. O princípio do *moiré*, é diferentemente explorado, somando-se a outras técnicas. Na sequência percebe-se a sobreposição e manipulação de acetatos sobre páginas coloridas, gerando novas formas e movimento. Algumas páginas são bem abstratas enquanto outras, mais figurativas. Todas porém apresentam uma forte relação e identidade visual com o tema proposto. Na penúltima figura, criança e autor brincam juntos em sala de aula da universidade.



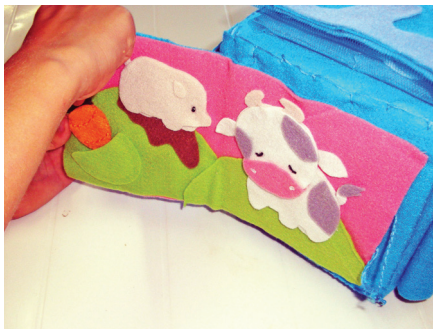
Figuras 59 a 63 O *moiré* também foi usado em página do pré livro de Silvia Otofugi, somado a outros recursos de criação de páginas interativas e abstratas, como transparências e facas especiais, atraentes também para crianças maiores.



Figuras 64 a 66 Um princípio simples, mas muito atraente aos pequenos foi usado por Igor Maximiliano, em 2009, no livro *Risca e Rabisca*: com caneta que apaga sobre material plástico, a história do livro poderia ser completada pela própria criança, sobre cenários cotidianos.



Figuras 71 a 79 Os tecidos e a costura também foram material e técnica principais do trabalho de Débora Jacinto, de 2010. Neste projeto, contas, tules, fitas e rendas transformam-se em açúcar, ovos, farinha... a colher de pau e as referências visuais (tecidos florais diversos) resgatam uma atmosfera de “casa da vovó” e a brincadeira de “faz-de-conta”, tão importante na fase pré-escolar. Nos pré-livros há uma valorização da experimentação de quem faz e também da experimentação de quem lê.



Figuras 67 a 75 Os animais foram temas recorrentes nos livros, como também o uso de costura e materiais “fofos”, com muitas texturas, como feltros, EVAs, materiais de armarinho. Nos trabalhos de Clarice Diamantino, Amalia Lage e Luiza Sequeira, todos de 2009, os animais podem ser vistos em diferentes enfoques, como aqueles com hábitos diurnos e noturnos, os animais em seus habitats ou ainda em formato “animista”, onde o porquinho assume hábitos humanos e ensina à criança noções de higiene. Mover, abrir e fechar, tirar objetos, enfim, brincar e interagir garantem o interesse infantil. Ano: 2009.

Agradecimentos:

Agradeço aos alunos, aqui citados pelo nome ou não, que desde 1995 me acompanharam nesta minha paixão pelos livros e pré-livros, aventurando-se na experimentação de materiais e metodologias. Não me lembro de muitos dos seus nomes, mas foram todos importantes neste processo. Às crianças que nos possibilitaram não apenas “testar produtos”, mas aprender com seus gestos, olhares, sorrisos e comentários preciosos. Especialmente ao Guilherme, Natan, Pedro Henrique e Leonardo. Ao Centro de Convivência Infantil da Unesp e Recanto das Ovelhinhas, escolas de Bauru, que colaboraram nos processos de leitura com crianças.

CONSIDERAÇÕES

Noto que a experiência com os pré-livros abre a visão do designer para projetos diferenciados, quer pela nova experiência metodológica, quer por conhecer um novo leitor/usuário/consumidor que é a criança, cada vez mais entendida como ser completo e participante da sociedade.

Percebo o prazer e a empolgação de grande parte dos alunos em criar tal peça, uma vez que as possibilidades de materialização das ideias procuram ir além do suporte papel, com o qual se trabalha na maioria dos projetos gráficos. A exploração de novos materiais abre um leque de possibilidades, não somente para a produção de pré-livros, mas de outros tipos de livros e peças gráficas em geral. O interesse pelo assunto tem levado alunos a darem continuidade ao trabalho, transformando-o em tema de projetos de conclusão de curso, com resultados excelentes.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, G. HARRIS, P. *Fundamentos do design criativo*. Porto Alegre: Bookman, 2009
- ARNHEIN, Rudolf. *Arte e Percepção Visual*. São Paulo: Edusp, 1980
- DOMICIANO, C. L. C. *O Designer e a Produção Editorial: do Livro ao Pré-livro*. Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, Faculdade de Belas Artes do Instituto Alvares Penteado, 2004
- DOMICIANO at all. *Ensaio em design. Arte, ciência e tecnologia*. Ed. Canal 6, 2010
- DOMICIANO, C. L. C. *Livros infantis sem texto: dos pré-livro aos livros ilustrados*. Tese de Doutorado. Braga: Universidade do Minho, Instituto de Estudos da Criança, 2008. Em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8528>
- DONDIS, D. A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1991
- DORNELLES, L. V. *Produzindo pedagogias interculturais na infância*. Editora. Petrópolis, RJ, 2007
- LUPTON, E. PHILLIPS, J.C. *Novos Fundamentos do Design*. São Paulo: Cosac Naify, 2008
- MEGGS, P. PURVIS, A. *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MUNARI, B. *Das Coisas Nascem as Coisas*. Edições 70, Lisboa, 1988
- POYNOR, R. *Abaixo as regras. Design gráfico e pós-modernismo*. Porto Alegre: Editora Bookman, 2010.
- SAMARA, Timothy. *Elementos do design. Guia de estilo gráfico*. São Paulo: Editora Bookman, 2010
- SAMARA, Timothy. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify, 2007
- SAMARA, Timothy. *Evolução do design: da teoria à prática*. São Paulo: Editora Bookman, 2010



CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Professora do curso de Design da Unesp-Bauru desde 1995. Graduada no mesmo curso onde leciona, fez mestrado em Desenho Industrial pela Unesp e doutorado em Estudos da Criança - Comunicação e Expressão Plástica - pela Universidade do Minho, Portugal. Coordena o laboratório de Design Gráfico Inky Design desde 2001. Integra o grupo de pesquisa Design Gráfico Contemporâneo. Desenvolve pesquisas nas áreas de Produção Gráfica e Design Editorial, com um particular interesse nos produtos gráficos para as crianças.



DA ILUSTRAÇÃO AO TEXTO VISUAL NO LIVRO INFANTIL

Cassia Leticia Carrara Domiciano¹

Resumo

A imagem no livro infantil pode ir além de ilustrar um texto. Destacamos as imagens que constituem os livros sem texto. Como “textos visuais” esses livros podem ser legíveis em diversos países e culturas, pois independem de traduções. Neste artigo discutimos um pouco sobre o tema, bem como trazemos informações visuais sobre o assunto.

Palavras-chave: Livros sem texto, ilustração no livro infantil, texto visual

Abstract

The image on the children's book can go beyond illustrating a text. We detach the images that constitute books without text. As “visual texts” these books can be readable in several countries and cultures, therefore they do not depend on translations. In this article we argue a little on the subject, as well as we bring visual information on the subject.

Keywords: Wordless books, children's book illustration, visual text

1. Introdução

Pesquisamos já há vários anos o universo das imagens para a criança, encontradas em diversos suportes, mídias e produtos. Centramo-nos nos livros infantis. Para realizar uma abordagem prática das relações das crianças com

¹ Doutora em Estudos da Criança (Comunicação Visual e Expressão Plástica) pela Universidade do Minho, Portugal, professora do departamento de Design da Unesp, campus de Bauru. E-mail: cassiacarrara@gmail.com.



esses livros, passamos por uma série de reflexões teóricas². Discutiremos algumas neste texto.

Por muito tempo o papel da ilustração restringiu-se a ornamentar o texto. Porém, numa sociedade visual como a de hoje, a imagem nos livros tem assumido um papel diversificado, principalmente no livro infantil.

“A ilustração extremamente literal ou puramente ornamental e decorativa não representa mais a diversidade, a pluralidade e a riqueza de informações visuais a que as crianças de hoje têm acesso. Informações fragmentadas pelo controle remoto e pela velocidade com que são transmitidas, superpostas e tendo as mais variadas mídias como suporte.” (Lins, 2004)

Segundo Teresa Colomer (2002), toda ilustração é uma imagem, mas nem toda imagem é uma ilustração. A ilustração insere-se no texto narrativo e é configurada por seqüência e ritmo. Entendemos pela sua definição que ela não se desliga do texto, ainda que um texto oral, gerado na própria leitura da imagem, como nos livros sem texto. Neste tipo de livro, a própria imagem é um texto, um *texto visual*. E é ao código visual que ela pertence. É linguagem.

2. Ilustração: Produção e Leitura

Podemos enfocar a ilustração sob dois pontos de vista: de quem as vê (a criança e também o adulto) e de quem as cria (o artista ou designer). Estes dois aspectos estão sempre presentes e inter-relacionados quando tratamos da imagem do livro. Quem produz deve ter em vista o destinatário do projeto, sempre.

Sobre quem vê as ilustrações, em primeiro lugar interessa-nos a criança. Regina Werneck comenta:

“Numa atitude ativa, a criança compara, discrimina, enumera, descreve, recria e interpreta, segundo as suas experiências prévias. Em outras palavras, a criança descobre a imagem graças à experiência que tem do mundo. Aprende, sobretudo, a se acostumar à enorme diferença que separa a realidade de sua representação”. (Werneck, em Sandroni, 1986)

A autora atribui muitas ações à criança receptora do texto visual, mostrando que ela tem uma atitude ativa no processo de leitura da imagem. Na sua longa experiência com crianças, a autora destaca que elas estruturam sua percepção de uma forma própria e precisam de tempo para reflexão sobre o que vêem, sendo um “desrespeito” bombardeá-las com perguntas assim que abrem seus livros.

² Trabalho realizado de 2006 a 2008, para obtenção de título de Doutor. Consistiu em pesquisa teórica e pesquisa de campo sobre a leitura de livros sem texto. Referência completa na bibliografia.



Ampliando a discussão sobre o público leitor, a investigadora portuguesa Eduarda Coquet elucida a existência de outros “leitores” para o livro infantil.

“Essa é a grande diferença de quem trabalha para crianças – não tem um público alvo, tem três: a) adultos cultural e esteticamente frágeis, b) adultos culturalmente bem informados; e, por fim, c) crianças. A ordem é mesmo essa, as crianças estão no fim da cadeia, as crianças são receptoras em segunda mão, só recebem o que os adultos, de uma ou de outra classe, lhe fazem chegar.” (Coquet, 2004)

Se mudarmos o enfoque para a produção, nos deparamos com um complexo processo onde o ilustrador deve produzir, assim entendemos, para a criança, mas quem na realidade compra o livro é o adulto.

Ao avaliar uma *boa ilustração*, do ponto de vista do produtor, Coquet afirma (retomamos os citados leitores do tipo a, b, ou c):

“À um bom ilustrador, e muito principalmente ao que trabalha para crianças, a maior parte das vezes não se pede que seja um criativo activo nem que seja um artista plástico exímio, embora essas facetas possam ser importantes para o público tipo b) – os adultos culturalmente informados. Para o público tipo a), os adultos culturalmente frágeis, pede-se que seja exuberante, vistoso e verista, pois esse público é uma versão mais exigente, mas muito parecido do público c) as crianças, com a faceta afetiva muito mais desenvolvida que a estética. (...) Claro que é muito importante que os livros de literatura para a infância, ilustrados, tenham uma boa qualidade estética, não tanto para que as crianças aprendam a reconhecê-la, mas sim, e principalmente, para que os adultos tipo a) se vão familiarizando com ela. Se os padrões estéticos dos pais são débeis, são pouco consistentes, serão assim os das crianças, por mais imagens esteticamente perfeitas que lhe mostrem e/ou ponham à disposição. É em casa, através da família e do seu quotidiano, mais do que em qualquer outro sítio, que se criam e se aprendem as regras estéticas a que cada criança vai aderir.” (Coquet, 2004)

A autora revela então o trabalho ideal do ilustrador: comunicar-se com a criança e “educar” alguns adultos, ajudando-os a ampliar seu repertório imagético e seu modo de ver.

Já Werneck salienta que o adulto que julga o que é melhor para a criança muitas vezes tem um olhar estereotipado e cheio de clichês visuais e culturais: “não conseguem se libertar de suas próprias frustrações infantis”. Escolhem segundo estes padrões na hora de comprar um livro. Essa escolha é possível porque, no outro lado do mesmo problema, outro adulto ilustra e produz livros segundo os mesmos estereótipos e clichês.

“Estereótipo é uma imagem esquemática, simplificada, superficial, de alguma coisa ou pessoa. Essa imagem se nutre de generalizações, opiniões de segunda mão e preconceitos, e se reproduz e multiplica irreflexivamente. Não



penetra na realidade complexa, rica e contraditória (...). Aquele que usa estereótipos se resigna a ver com olhos alheios” (Doppert³).

As mudanças nos modos de ver e ler de nossas crianças refletirão em mudanças futuras reais e efetivas? Afinal elas serão futuros pais, tios e professores, mais atentos às escolhas de um livro, incluindo-se aí a linguagem visual do mesmo.

3. Que Língua Fala a Ilustração?

Regina Werneck aborda duas formas de ilustrar: narrando ou evocando a essência perceptiva.

“Há ilustrações que provocam uma evocação narrativa: é como se o leitor estivesse em contato com o texto escrito. São ilustrações ligadas à arte do tempo, favorecem o “entrar na imagem e caminhar dentro dela”. É um processo de extensão da leitura. Outras ilustrações ligam-se mais à arte do espaço. Seu conteúdo é percebido num só golpe. Quem tem hábito de leitura – mesmo que seja só pictórica – continua a trabalhar na imaginação depois dessa brusca percepção. Ambas são importantes para o desenvolvimento visual; a primeira mais ligada à análise e a segunda, à síntese.” (Werneck, em Sandroni, 1986)

E sobre as ilustrações mais narrativas, ainda acrescenta:

“A seqüência de imagens inter-relacionadas facilita o encadeamento, a organização do raciocínio, a orientação, a lateralização e a espacialização do leitor.” (Werneck, em Sandroni, 1986)

A professora resume o que seria uma boa ilustração como aquela que proporciona intimidade com o leitor, mesmo o que ainda não lê, pois este pode estabelecer seu próprio ritmo de leitura. Quanto mais imagens de qualidade e menor quantidade de texto o livro trouxer para este leitor, mais ele perceberá a linguagem do livro. O contato da criança com uma variedade de ilustrações de qualidade aguça a percepção, a observação e protege o repertório infantil dos estereótipos, pois revela múltiplos pontos de vista. Também contribui para o desenvolvimento do senso estético e da expressão criadora. Segundo a autora, as ilustrações ricas em detalhes (realistas ou não) contribuem para o desenvolvimento intelectual das crianças. Já as ilustrações simbólicas e não descritivas contribuem para desenvolver a imaginação do leitor, enquanto uma ilustração realista e simplesmente fiel ao texto linear pode desestimulá-lo, pois a ilustração não precisa explicar o texto. E reforça:

“A ilustração realista, que é fiel ao texto e não extrapola nunca, resulta numa comunicação linear, característica de grande parte do trabalho pedagógico que comumente se faz. Essa corrente realista prende-se a uma didática antiga, que acredita ser a compreensão resultante exclusivamente da

³ Citado por Regina Yolanda Werneck em Sandroni, 1986



informação verbal. Hoje afirma-se que a apreensão resulta de uma seleção e combinação de informações, feita de forma individual e única” (Werneck, em Sandroni, 1986)

O pedagogo francês Bruno Duborgel (1992), de uma maneira contundente, também aborda a questão das imagens, em sua grande maioria realistas, presentes no livro infantil. Ele analisa os estudos que mostram que as crianças gostam mais de imagens realistas (essa afirmação é comum no meio dos educadores infantis e foi feita, inclusive, por professores que entrevistei em pesquisa de doutorado). Os estudos de J. Danset-Léger (*Réactions à l'incongruité*, em *Réactions d'enfants au style des images de la littérature enfantine: la question du réalisme*), de 1976, são um exemplo citado por Duborgel. O francês conclui que, na verdade, esses estudos concentram-se em crianças maiores (com mais de 6 anos). Mas de onde surge este “gosto” pelo realismo? Fica evidente que as pesquisas refletem um hábito já constituído pelo processo de socialização e tentam apoiar a idéia de um realismo e da falta de imaginação nas imagens dos livros infantis. Neste sentido, Duborgel afirma a nível conclusivo que “as opções tendem a ser, na maior parte das vezes, orientadas para o irreal no caso dos mais novos e para o verossímil no dos mais velhos”. Nota-se uma visível influência sociocultural na formação continuada do leitor, pela “necessidade de ordem, conformidade, banalidade e submissão às regras convencionais de verossimilhança” impostas subliminarmente por determinados sistemas educacionais e sociais.

Teresa Colomer (2002) - pesquisadora espanhola cujo trabalho de pesquisa em literatura infantil tem se destacado na Europa - ao escrever sobre as ilustrações e seu valor no livro infantil, sugere algumas perguntas que se pode fazer perante uma ilustração para avaliá-la ou mesmo produzi-la: a ilustração faz parte da história (há claras relações texto/imagem)? A técnica escolhida é adequada? Segue estilos artísticos determinados? Foi apropriada para a história, para os ambientes, etc.? Que tamanho, formato, fundo (design) é apropriado ao tema, tom e legibilidade do livro? Como os elementos compositivos colaboram para o significado do livro? O que há de novo na linguagem proposta? Que tipo de resposta propicia ao leitor? Respostas a esta pergunta poderiam dar boas pistas para a busca de uma ilustração adequada.

Outro pesquisador que propicia ferramentas para a análise (e produção) das imagens é Luiz Camargo (1998). Compara as funções das ilustrações enquanto linguagem visual às funções da linguagem verbal. Apesar de alguns autores não concordarem com esta postura, Camargo é feliz nas colocações e exemplos levantados e tem sido bastante citado em outras investigações por conta de seu pioneirismo.

São oito as funções listadas por ele, claramente influenciadas pelo trabalho do lingüista Roman Jakobson e suas funções da linguagem verbal: pontuação, função descritiva, narrativa, simbólica, expressiva, estética, lúdica e metalingüística. Uma imagem pode assumir mais de uma função em determinados contextos.

Camargo fala ainda dos estilos de ilustração, exemplificando sempre com o livro infantil. Sobre este ponto, salienta:

“As mudanças na ilustração – na ilustração infantil particularmente – vão mais devagar: o estilo dominante remonta à estética do século XIX anterior ao expressionismo, com aproximação da linguagem da publicidade e das histórias em quadrinhos. É um estilo figurativo, com predominância dos elementos descritivos e narrativos, em prejuízo da pesquisa estética.” (Camargo, 1998). Apesar de muitas mudanças desde esta afirmação, pois hoje vemos a valorização desta referida pesquisa estética no trabalho de autores e editoras em diversos países, ainda temos uma grande quantidade de obras marcadas exatamente por essas características, estereotipadas pela publicidade, pelos quadrinhos e, acrescentamos, pela estética da televisão e do vídeo-game. As figuras abaixo exemplificam essas influências.

As figuras 1 e 2 trazem páginas de livros que reforçam, respectivamente, as personagens televisivas Ruca (em Portugal, Caillou no Brasil) e Noddy. As imagens são exatamente iguais aos desenhos animados. Os textos reforçam-nas de forma sempre literal e são secundários, pois o esforço é enfatizar as figuras, também estampadas em uma enorme gama de produtos voltados para o público infantil. As figuras 3 e 4 refletem o quanto as produções da Walt Disney são fonte de criação de estilos e estereótipos nas ilustrações dos livros infantis. Além das personagens exclusivas da marca Disney serem constantemente estampadas nos livros, como o conhecido Pato Donald da figura 3, também os filmes produzidos pela empresa acabam por transpor-se para os livros, como *A Pequena Sereia*. Apesar de retratar uma história tradicional (um conto de Hans Christian Andersen), é esta a “sereiazinha” que acaba por fixar-se no imaginário infantil.

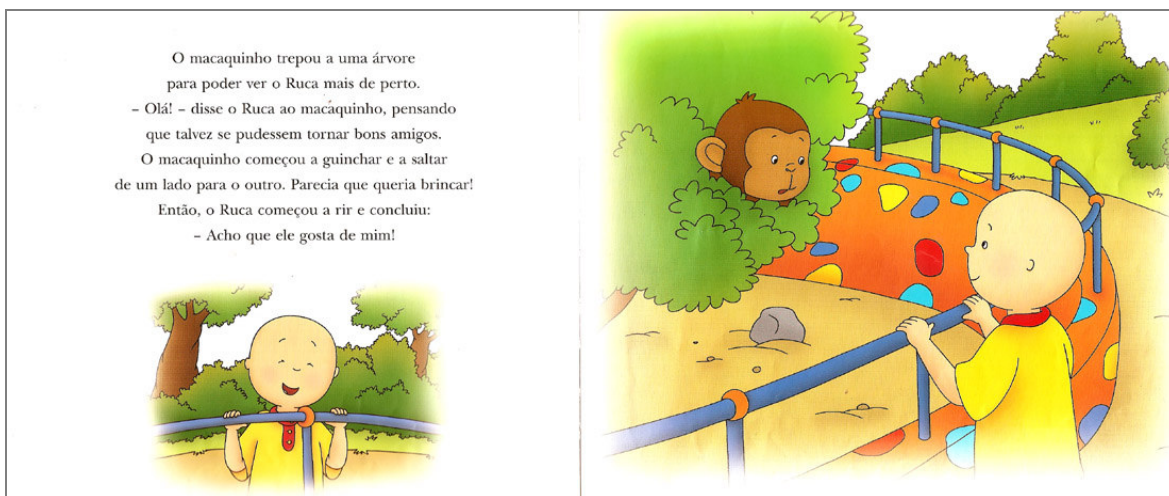
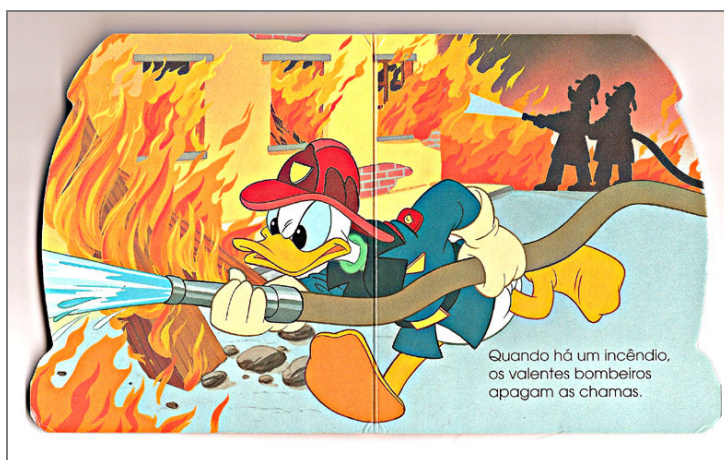


Figura 1: Páginas do livro *Ruca vai ao Jardim Zoológico* (Portugal: Edições Asa, s/d)



Figura 2: Páginas do livro *Noddy vai às compras* (Lisboa: Editorial Verbo, s/d)



Figuras 3 e 4: Páginas e capa de livros da Disney (livros: s/t, Disney. Portugal: Everest, 1997 e *A pequena sereia*, Disney. Portugal: Everest, 1994).

Já as figuras 5 e 6 mostram outras formas de ver a Pequena Sereia. A primeira é da ilustradora portuguesa Manuela Bacelar, e a segunda, da excelente ilustradora austríaca Lisbeth Zwerger, ambas para edições do texto original de Hans Christian Andersen. As técnicas de ilustração são próximas, pictóricas, mas o retrato da solidão da sereia passa pela interpretação das ilustradoras, não se atendo a uma repetição visual – e literal – do texto.



Figuras 5 e 6: Páginas dos livros *A sereiazinha* (Andersen, H.C. Porto: Edições Afrontamentos, s/d) e *A pequena sereia* (Andersen, H.C. Lisboa: Editora Ambar, 2005).

Retomando Camargo, quanto ao citado estilo de ilustração, o autor define como o “conjunto de determinados traços formais próprios de um autor ou um grupo de autores” e também lista cinco “estilos” dicotômicos, baseados nos trabalhos do historiador da arte Heinrich Wölfflin⁴. Por fim, Camargo trata das técnicas de ilustração, cuja variação, segundo o autor, “enriquece o universo visual da criança, estimula sua percepção, sua apreciação estética e sua própria criação plástica.” (Camargo, 1998)

Nas próximas figuras retratamos algumas edições de um único clássico literário – *Alice no país das Maravilhas*, de Lewis Carroll – onde poderemos observar diversas formas de perceber, interpretar e ilustrar uma mesma cena, numa variação de técnicas e estilos.

⁴ Camargo cita H. Wölfflin de “Conceitos fundamentais da história da arte”, São Paulo, Martins Fontes, 1984.



Figura 7: ilustração da primeira edição de Alice no País das Maravilhas (de Lewis Carroll), feita por John Tenniel em 1865 (livro: Carroll, L. Alice no país das maravilhas. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1988).



Figuras 8 e 9: a imagem da esquerda é uma edição de Alice (livro: s/a. Alice no país das maravilhas. Portugal: Editora Ulisseia, s/d). A imagem da direita apresenta um *frame* do filme *Alice in the Wonderland*, de 1951, Walt Disney.



Figura 10: a mesma cena retratada em edição de 1998. O texto é um resumo da história original (livro: Gool, V. Alice no país das maravilhas. Portugal: Editora Ulisseia, 1998)



Figura 11: outra "Alice" em cena semelhante (livro: Carroll, L. Alice no país das maravilhas. Adaptação de Lucy Kincaid. Portugal: Edições Asa, 1998)



Figura 12: ilustração constante de livro editado originalmente em 1999, cuja versão portuguesa data de 2001 (livro: Carroll, L. *Alice no país das maravilhas*. Porto: Editora Ambar, 2001).

Num comparar de imagens, notamos que na figura 7 o desenho a traço e a ausência de cor visavam facilitar a reprodução do livro, na época da tipografia. Algumas características desta primeira *Alice* permaneceram nas ilustrações mais recentes. Já a figura 8 refere-se a uma edição da mesma história onde não constam nem nome de ilustrador, nem de autor e nem referência ao autor original de *Alice*, Lewis Carroll. Há uma clara relação visual com o estilo “Disney” de ilustração (figura 9), pelos traços de Alice, sua roupa (muda-se apenas a cor), a estilo chapado de partes da imagem (personagens, principalmente) e o desenho das outras personagens. Nota-se o nariz da rainha de copas (de azul) como o dos vilões das animações de Mickey Mouse.

Na figura 10, a mesma cena é retratada, já um pouco mais tratada editorialmente. De uma lista de nomes constantes na edição, não se pode distinguir o do ilustrador. Alguns traços mais peculiares são dados à Alice, já a rainha recebe interpretação própria. A figura 11 traz outra “Alice” em cena semelhante. A ilustração é de Gill Guile, mais bem cuidada, com texto mais completo, mas ainda adaptado, resumido. A cor azul da roupa de Alice e seus



cabelos louros parecem referenciar-se à personagem de Walt Disney. A ilustração, porém, é menos chapada.

A figura 12 faz parte de livro com texto original de Carroll e recebe ilustrações de Lisbeth Zuerger. Numa edição muito bem cuidada, verificamos a cena de Alice e a rainha de copas (também usada na capa do livro), onde vemos uma personagem principal ruiva, com roupas um pouco modernizadas (uma criança inglesa da década de 50, talvez), e uma rainha bem peculiar. A imagem é pouco realista em se tratando de ambientação. Nada de florestas verdes. Os estereótipos de uma Alice cinematográfica não estão mais presentes.

4. A Relação da Imagem com o Texto

“O texto e a imagem juntos dão ao leitor o poder de criar na sua cabeça a única história que realmente interessa. A história *dele*.” (Lins, 2004)

As relações entre o texto verbal e visual no livro infantil são sugeridas pelos autores, tanto de um, quanto de outro, aliados ao design final do livro. Porém, cabe ao leitor infantil a construção do texto final, lido e interpretado, verbal e não verbal, numa história que pode ser diferente a cada leitura.

Quando falamos das relações entre texto e imagem no livro infantil, destacamos que estas relações podem dar-se de diferentes maneiras.

Numa delas há uma mútua interferência de um texto sobre a leitura do outro. Uma imagem legendada ou um texto ilustrado podem assumir novos sentidos, diferentes daqueles atribuídos quando estes estão sós. No livro infantil, enquanto alguns teóricos sobrepõem o texto verbal ao visual, este último visto como mero apelo estético, cada vez mais evidencia-se o papel da imagem como âncora do processo de leitura por parte da criança. Sobre isso, Ramos & Panozzo (2004) destacam:

“O acesso à literatura infantil contemporânea tem na imagem um primeiro elemento mediador e orientador, através da utilização do pensamento concreto e dependente das próprias experiências com o mundo. E as crianças são evidentemente espontâneas e tratam a imagem como seu principal ponto de apoio para desencadear o processo de leitura. (...). Na estrutura do texto de literatura infantil percebe-se que, em determinados momentos, a imagem antecipa sentidos revelados pela palavra, em outros, mostra sentidos paralelamente, tratando de aspectos não explicitados pelo sistema escrito; por vezes, apenas confirma as palavras, por outras, orienta a leitura. Portanto, a significação vai se constituindo pela relação de pressuposição recíproca de elementos do significante (o plano da expressão) e do significado (o plano do conteúdo). Participam tanto as dimensões da cor, da forma, da localização e até dos materiais e suportes utilizados, como as combinações das unidades da língua escrita, a seleção e organização vocabular nas estruturas sintática e semântica. Cria-se um todo articulado por diferentes unidades de significação, para engendrar sentido (...). Gostar de ver e gostar de ler são duas dimensões

da apropriação do objeto livro e do texto ali contido.” (Ramos & Panozzo, 2004)

O “todo articulado”, ou seja, imagem, texto e materialidade construídos em consonância, produzem sentido, significação, enfim, leitura no amplo sentido da palavra. Essa postura das autoras, ancorada na semiótica (greimasiana), corrobora com a visão já apresentada por nós em outros artigos⁵, do livro como um objeto de design, onde o projeto criado deve ser concebido a pensar nos múltiplos aspectos que o envolve, sejam técnicos, estéticos, materiais ou conceituais (culturais, sociais, psicológicos...). Ainda das autoras vale citar:

“O ato de ler inicia pelo contato visual e físico em que o sujeito olha e é atraído ou não pelo que vê e, na sequência, toca na capa e passa a manusear o livro. Nos processos de apreensão do livro, as significações são atribuídas pelo leitor, a partir da interação entre visualidade e palavra.” (Ramos & Panozzo, 2004)

Outra forma de relação texto-imagem acontece quando o texto verbal assume-se também como texto visual. Na perspectiva do design, essa afirmação nos é comum, uma vez que a tipografia aplicada ao texto, por si só, já é desenho. Falamos de tipografias elegantes, sóbrias, clássicas, arroçadas, displicentes... Adjetivamos a forma do texto e isto lhe compete caráter. Também a mancha gráfica gerada pelo texto tem forma. O texto não é aleatoriamente alinhado, dividido, organizado. Existe em design editorial uma preocupação com o tratamento do bloco de texto, com o tamanho das letras, com o tipo, com a legibilidade, com a visibilidade.

Em alguns livros infantis a integração do trabalho do autor e do ilustrador é tão grande (ou são a mesma pessoa...) que há liberdade para interferências visuais no texto e este acaba por assumir-se também enquanto forma, enquanto imagem. Podemos observar isso nas próximas figuras.



⁵ Em Domiciano, C.L.C e Coquet, E., 2007 e Domiciano, C.L.C e Coquet, E., 2008



Figuras 13 e 14: há nestas duas imagens do livro Chiu! outras informações que vão além do texto. Ao mesmo tempo, o conteúdo verbal presente está totalmente integrado na imagem. Há uma interdependência entre texto verbal e texto visual (livro: Milhões, M. Chiu! Portugal: Editora Bichinho do Conto, 2006).



Figuras 15 e 16: nestas duas páginas duplas de Chiu!, a tipografia desenhada constrói também a ilustração e sua configuração na página (livro: Milhões, M. Chiu! Portugal: Editora Bichinho do Conto, 2006).



As imagens acima (figuras de 13 a 16) falam por si. São alterações nas linhas, tipografias, corpos, etc. A palavra, uma vez transformada em desenho, pode ser lida por dois códigos diferentes, de acordo com preparo do leitor (alfabetizado verbalmente ou não, “alfabetizado” visualmente ou não). Tais experiências permitem um contato rico da criança com o processo de leitura, talvez menos estigmatizado, menos preconceituoso no futuro. São linguagens em consonância: lê-se livros, lê-se obras de arte, lê-se imagens em movimento.

Gil Maia (2003) desenvolve um interessante trabalho sobre o “texto que também é ilustração”. Suas referências teóricas perpassam pela própria história da tipografia e do design gráfico. Por fim, o autor classifica as interferências gráficas exercidas sobre o texto verbal, nesta relação indissolúvel texto-imagem. O enfoque deste autor é a linha de texto, questão importante, por ser a linha a base de sustentação do tipo e, portanto, da configuração tradicional do bloco de texto impresso.

Ainda sobre a relação texto e imagem, Duborgel (1992) comenta:

“Em lugar de ser uma forma de tradução, de reflexo literal e plástico do texto, a imagem “lê” o texto a sua maneira, interpreta-o e decompõe-no numa filigrana possível, procura “alcançar aquilo que se perfila por detrás do que é dito”. Ela efetua, em relação ao texto, a própria diligência que o leitor deve fazer: exploração, desvio, apropriação pessoal, transposição; neste sentido, a imagem é uma metáfora exemplar do leitor de textos.” Duborgel (1992)

Assim, texto e imagem devem partilhar do papel de estimuladores do imaginário infantil.

5. Livros sem Texto ou Texto Visual

“livro de imagem, álbum de figuras, álbum ilustrado, história muda, história sem palavras, livro de estampas, livro de figuras, livro mudo, texto visual” (Camargo, 1998).

Como vimos, a imagem tem papel fundamental nos livros infantis. Os livros sem texto verbal primam pela exploração deste elemento e tentam potencializar, não somente o poder das imagens, mas também, em muitos deles, da materialidade do livro em si. A narração de uma história pode ser feita somente através do texto visual. Para a criança não iniciada no mundo das letras, o livro sem texto torna-se seu primeiro contato com um livro a ela totalmente “legível”.

“Los niño y ninas acostumbran a hacer se entrada em los libros através de obras formadas sólo por imágenes.” (Colomer, 2002)

Apesar de acessível a crianças muito pequenas (alguns são projetados para bebês), um livro sem texto pode ser uma experiência rica independentemente da idade da criança.

Fanny Abramovich, pesquisadora e escritora, comenta:



“Ao prescindir do verbo, dão (os autores) toda possibilidade para que a criança o use...oralizando estas histórias, colocando um texto verbal, desenvolvendo algumas das situações apenas sugeridas (personagens que aparecem apenas como figuração, como elemento de perturbação do todo ou para salientar um momento ou uma possibilidade insólita), ampliando um detalhe proposto e daí refazendo o todo, de modo novo e pessoal...Criando uma história a partir duma cena colocada, misturando várias, musicalizando alguma relação, sonorizando uma descoberta feita, inventando enfim as possibilidades mil que narrativas apenas visuais (quando inteligentes e bem feitas) permitem e estimulam...(...). Estes livros são sobretudo experiências de olhar...De um olhar múltiplo pois se vê com os olhos do autor e do olhador/leitor, ambos enxergando o mundo e as personagens de modo diferente, conforme percebem esse mundo.” (Abramovich, 1989)

Partindo desta citação, podemos perceber a riqueza da experiência que pode ser gerada a partir de um livro desta natureza, bem engendrado, produzido e reproduzido: desenvolvimento da linguagem oral, desenvolvimento de novas situações a partir das sugestões das imagens, ampliação de detalhes, musicalização e sonorização, experimentação, enfim, invenção de uma nova história possível a cada contato com o livro. Esse tipo de livro torna a criança co-autora da obra, criadora de um texto verbal e até mesmo de outros textos visuais.

Tal resultado, porém, não é conseguido pela simples “ausência” de texto, mas mediante a criação cuidadosa de um texto visual estimulante e inteligente.

O professor francês Bruno Duborgel (1992) também aborda o livro sem texto e levanta os problemas concernentes aos livros de imagem mal direcionados, usados apenas para reforço da “relação palavra-coisa-imagem”. Este é, segundo o autor, o papel desempenhado por muitos dos livros para os pré-escolares. Nestes livros, a imagem é clara, unívoca, precisa, denotativa e referenciada. Assim como o será a linguagem verbal que virá logo a seguir. Não há espaço para as ambiguidades. Há um modo específico de relação com o mundo: pela imagem e pela palavra (verbalizada e posteriormente escrita). Através destes – imagem, depois palavra – o mundo deve ser conhecido (enciclopédia) e representado (imagem figurativa):

“A cada coisa sua realidade, a cada realidade a sua definição, a sua reprodução plástica e verbal e, posteriormente, a sua descrição minuciosa seguida da sua representação científica. As palavras, as imagens, e as coisas formam um triplo espelho de “real” no primeiro grau do seu registro “objetivo” e genérico” (Duborgel, 1992).

Segundo o autor, as imagens representadas nestes livros estão despojadas de subjetividade, de emoção, de ilusão, de “erros” e de imaginação. São definições “refeitas e recoloridas em linguagem plástica”. Estão mortas.

“A estética, sóbria, verista e comedida, que inspira as imagens e impregna o psiquismo do leitor de imagens não é aqui primordialmente regida



por uma exigência estética em si mesma, mas sim pelos imperativos ilustrativos, informativos e definidores. Ela encontra-se ao serviço dessas exigências, do que resulta, em termos de espaço e em termos de cores, a sua obediência fundamental ao imperativo da pertinência definidora. Este estatuto da estética da imagem e esta regra da imagem neutralizada e tranquilizadora, que se manifesta desde logo no primeiro livro de imagens, estarão mais visíveis em numerosos livros ulteriores. O álbum de imagens opera e inculca, deste modo, um entrelaçamento específico da imagem, da palavra e do conceito da coisa(...). A imagem é a ilustração da coisa e da palavra.” (Duborgel, 1992)

A função da imagem, neste espírito, é colar-se ao real e à palavra, ser desta um esteio, num processo de acompanhamento, livro a livro, fase a fase, até desaparecer, como sinal de maturidade do processo da escrita.

“As imagens, são, assim, “textos em imagens” e formas de preparar a criança tanto para o acesso ao texto quanto para o abandono das imagens” (Duborgel, 1992)

Neste raciocínio, com o passar do tempo o álbum de imagens cede lugar ao livro ilustrado que, por sua vez, o cederá ao livro sem imagens. Como se num processo natural, a imagem vai de texto visual, nos livros sem texto, ao papel de quase substituta do texto, sustentando-o enquanto ilustração, nos álbuns ilustrados. Depois, torna-se menos abundante e mais pontual. Passa a ser chamariz, motivação, pausa ou repouso da leitura. Prediz, confirma ou direciona o que é importante na leitura. Aos poucos, com “um livro para cada idade”, os papéis vão se invertendo, até que a imagem cede seu lugar ao verbal, definitivamente. No máximo, passa a ser adorno ou decoração. E a primazia da linguagem verbal estabelece-se. Assim, separar a imagem do texto seria um ato de “crescer”, de deixar o mundo infantil.

Dentro deste processo diagnosticado com pesar e críticas por Duborgel, o autor postula que a imagem considerada “ideal” nesta filosofia pouco espaço dá para a imaginação, reforçando simplesmente uma pedagogia da observação. A imagem não é usada, portanto, como um meio para criar um mundo, mas para reproduzir, analisar e classificar as coisas do mundo. Não mostra o novo, apenas regulamenta o domínio do conhecido. É “menos uma linguagem específica do que uma reprodução provisória das palavras e das coisas” (Duborgel, 1992).

Em muitos livros a função da imagem limita-se a ilustrar os conceitos das palavras e das coisas, auxiliando a leitura verbal, onde “a imagem plástica é uma espécie de linguagem analfabeta que não pode ter, ao mesmo tempo, senão uma função transitória num processo de alfabetização.” (Duborgel, 1992). É uma auxiliar da linguagem e do conhecimento do livro em seu estatuto mais “nobre”, ou seja, aquele onde a imaginação se subordina à observação mais “científica”.

Diante desta perspectiva, o livro de imagens seria “um livro que não o é, mas que prepara para aquilo que será o livro. É um simulacro do livro e um livro que corre sempre o risco de ser um livro de simulacros” (Duborgel, 1992).



Fica claro que Duborgel não contesta o papel importante que os livros iniciais tem na formação da criança, ao contrário, reforça a existência de outra “classe” de livros de imagem, os quais apresentam uma filosofia bem diferente.

“Ler as imagens é comunicar com as suas propostas de beleza, de jogo, de prazer visual, de analogias, de conotações, de evasão, de distanciamento do real, de significados, de onirismo, de desvios, de símbolos, de perspectivas oblíquas sobre o quotidiano, a realidade e a vida, de impressões, de expressões, de sugestões, de interrogações. Assim reenraizadas nas suas funções mais importantes, as imagens plásticas formam em si um “livro”, quer elas estejam relacionadas com um texto, quer elas constituam o único material da “língua” do livro.”(Duborgel, 1992)

Concluindo, Duborgel entende como “imagem ideal” do livro aquela resultante do ato produtor de artistas que não falsificam seu talento, criando uma imagem que imita a criança, ou uma arte “para criança”. No contato com esta imagem plástica, a criança é convidada a alargar seus horizontes e não a permanecer no nível em que já está. A imagem deve ser libertada do “grafismo infantilizado”, do “realismo mediano e medíocre”, dos “clichês gráficos” que imitam a imaginação (por exemplo, os desenhos ao estilo Disney e outros personagens da mídia).

“A imagem consegue reencontrar, uma vez ultrapassada essa falsa tradição onde ele se tinha esclerosado e deformado, as forças que possuíra... Ela fornece á criança os seus primeiros companheiros de sonho, de beleza, de sensibilidade e de estilo. ” (Duborgel, 1992)

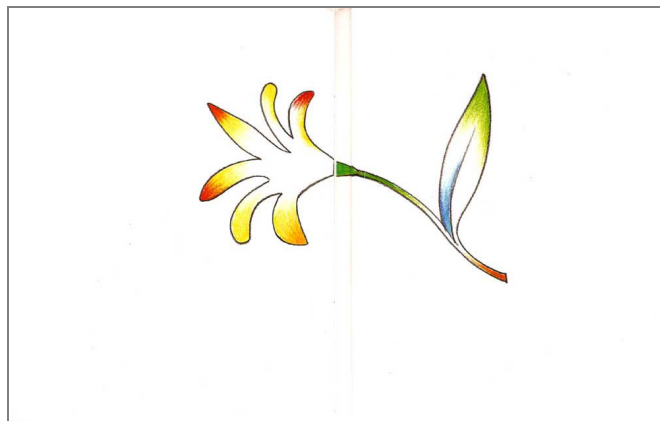
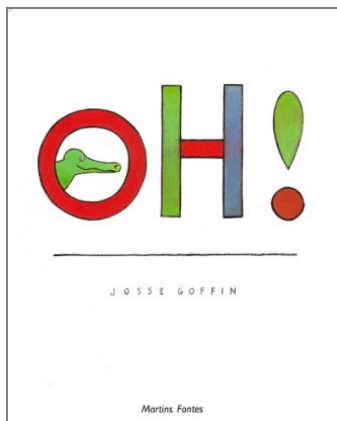
Servindo ou não às filosofias ocultas nos sistemas educacionais e sociais, os livros sem texto ainda estão à margem do estatuto de literatura. No Brasil, por exemplo, o primeiro livro sem texto publicado foi “Ida e Volta”, de Juarez Machado, em 1976, pela Editora Primor. Este livro foi desenhado em 1969 e primeiro editado na Europa em 1975. Um rápido comparar de datas já nos leva a concluir que este tipo de livro teve que vencer algumas barreiras antes de ter o seu valor reconhecido no meio literário.

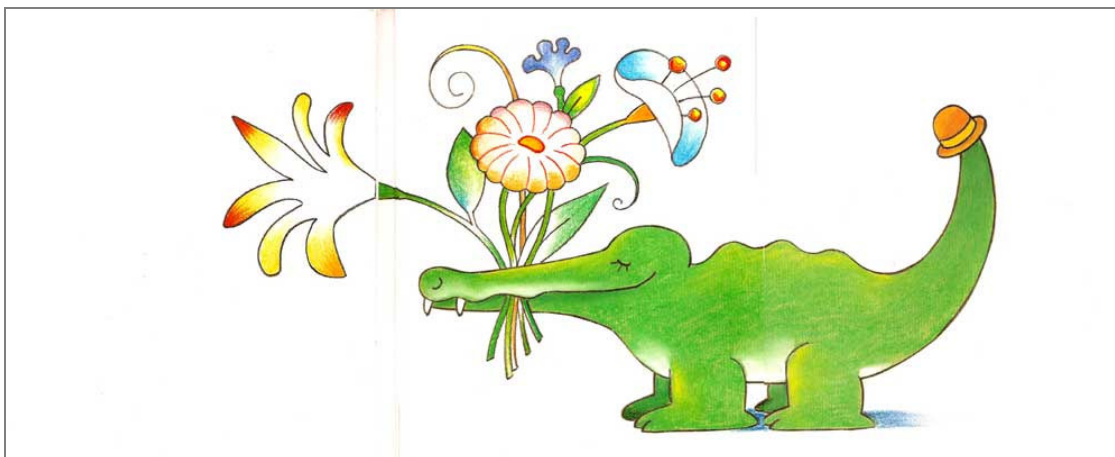
Hoje a produção de livros sem texto no mundo não é tão ampla, mas rica, principalmente em alguns países, incluindo-se o Brasil. Segue-se uma pequena amostra desta riqueza, que não reflete-se apenas em números, mas em diversidade gráfica e de linguagem visual. A seleção abaixo foi analisada e experimentada junto a crianças brasileiras e portuguesas⁶.

⁶ Em Domiciano, 2008

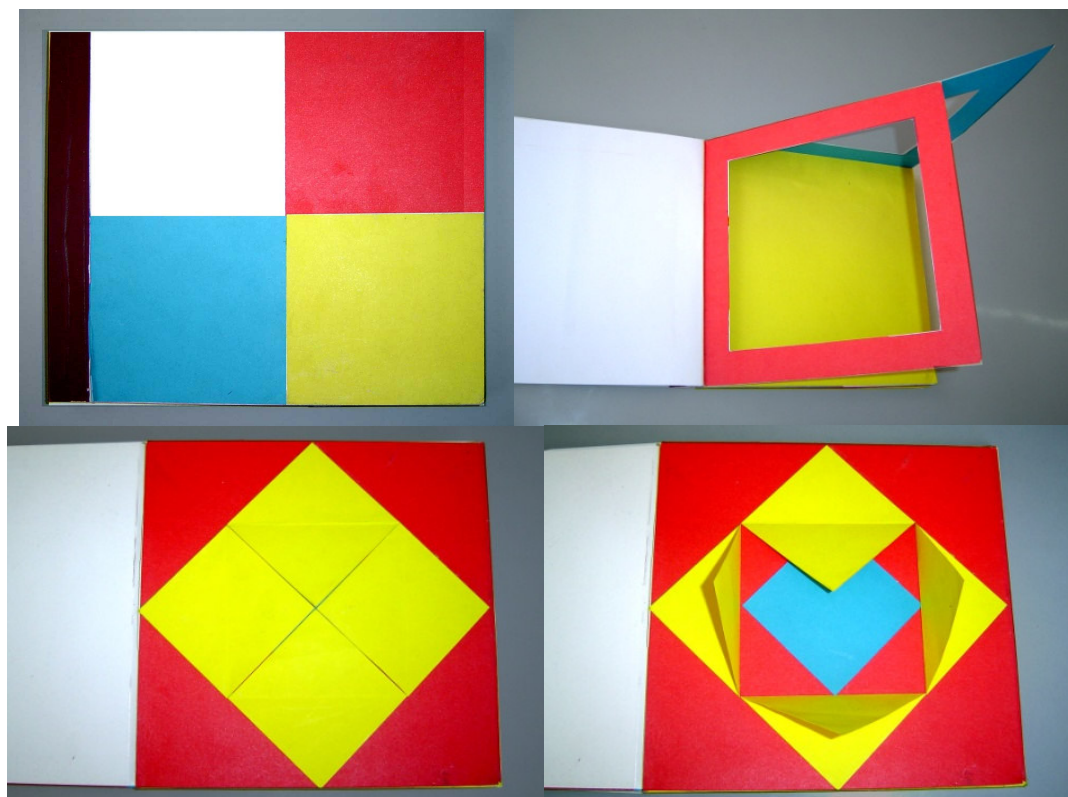


Figuras 17, 18 e 19: capa, folha de rosto e páginas internas de "O Balãozinho Vermelho", da italiana Iela Mari. A limitação de cores e traços constrói um texto visual cheio de ritmo e rimas plásticas (Lisboa, Editora kalandraka, 2006)





Figuras 20, 21 e 22: capa, página dupla e página “tripla” do livro Oh!, do belga Josse Goffin, editado em vários países. Imagens limpas e surpresas divertidas (imagens escondidas nas páginas triplas) encantam as crianças (São Paulo, Editora Martins Fontes, 1995).



Figuras 23, 24, 25 e 26: capa e páginas internas de livro experimental confeccionado pelo então aluno do curso de design da Unesp, Bauru, Delfino Raimundo, no ano de 2000. Abstração e tridimensionalidade em texto visual cheio de surpresas.



Figuras 27, 28 e 29: folha de rosto e páginas internas do livro Looking Down, do americano Steve Jenkins. Técnica de ilustração pela aplicação de recortes e texturas retrata um super zoom em imagens, ora abstratas, ora bem realistas (New York, Houghton Mifflin Company, 1995).

6. Algumas Conclusões

Uma visão consciente do papel da imagem no universo infantil é importante para os diversos interlocutores com a criança: o escritor, o ilustrador, o



designer, o educador e os pais. Uma forma mais ampla de ver o mundo passa pela capacidade de ler uma quantidade diversificada de textos, no que se refere a linguagem e suportes.

Verificamos as diversas formas de “falar” pela imagem, quer por sua constituição plástica, pela seqüência de cenas ou pela materialidade do livro.

Destacamos os livros sem texto. As obras disponíveis num “mercado mundial” (o livro sem texto não depende de traduções...) são muito diferentes umas das outras. Esta é a grande riqueza destes livros, com a qual devemos brindar as crianças. Em termos de imagens, temos em alguns realismo, em outros, imagem fluídas, concisas e pouco coloridas, passamos por montagens fotográficas e até pela total abstração. Se pensarmos em narrativa, vamos do detalhismo de algumas histórias visuais, com suas muitas cenas, passamos pela aparente desconexão das cenas umas das outras e chegamos à ausência narrativa.

Ou ainda nos deparamos com diversas formas de relação do leitor com as páginas, como as dobras, os relevos, as manipulações. Também questionamos nestes livros nossa forma de perceber, ver e de entender relações de tempo e de espaço. Esse tipo de livro torna a criança co-autora da obra, criadora de um texto verbal e até mesmo de outros textos visuais. Tal resultado, porém, não é conseguido pela simples “ausência” de texto, mas mediante a criação cuidadosa de um texto visual estimulante e inteligente.

Bibliografia

ABRAMOVICH, Fanny . *Literatura infantil: gostosuras e bobices*. São Paulo: Editora Scipione, 1989.

CAMARGO, Luís. *A ilustração no livro infantil*. 2ª edição. Belo Horizonte: Editora Lê, 1998.

COLOMER, Teresa , org. *Siete llaves para valorar las historias infantiles*. Colección Papeles. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2002.

COQUET, Eduarda. *A narrativa gráfica. Uma estratégia de comunicação de crianças e de adultos*. Braga: Centro de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2000.

COQUET, Eduarda. *Eu gosto dessa porque tem uma menina com neve na cabeça*. Solta Palavra, boletim no. 6. Porto: CRILIJ, 2004.

DUBOGEL, Bruno. *Imaginário e Pedagogia*. Coleção Horizontes Pedagógicos. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

GOMES, José Antonio. *Manuela Bacelar: da ilustração ao álbum*. Solta Palavra, boletim nº. 6 . Porto: CRILIJ, 2004.

JIMÉNEZ , Carmen Días. *Alfabeto Gráfico. Alfabetización visual*. Proyecto Didáctico Quirón (coleção). Madrid: Ediciones de La Torre, 1993.

LINS, Guto. *Livro infantil? Projeto gráfico, metodologia, subjetividade*. São Paulo: Editora Rosari, 2004.



MAIA, Gil . *Entrelinhas: quando o texto também é ilustração*, em Actas do Encontro de Leitura, Literatura Infantil e Ilustração – Investigação e Prática docente. Braga: Universidade do Minho, 2003.

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Edições 70, 1981.

SANDRONI, Laura. Machado, Raul - org. *A criança e o livro: guia prático de estímulo a leitura*. São Paulo: Editora Ática, 1986.

VIEIRA, F. L., Martins, M., Coquet, E. *Leitura, Literatura Infantil e Ilustração*. Braga, Centro de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2002.

WERNECK, Regina Yolanda. *A importância da imagem nos livros*, in Sandroni, L. Machado, R. *A criança e o livro: guia prático de estímulo a leitura*. São Paulo: Editora Ática, 1986.

Bibliografia em formato digital

CÂNDIDO, Amelia Fernandes . *Mais além: a especificidade da literatura infantil como instrumento de estímulo ao desenvolvimento da linguagem*. Dobras de Leitura, ano IV, número 16, 2003.

<<http://www.dobrasdaleitura.com>>. Acesso em 10 de abril de 2008.

DOMICIANO, C. L. C, COQUET, E. *Livros sem texto para crianças pré-escolares: produção e leitura*. In anais do 16º Congresso de leitura do Brasil. Campinas: UniCamp, 2007,. Disponível em <<http://www.alb.com.br/anais16/sem13pdf>>.

DOMICIANO, C. L. C, COQUET, E. *Livros infantis sem texto: modos de leitura*. In anais do 1º Congresso Internacional em Estudos da Criança: Infâncias possíveis, mundos reais. Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2008. CD.

DOMICIANO, C. L. C, *Livros infantis sem texto: dos pré livros aos livros ilustrados*. Tese de doutoramento. Braga, Portugal: Universidade do Minho, Instituto de Estudos da Criança, 2008. Disponível em <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8528>>.

RAMOS, Flávia Brocchetto; Panozzo, Neiva Senaide Petry . *Entre a ilustração e a palavra: buscando pontos de ancoragem*, in Espéculo. Revista Digital trimestral de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid, 2004. Disponível em <http://www.ucm.es/info/especulo/numero26/ima_infa.html>. Acesso em 5 de fevereiro de 2008.



DESIGN PARA PESSOAS

O caráter social e inclusivo do Design Gráfico por meio de experiências em pesquisa e projetos

Design. Inúmeras foram as páginas e bits dedicados para defini-lo. Na verdade, a multiplicidade de conceitos, palavras, áreas de atuação, metodologias e ferramentas refletem a pluralidade de possibilidades que o design oferece, não só na solução de problemas do dia a dia mas, também, na intervenção em questões relevantes na sociedade onde atua.

Neste texto procuramos pensar – dentre as variadas disciplinas envolvidas no design gráfico, seu ensino e ação – sobre o papel do design como agente de inclusão no mais amplo sentido da palavra, seja esta social, cognitiva ou física. Um design que faz diferente e que faz diferença na vida das pessoas.

(...)

CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

FERNANDA HENRIQUES

DEBORAH VIVIANE FERRARI

PATRICIA ABREU PINHEIRO CREMITTE

O QUE É DESIGN?

“No Brasil, o uso do termo *design* causou — e causa até hoje — certa resistência, que não se pode atribuir a um purismo linguístico” (BONSIEPE, 2011). Isso porque, a partir da década de 90, as palavras *design* e *designer* transcenderam às atividades projetuais e àqueles que as projetam, tornando-se uma espécie de “curinga”, um adjetivo utilizado muitas vezes como artifício de marketing para emprestar *glamour*, tecnologia, perfeição e estética. Vemos “pipocar” nas ruas o termo, em campos deveras inusuais como “design de sobancelhas” ou em novas abordagens como “food design”, “experience design”, “design thinking” etc. São, francamente, palavras que estão na moda, popularizadas em uma “expansão semântica horizontal e, ao mesmo tempo, um estreitamento, isto é, uma redução semântica vertical” (BONSIEPE, 2011).

De todo modo, é possível explicar o termo relacionando-o com a atividade projetual para a solução de problemas. Ou seja, design significa projeto. É projetar algo por meio de um método com auxílio de alguma ferramenta para alguém utilizar. Podemos resolver essa questão didaticamente destrinchando a afirmação acima e respondendo algumas perguntas.

Projetar o quê?

Objetos grandes e sofisticados; pequenos utensílios para o cotidiano; interfaces diversas; embalagens; jogos e produtos de entretenimento; ambientes; informações digitais; cartilhas; livros; revistas; tipografias... São muitos os objetos de design e cada um tem a sua especificidade, suas metodologias projetuais, seus objetivos, seus públicos...

Projetar como?

Levantando problemas; analisando necessidades; desenvolvendo e testando protótipos; finalizando ideias; levantando os tipos de materiais possíveis, ou ainda experimentando; criando coletivamente; intervindo, começando do final.

Projetar para quem?

Usuário, leitor, consumidor, criança, jovem, idoso, pequenos grupos, comunidades, multidões... diferentes usuários, múltiplas possibilidades.

Não apenas as possibilidades, produtos e públicos são diversos como a própria concepção dos projetos de design se dá de maneira multidisciplinar, ao serem construídos por meio de múltiplas parcerias. A principal fonte de informação e inspiração do design é a cultura plural que o cerca.

As parcerias se revelam na capacidade do designer em atender tanto professores como alunos no processo de ensino e aprendizagem, intermediados por materiais didáticos, por exemplo. Nestes dois últimos casos, os produtos desenvolvidos são basicamente visuais, ou gráficos.

DESIGN GRÁFICO: MUITO ALÉM DO PAPEL

A área do chamado comumente Design Gráfico, outrora focada na peça bidimensional, hoje abarca toda uma gama de possibilidades em produtos materiais ou digitais. Apesar das controvérsias quanto à origem do design e das relações claras do design gráfico com a história dos meios de impressão, da reprodução gráfica e do desenho da página impressa, o design “institucionalizou-se” apenas no início do século XX, com a fundação em 1919, na Alemanha, da Bauhaus. A expressão *graphic design* data de 1922 e é de autoria do William Addison Dwiggins (designer de livros e tipógrafo), que a usou para “descrever as atividades de alguém que trazia ordem estrutural e forma visual à

comunicação impressa” (MEGGS, 2009). A segunda década do século XX foi marcada fortemente, em diversas partes do mundo, pelos movimentos modernistas na arte e cultura em geral e esta influência acabou por moldar os principais fundamentos do design propagados pelas primeiras escolas de design, principalmente na Europa. O modernismo colou-se ao design de tal maneira que se passou a denominar “design moderno” toda uma forma de fazer e pensar o design. Esse modelo consolidou-se principalmente através da escola de Ulm (Alemanha) e do Novo Estilo Internacional (Suíça), que influenciaram o design brasileiro através de figuras como Max Bill, Thomas Maldonado e Gui Bonsiepe.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento de uma produção visual voltada a atender à publicidade de produtos e serviços também se manteve forte desde o século XIX. As artes gráficas — outro termo tratado como sinônimo de design gráfico — consolidaram essa relação e ligaram a criação do design impresso ao comércio e ao consumo.

A partir dos anos 70 podemos identificar uma ruptura gradual com modelos cristalizados em design gráfico, fundamentados tecnicamente nos princípios modernistas, e estrategicamente no modelo capitalista do lucro. Novas estratégias, novos objetivos e o próprio papel do design começaram a ser colocados em pauta.

Um primeiro chacoalhar de estruturas se deu pelo chamado design pós-moderno. A

percepção de tal mudança foi prioritariamente estética, mas as funções do design também foram colocadas em cheque. Depois de muitos anos desempenhando um papel de neutralidade, de transparência na peça gráfica, em benefício da legibilidade do conteúdo, os designers passaram a reivindicar seu papel de autor, de protagonista na produção da mensagem gráfica. Experimentações tipográficas e gráficas marcaram uma geração de designers, em várias partes do mundo, indo do pioneiro professor suíço Wolfgang Weingart e sua aluna americana April Greimam ao inglês Neville Brody, passando pela tcheca Suzana Lico, pelo alemão Rudy Vanderlands e o americano autodidata David Carson – ainda que este último seja muito criticado. Podemos também, como levantado por Chico Homem de Melo (2006), elencar o brasileiro Rogério Duarte no hall dos “transgressores”.

Numa outra vertente de ruptura, mais recente e conceitual, vemos que aquele papel consolidado do design gráfico desde a revolução industrial e principalmente no pós-guerra, que atrelava a produção quase que exclusivamente à publicidade e ao consumo, também entrou em debate. Design serve para vender, é claro, mas também — e primordialmente — deseja comunicar, e isso vai muito além da apresentação de mercadorias e serviços: abrange informar, educar e incluir.

O professor Marcos da Costa Braga (2011) aponta os anos 90 como a década em que os questionamentos sobre o papel

social do design se fortaleceram, principalmente impulsionados pela globalização, pela crise ecológica (e seus impactos nos sistemas produtivos) e pelas mudanças intensas na comunicação, economia, política e cultura. Nessa trama complexa, agora em novo cenário, o design gráfico pode se colocar como uma importante ferramenta de ação, de conscientização, de contestação e de mudança, em diversos aspectos, da educação à economia, da saúde à cultura.

Assim, dos movimentos do design pós-moderno, herdou-se uma maior liberdade de ação e expressão. As estratégias gráficas e visuais ficaram livres para servir a diferentes discursos: cada voz, uma visualidade. Do olhar para além dos moldes comerciais, surgiram novas estratégias em projeto (metodologias) e novas ações (objetivos), onde o usuário voltou a assumir seu posto no centro do projeto. Mas se o usuário se recoloca no centro, todo o processo deve voltar-se para suas necessidades, para um processo de comunicação pleno.

Design gráfico na era da informação

A história do design está, obviamente, atrelada à condição humana e a todos os movimentos sociais e culturais pelos quais passamos, assim, as novas formas de se fazer design também estão estreitamente relacionadas com a cultura digital e com as novas mídias sociais. É consenso que nunca se viu tanta informação

sendo compartilhada quanto na atualidade, a chamada Era da Informação em que vivemos se caracteriza pela abundância de mensagens trocadas, em diferentes meios, a uma grande velocidade; não obstante, tamanha rapidez e quantidade pode ampliar o debate mas pode inclusive saturar o receptor. Dessa forma, faz-se necessária uma curadoria e organização das informações trocadas para facilitar o entendimento e retenção das informações. O design gráfico atua também nesse sentido, organizando, traduzindo e formatando os dados para promover o conhecimento.

A relação entre design gráfico e informação é significativa e deve ser explicada: chamamos de “dados” a matéria prima da informação e sua ocorrência se dá em todo e qualquer lugar em estado bruto, misturada, mesclada. Os dados carregam uma mensagem que deverá ser decodificada pelo receptor para, assim, transformarem-se em informação. Já o conhecimento é obtido por meio da interpretação da informação e por todas as ações que envolvem esse entendimento, como a filtragem, a compreensão, a aceitação e o reconhecimento dos conteúdos.

Nesse sentido, o designer é um mediador entre a fonte e o receptor, estruturando os dados para materializar a informação, facilitando a interpretação do conteúdo e, com isso, ajudando a promover o conhecimento. Assim, o Design da Informação é uma especialização do Design Gráfico que se preocupa em traduzir simbólica e visualmente os dados brutos em projetos que promovam o conhecimento a partir da organização da informação.

Outro conceito relevante neste contexto é o da Arquitetura da Informação, cunhado por Richard Saul Wurman em 1976, definido pela “capacidade de tornar clara a complexidade, com ênfase na compreensão e não no estilo” (WURMAN, in HELLER e PETTIT, 2013). Pensar na organização da informação de forma a torná-la compreensível e acessível ao usuário também é, portanto, uma forma de recolocá-lo no centro do projeto. Ainda afirma Wurman: “Acho que essa é a verdadeira tarefa como comunicadores, tornar as coisas compreensíveis, e quando

conseguimos, de maneira engenhosa, torná-las de fato compreensíveis, então elas também são belas, sem a menor dúvida!” (WURMAN, in HELLER e PETTIT, 2013).

DESIGN E SOCIEDADE

Como inicialmente colocado, se no começo o design era focado no objeto — no “algo” a ser projetado –, a tendência atual é deslocar a prioridade para o indivíduo, para o “alguém” a quem o projeto se destina. Entretanto, quando se trabalha pensando em pessoas é preciso ter em mente a grande amplitude de características, sejam elas físicas ou sociais, em dimensões tão diversas como raça, etnia, saúde, lazer, cultura, política etc. Deixar um grupo de fora neste processo, além de ser economicamente problemático (menos consumidores), também é injusto.

O desejo de um mundo equânime, onde todas as minorias também tenham direito à voz, a manifestarem-se e participarem livremente da vida em sociedade deve ser premissa de qualquer profissional em sua prática. Ainda que saibamos, com lamento, que esse pensamento esbarra na realidade humana e ambiental, é necessário refletir e buscar caminhos criativos para alcançar esse ideal. Porque:

Sem um elemento utópico, não será possível construir um mundo diferente e restaria apenas um desejo pie-doso e etéreo sem maiores consequen-

ências. Sem esse elemento utópico, ainda que residual, não será possível qualquer redução de heteronomia. (...). É uma atitude de capitulação à qual nenhum designer deveria resignar-se (BONSIEPE, 2011).

Ora, se o design — dentro de suas naturais limitações e aliado a outras esferas como engenharia, tecnologia, publicidade, marketing e movimentos sociais — é hábil em promover mudanças de atitudes como a maneira com que nos comunicamos, vestimo-nos, deslocamo-nos, também pode ser capaz de provocar mudanças mais profundas de paradigmas, de atitudes. A consciência crítica e humanista deve estar presente para buscar soluções que mitiguem sofrimentos e abram espaço para a busca de equilíbrio em uma sociedade desigual.

Os nossos olhos já não se podem fechar diante das necessidades prementes de viabilizar o mundo para as próximas gerações. Esse discurso evolui a passos lentos, mas ganha adeptos, ganha esforços a cada dia.

O Design Gráfico como ferramenta de mudança

Já destacamos os anos 90 como cruciais para uma mudança de mentalidade no design. Mas muitos designers, ao longo do século XX, advertiam quanto ao distanciamento do designer gráfico da sua missão primordial de

comunicador. E um comunicador consistente, não um maquiador a transformar mentiras em verdades na busca pelo lucro. No livro *Citizen Designer*, o conhecido escritor Steven Heller entrevista vários designers a respeito desse papel social do design. Numa dessas entrevistas, Katherine MacCoy comenta:

Muitos de nossos colegas nunca praticam seu direito de comunicar em questões públicas ou de conteúdos potencialmente controversos. Se removerem nossa liberdade de expressão, é possível que os designers gráficos nunca percebam. Nós criamos uma profissão que acha que preocupações políticas ou sociais são estranhas ao nosso trabalho ou inapropriadas a ele. (MAC COY, in HELLER e VIENNE, 2003).

Outros designers manifestaram a mesma opinião sobre o trabalho de colegas, muitos consagrados e festejados, em outro livro de Heller, *Design em Diálogo* (HELLER e PETTIT, 2013). A falta de conteúdo, de preocupação com a qualidade e os objetivos da mensagem são uma prática constante no mundo ocidental, ainda que os resultados gráficos sejam criativos e exuberantes. Já no Brasil, o mesmo discurso e percepção ocupou designers e pesquisadores que apresentaram algum engajamento social em suas carreiras, sejam profissionais ou acadêmicas. Joaquim Redig (in BRAGA, 2011) registrou sua percepção:

à medida que os problemas sociais aumentam, a interferência do designer parece diminuir. Mesmo essa sendo uma realidade ainda presente, o conceito de Design Social tem ganhado espaço nas universidades e discussões teóricas, mas muitos paradigmas ainda precisam ser rompidos na ação projetual. O próprio termo é considerado um pleonasmo por Redig, pois para ele “não existe design que não seja social – para a sociedade. Se não for, não é design” (REDIG, in BRAGA, 2011). Pode parecer uma postura radical, mas deve-se sempre refletir sobre palavras ditas por um nome que realmente fez diferença na nossa história profissional e acadêmica.

Quanto ao designer gráfico, “garantir que a mensagem de um projeto gráfico seja positiva e vá acrescentar aos seus espectadores conhecimento e informações relevantes e benéficas é uma atitude de cidadania e de responsabilidade com seu trabalho” (NEVES, in BRAGA, 2011).

Design inclusivo

Vários conceitos têm sido utilizados para os estudos em design referentes à inclusão e à acessibilidade de usuários a produtos e serviços. No início dos anos 70, tanto na América do Norte quanto em países europeus, iniciaram-se os movimentos e debates em torno desta legítima preocupação, pela busca de uma sociedade mais justa, mais igualitária. Nos Estados Unidos, o termo *Universal De-*

1 A produção do citado centro pode ser encontrada em www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/

sign (Design Universal) resultou de um importante movimento social e acadêmico e seu uso foi consolidado por centros de pesquisa em consagradas universidades americanas, como o *Center for Universal Design - College of Design*¹, da Universidade da Carolina do Norte, responsável até hoje pela publicação dos “Princípios do Design Universal”, um conjunto de pressupostos projetuais empregados no mundo todo.

Na Europa, o conceito do *Design for All* (Design para todos) expandiu-se com o mesmo intuito, alargando a visão de um design que deveria servir para todo e qualquer usuário, independente de suas características físicas ou cognitivas. Segundo Pinheiro e Silva (in SILVA, PASCHOARELLI e SILVA 2010), a declaração de Estocolmo, de Maio de 2004, define: “O *Design for All* é um design que tem em conta a diversidade humana, a inclusão social e a igualdade. Esta aproximação holística e inovadora constitui um repto criativo e ético para todos os responsáveis do planeamento, para o design, a gestão e administração, assim como para os políticos”.

No Brasil, questões de acessibilidade são respaldadas pela lei federal nº 13.146/2015, nomeada “Estatuto da Pessoa com Deficiência”, cujo teor aborda questões relativas, tanto ao uso comum de espaços públicos, quanto ao acesso a serviços e sistemas, como escolas e atendimento de saúde. Quanto ao design, além do conceito de Design Universal, a expressão Design Inclusivo tem se firmado com maior ênfase, na busca de um termo que expresse, não somente o desejo de incluir usuários no uso de produtos e informações, mas que estes produtos sejam viáveis dentro do processo produtivo, atendendo a um maior número de pessoas.

O Design Inclusivo é possível. Pensar em todos, mas também nas características mais particulares, visando não só o convívio entre o deficiente e o dito “normal”, mas uma oportunidade igual para ambos desenvolverem suas potencialidades e habilidades, “não pensando numa projeção de si próprio ‘o que é bom para

mim é bom para todos’, mas ao contrário por dever ter em conta a diversidade, pois todos somos diferentes” (PINHEIRO E SILVA, 2010)

As diferenças não se constituem apenas através de deficiências congênitas ou definitivas, mas também temporárias, bem como aquelas adquiridas pela ação do tempo. Elas não são apenas físicas, mas podem ser perceptuais também, e assim trazer limitações no uso de objetos e informações, nos processos de leitura, na visualização das formas, na percepção das cores, entre outros. Assim, as preocupações com o design gráfico também são extremamente relevantes na direção da inclusão, porém menos usuais, menos pesquisadas e faladas. Este problema se evidencia em busca de pesquisas em bases de dados reconhecidas e consolidadas, como apontado por Pinheiro e Silva (in SILVA, PASCHOARELLI e SILVA 2010). Os pesquisadores indicam a necessidade de se incluir “princípios de design gráfico universal em todos os meios visuais para que sejam verdadeiramente úteis e legíveis para o maior número possível de pessoas”. E afirmam: “A comunidade de designers gráficos tem sido mais lenta na adoção de princípios de design inclusivo. Esta abordagem é relevante uma vez que a população mundial está a envelhecer, a esperança de vida a aumentar, assim como também está a aumentar o número de indivíduos socialmente activos até idades mais avançadas” (PINHEIRO e SILVA in SILVA, PASCHOARELLI e SILVA 2010)

Assim, a área do Design Gráfico carece de pesquisa e projetos focados na inclusão. E, sinceramente, acreditamos que é na ação projectual que surgem as observações científicas e a definição de parâmetros e metodologias em design. Por isso seguiremos analisando projetos inovadores em design social e inclusivo.

AÇÕES SOCIAIS E INCLUSIVAS GANHANDO ESPAÇO NO DESIGN GRÁFICO

Para muitas pessoas, o termo design é sempre associado a uma questão estética e de uso, como um belo e confortável sofá, uma luminária estilosa, um gadget leve e prático. Uma visão um tanto rasa se pensarmos em como o design está presente em nossas vidas, cotidianamente. Inclusive, é possível verificar uma série de novos projetos que almejam extrapolar as potencialidades, interferindo conscientemente na vida social. O Uber, por exemplo, modificou o modo como vemos e entendemos o deslocamento na cidade ao propor um inovador sistema de caronas pagas por meio de chamada e pagamento digitais. Com isso, também foi responsável por levantar questionamentos (e brigas, claro) sobre legalidades, direitos sociais e particulares da mobilidade urbana. Para um aplicativo ser desenvolvido é necessária a união de várias áreas e uma delas é o Design Gráfico, a parte que fará o intermédio entre o sistema e o usuário, traduzindo e tangibilizando, ainda que visual-

2 Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2016/05/1775621-mulheres-usam-lambe-lambes-para-combater-e-denunciar-abusos-em-sp.shtml>

3 Redução do termo Lambe-Lambe, cartazes artísticos compostos por texto e/ou imagens para serem colados em locais públicos. Uma derivação do antigo cartaz de rua que na contemporaneidade se assume como mídia de protesto, pertencendo a uma linguagem ligada às intervenções urbanas.

mente, uma complexa tecnologia que vem interferindo dentro de uma dimensão cultural.

O grande avanço dos produtos eletrônicos abriu uma série de oportunidades para o design, no entanto, mídias tradicionais e processos analógicos também se beneficiam da corrente de pensamento que discute design e sociedade, em pontos cruciais para a cidadania como a inclusão. Sobre inclusão, é necessário pensar de maneira mais abrangente, que vá além da - necessária - acessibilidade física. O design é uma ferramenta também política que pode promover sensações de pertencimento, abrigar reivindicações de minorias, fazer visível e transformar situações de desigualdades, atuar em prol de causas como ecologia ou mesmo promover soluções para amenizar situações contrárias ao bem-estar social.

Nesse sentido, verificamos ao longo da pesquisa projetos criativos e inovadores que fomentam a discussão sobre design e cidadania. Por isso apresentamos algumas áreas e projetos que se destacaram nas mídias, das tradicionais às redes sociais. Procuramos elencar e analisar algumas dessas iniciativas, visando registrar e traçar um panorama do evidente crescimento de ações que revelam uma promissora mudança de mentalidade no universo do design gráfico.

Recentemente, no Brasil, acirrou-se a discussão sobre direitos femininos. Jovens mulheres começaram a se reunir digitalmente e também presencialmente para discutir e promover um novo movimento feminista, atuante em múltiplas plataformas. Podemos verificar alguns exemplos de ações políticas sendo divulgadas por meio de sites, blogs e também cartazes espalhados nas universidades e ruas das cidades. Em maio de 2016, a Revista São Paulo², editada pelo jornal Folha de São Paulo, publicou uma matéria sobre a colagem de “lambes”³ com mensagens de temas associados ao feminismo, como empoderamento, apoio às mulheres, combate à cultura de gênero e dos estereótipos físicos e sociais. A reportagem entrevistou algumas dessas pessoas que têm colado os cartazes nas ruas de São Paulo e cobriu uma oficina de confecção

de lambe-lambe juntamente com discussões do movimento feminista, ou seja, o velho e bom cartaz de novo como mídia de protesto e política. O interessante dessa nova abordagem foi verificar o uso das tecnologias digitais e impressas de maneira conjunta pois todos os cartazes apresentavam, aliado às mensagens, o endereço da página eletrônica da rede social do coletivo autor. Essa simbiose é parte do design contemporâneo, que se dá pela complexidade e não reconhece uma técnica como definitiva, permitindo a mistura de objetos, processos e referências para a construção de um projeto. Dessa forma, o papel colado convida o público e a mídia digital amplia o debate. Vale ressaltar que, ainda que não necessariamente desenvolvidos por designers, os cartazes refletem a ideia do design gráfico como ferramenta de mobilização social.

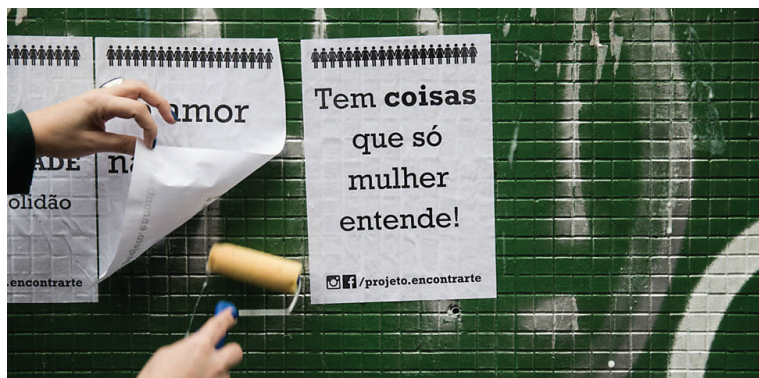


Figura 1: cartazes do movimento Encontrarte colados na Avenida Paulista, São Paulo (foto: Diego Padgurschi/Folhapress, de maio de 2015)

Ainda sobre cartazes de rua e intervenção urbana, é possível encontrar uma série de exemplos na cidade de São Paulo, cujos temas variam entre a poesia (a cidade que fala), a visibilidade da população em situação de rua e outras manifestações. Além dos cartazes, também existem outros processos mais artesanais de guerrilha urbana como o stencil e a pichação, que beiram a ilegalidade mas não deixam de ter capacidade de agirem como uma forma de design social.

⁴ <https://www.catarse.me/>
⁵ Disponível em <http://pimp-mycarroca.com/o-pimp-my-carroca/>

Figura 2: intervenção social por meio de stencil na ciclovia de São Paulo (foto: arquivo pessoal de outubro de 2015)



Um projeto interessante que mistura arte, intervenção urbana e visibilidade social é o Pimp My Carroça, um coletivo que promove a ajuda, discussão e valorização dos catadores de resíduos recicláveis nas cidades. Os agentes atuam por meio do site brasileiro de financiamento coletivo, o Catarse⁴, no qual os apoiadores contribuem com doações para um artista customizar (ou “pimpar”, como eles chamam) a carroça de um catador escolhido previamente. Segundo o blog Pimp my Carroça⁵, a ideia surgiu em 2012, na cidade de São Paulo e logo depois, no mesmo mês, contou com uma versão no Rio de Janeiro. O projeto já atendeu centenas de catadores e, por meio da arte financiada coletivamente, ajudou a colorir um pouco as cidades além, é claro, de contribuir para retirar o catador da invisibilidade.

DESIGN GRÁFICO INCLUSIVO: VISÃO, AUDIÇÃO E LINGUAGEM

Observamos, portanto, ações e projetos se desenvolvendo em muitos lugares, usando diferentes suportes e plataformas, por meio de múltiplas linguagens do design. No âmbito das universida-

des onde atuamos e seu possível raio de ação, temos nos aventurado por essas áreas tão promissoras, congregando o Design Social e o Design Inclusivo por meio de exercícios práticos desenvolvidos em salas de aula de graduação e também em pesquisas de iniciação científica, mestrado e doutorado. Tais trabalhos são, em sua maioria, entrelaçados através do Grupo de Pesquisa “Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem”, um espaço que congrega pesquisadores de diferentes instituições, predominantemente da Universidade Estadual Paulista (Unesp) e Universidade de São Paulo (USP), ambos em Bauru.

Professores e alunos em diferentes áreas e cursos (inter)ligam-se pelo interesse comum de melhorar, por meio de sua atuação profissional e acadêmica, a vida das pessoas menos favorecidas social e/ou fisicamente. O objetivo maior é agregar conhecimentos que possam incluir esses indivíduos. Foca-se, assim, num design inclusivo e não exclusivo aos deficientes e minorias. As relações estabeleceram-se em 2013 e o grupo se credenciou ao CNPq em 2014. Outros grupos, laboratórios e projetos das universidades envolvidas, através de sua estrutura e professores coordenadores, apoiam as ações do grupo, que tem a multidisciplinaridade como sua principal característica.

Na Unesp, contamos com a seguinte estrutura: Laboratório de Design Gráfico Inky Design “Prof. Dr. José Luiz Valero Figueiredo”, gerido pelo Departamento de Design, e coordenado pelas autoras Cassia Carrara e Fernanda Hen-

riques. É um espaço de pesquisa e extensão que atua nas diversas áreas do conhecimento, tendo como objetivo o desenvolvimento de produtos em design gráfico focados em ações metodológicas e tecnológicas inovadoras; Laboratório de Ergonomia e Interfaces (LEI), onde atuam Luiz Carlos Paschoarelli e Fausto Orsi Medola. É parte do Programa de Pós-graduação em Design, o qual apresenta uma sala de experimentos específica para simulações de uso de produtos e sistemas; e o Laboratório de Informação, Visão e Ação (LIVIA), gerido pelo Departamento de Educação Física da Faculdade de Ciências e voltado à investigação da informação visual no comportamento motor, em situações cotidianas e esportivas. É coordenado pelo professor Sérgio Tosi Rodrigues.

Já na USP, outro grupo e um centro de pesquisa estão envolvidos na parceria, a saber: o Grupo de Estudo e Pesquisa em Escrita e Leitura (GREPEL), coordenado pela coautora Patrícia Abreu Pinheiro Crenitte, credenciado pelo CNPq, e que desenvolve pesquisas na área de avaliação e intervenção nos distúrbios de aprendizagem, seja na leitura, escrita ou nos transtornos de déficit de atenção e hiperatividade. Utiliza-se dos laboratórios do Departamento de Fonoaudiologia (USP) para pesquisa, avaliação e atendimento de pacientes; e o Centro de Pesquisas Audiológicas – HRAC/USP, formado por um grupo de pesquisa e laboratórios, investigando a surdez profunda, conservação da audição e novos procedimentos terapêuticos na reabili-

Figura 3: marca do Grupo de Pesquisa “Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem” (fonte: Inky Design)



USO DO “EYE TRACKER” JUNTO A PORTADORES DE DISTÚRBIOS DA COMUNICAÇÃO

Ações que envolvem o uso do equipamento “eye tracker” foram propostas e contempladas em edital CNPQ em 2015. Tais projetos utilizam o levantamento de dados obtidos pela movimentação do olhar de usuários captada por aparelho específico. Destaca-se a investigação sobre tipografia e dislexia, onde crianças disléxicas são observadas em processo de leitura, usando-se diferentes tipografias. Procura-se investigar se as tipografias até então desenvolvidas para disléxicos realmente funcionam e ainda quais seriam as principais dificuldades ou facilidades de leitura que tipografias comumente empregadas nos materiais gráficos ocasionam para este público. Alunos e professores da Unesp e FOB-USP uniram a fonoaudiologia e o design neste projeto, que pode desdobrar-se em muitas outras investigações. Com coleta de dados realizadas no LIVIA e a participação dos professores Fernanda, Patrícia e Sérgio, já referidos, envolveu ativamente os

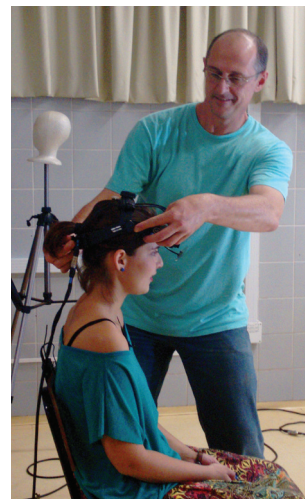
alunos de graduação em Design da Unesp (Fernanda Beatriz de Carvalho Cavenaghi, Ana Luisa Lima, Carolina Yukari Ota e Rafaela Bortolan) e alunas da graduação e pós graduação em Fonoaudiologia da USP (Dra. Thaís dos Santos Gonçalves, Giulianna Smanioto Delladona e Thais Freire). Atualmente encontra-se em fase de finalização.



Figura 4: Equipamento “eye tracker” utilizado na coleta, no LIVIA (foto: arquivo pessoal das autoras)

Figura 5: coleta de dados coordenada pela professora Fernanda Henriques e equipe no LIVIA (foto: arquivo pessoal das autoras)

Figura 6: Eye Tracker ajustado em voluntária pelo professor Sérgio Tosi Rodrigues (foto: arquivo pessoal das autoras)



6 O ColorADD foi criado em 2008 como tese de mestrado na Universidade do Minho pelo pesquisador Miguel Neiva.

7 ColorADD. <<http://www.coloradd.net/why.asp>> acesso em 29 de junho 2016.

8 Feelipa. <http://www.feelipa.com/>> acesso em 29 de junho 2016.

PROJETO DE SINALIZAÇÃO INCLUSIVA

Durante os anos de 2015 e 2016, a equipe do Inky Design tem trabalhado em um projeto de sinalização para o campus da Unesp de Bauru. Com o objetivo de ajudar o maior número de frequentadores a se orientar dentro do espaço, procurou-se incluir aqueles portadores de dificuldades visuais, como a baixa visão, a dislexia e o daltonismo. O projeto exigiu grande pesquisa e também testes com usuários, uma vez que há poucos exemplos de projetos aplicados e estudados em território nacional. As cidades do Porto e Sintra, em Portugal já fazem uso de sinalização inclusiva, utilizando o sistema de cores ColorADD⁶. Segundo o site oficial deste sistema, o daltonismo é uma deficiência que por vezes passa invisível aos olhos de terceiros mas que causa grande desconforto psicológico e dificuldades de integração social para quem é afetado por ele. Outro sistema disponível e desenvolvido com objetivos semelhantes é o código de cores Feelipa⁸, de autoria de Filipa Nogueira Pires, que além de possibilitar a inclusão de daltônicos na leitura de informações, também contempla portadores de baixa visão. O Código Feelipa Color Code leva em consideração todas as dificuldades que envolvem a percepção cromática, uma vez que é visual e tátil ao mesmo tempo. Conhecer esses projetos foi importante para o desenvolvimento da sinalização em questão, pois cabe ao designer reconhecer que as diferenças de percepção cromática existem e assim transformar a mensagem em informação simples, eficiente e assertiva ao usuário. Desta maneira, se pensarmos nos conceitos de design inclusivo, o objetivo se estende a possibilitar de forma simultânea a diferentes tipos de públicos a correta interpretação da informação.

O projeto de sinalização para o câmpus de Bauru conta com o código de cores Feelipa, a ser utilizado pela primeira vez no Brasil. Além do Feelipa Color Code, a nova sinalização foi elaborada segundo os princípios desenvolvidos pela *Color Universal De-*

*sign Organization*⁹. Como resultado, o projeto uniu conceitos de design inclusivo e design gráfico para oferecer aos alunos, funcionários e visitantes uma sinalização que permita uma relação plena entre o público e o espaço, onde todos possam explorar e se locomover com segurança, inclusive aqueles que não tenham pleno acesso às mensagens cromáticas.

O projeto, pelo seu caráter inovador e mesmo antes de uma implantação física, já rendeu aos autores diversas participações em congressos nacionais e internacionais. A equipe, além das professoras coordenadoras do laboratório, contou ainda com os alunos de graduação Victor Carniato Vilela, Danielle Naomi Nakatsu, Mariana Iamaguti, Caio Henrique do Rosário Silva e Gleisson José Cipriano.

Figuras 7 e 8: protótipos do sistema de sinalização sendo avaliado por usuários no Laboratório Inky Design (fotos: acervo Inky Design)



9 Quatro princípios básicos para se fazer um design inclusivo no quesito das cores: 1. Escolher esquemas de cor que podem ser facilmente identificados por pessoas com todos os tipos de visão de cor, considerando a iluminação e o ambiente em que os projetos serão aplicados. 2. Usar não somente cores diferentes, mas também uma combinação de formas geométricas, posições, tipos de linha e padrões gráficos, a fim de garantir que a informação será transmitida a todos os usuários inclusive aqueles que não conseguem distinguir cores. 3. Nomear claramente as cores em situações nas quais o usuário tem que usá-las para se comunicar. 4. Adicionalmente, almejar por designs visualmente acessíveis e belos. (fonte: http://www.eizo.com.tw/products/flexscan/color_vision/handbook.pdf?> acesso em: 28 de abril 2016.



Figuras 9 e 10: novos modelos para tótems desenvolvidos no Laboratório Inky Design (fotos: acervo Inky Design)

PROJETOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

Levar a temática da inclusão aos graduandos em Design é um passo a ser consolidado nos próximos anos, uma vez que o tema é recente e ainda não é contemplado por currículos tradicionais. Na Unesp, alguns docentes do citado grupo de pesquisa tem introduzido a questão em disciplinas já existentes, disciplinas opta-

tivas, mais flexíveis, e na orientação de projetos de conclusão de curso. Exemplo disso foram os projetos desenvolvidos por Vitor Ventola Bravin, orientados por Cassia Carrara. Depois de criar um primeiro livro tátil sem texto, em 2013, em disciplina curricular da graduação, intitulado Minha Imaginação¹⁰, o designer partiu para o desenvolvimento em 2014 do projeto Além da Imaginação¹¹, onde, além de avançar no desenvolvimento de mais um livro tátil, realizou uma observação em campo com usuários cegos ou com baixa visão. O retorno foi muito tocante. A pesquisa contou com bolsa de iniciação científica (CNPq).



10 Este trabalho foi apresentado em forma de um artigo científico intitulado “O design e o desenvolvimento de livros pop-up”, recebendo menção honrosa no XXV Congresso de Iniciação Científica da UNESP.

11 Trabalho apresentado no artigo Design editorial para crianças: abstração e tridimensionalidade, apresentado em Lisboa e publicado nos Anais do 3º CIDAG - Conferência Internacional de Design e Artes Gráficas. Tomar - PT: Instituto Politecnico de Tomar, 2014.

Figuras 11 a 14: projeto Minha Imaginação, de Vitor Ventola Bravin, em interação com crianças durante disciplina Produção Gráfica 3, em 2013, no campus da Unesp (Fotos: Cassia Carrara e Vitor Bravin)



Figuras 15 a 17: projeto Além da Imaginação em interação com crianças deficientes visuais, durante pesquisa de campo, em 2014 (Fotos: Vitor Bravin)



Outro projeto relevante foi apresentado em 2015 por Marcos Airton Morasco Junior. Em contato com a equipe da FOB-USP já citada, o então aluno encontrou um tema para seu projeto de conclusão do curso de Design da Unesp, que o encantou: desenvolvimento de um Objeto de Aprendizagem Digital Inclusivo para crianças, intitulado Os Poetas Especiais¹². Além de pesquisa sobre o tema e desenvolvimento de todo conteúdo do material, o agora designer e mestrando criou, projetou e finalizou o produto, incluindo ferramentas e dispositivos que permitem o uso do mesmo junto a portadores de distúrbios como dislexia, daltonismo, baixa visão e surdez. O produto também foi testado junto ao público alvo e, recentemente, junto a profissionais que poderão aplicá-lo em escolas, clínicas e terapias.

12 O projeto gerou publicações científicas e foi apresentado em diversos eventos, como o IDEMI 2015 - IV Internacional Conference on Integration of Design, Engineering and Management for Innovation (Florianópolis).



Figura 18: tela inicial do Objeto de Aprendizagem Os Poetas Especiais (fonte: Marcos Morasco Junior)



Figuras 19 e 20: tela do Objeto de Aprendizagem Os Poetas Especiais e observação de campo. (fonte: Marcos Morasco Junior)

PÓS-GRADUAÇÃO

O envolvimento de alunos da pós-graduação e o direcionamento dos mesmos à ações voltadas à inclusão é de extrema importância dentro do grupo de pesquisa. Trabalhos relevantes tem se desenvolvido nos últimos anos, tanto na Unesp, quanto na Usp, fortalecendo-se assim os vínculos entre as instituições.

Como dissertação de mestrado, destacamos ações em design instrucional, dentre elas o desenvolvimento de um novo formato de manual de instruções voltado a usuários de aparelhos auditivos. O projeto da designer e mestranda da USP Camila Medina é orientado pela professora Deborah Ferrari e visa facilitar o acesso à informação pelo público idoso, respeitando as mudanças que ocorrem na percepção humana com o passar do tempo, além de características que a deficiência imprime nos usuários desses dispositivos.



Outras áreas do Design Inclusivo têm sido abordadas nas investigações de membros do grupo, como a usabilidade de vestuário e o projeto de jogos físicos (ambos para o público infantil com problemas de visão), defendidas respectivamente por Juliana Bononi (mestrado) e Daniela Marcato (doutorado), e ainda Design de Serviços em ambiente hospitalar (projeto de Débora Zaninotti, mestranda).

Envolver profissionais, alunos e pesquisadores na paixão pela inclusão, pelo respeito e pela ação em prol da melhoria da qualidade de vida das pessoas, pela convivência harmoniosa na diversidade e pela luta à oportunidades iguais para todos através do ambiente, das interfaces e do acesso à informação tem sido o alvo das ações aqui descritas e do grupo de pesquisa destacado em particular.

O grupo realizou ainda, em novembro de 2016, o Primeiro Encontro Multidisciplinar de Práticas Inclusivas, nas dependências da FOB-USP. Com grande receptividade da comunidade acadêmica e profissional, mais de 200 pessoas se reuniram para apresentar projetos e ações, bem como conhecer e discutir as práticas inclusivas em Design e Saúde, confirmando assim a parceria interinstitucional aqui realçada e que só tende a crescer e frutificar.

Figuras 21 e 22: páginas do protótipo do novo manual (fonte: Camila Medina)



Figuras 23 e 24: momentos do Primeiro Encontro Multidisciplinar de Práticas Inclusivas. Design e Saúde, realizado em novembro de 2016 (fotos: ACI-FAAC)



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto, a história do design está ligada à condição humana e a todos os movimentos sociais e culturais pelos quais passamos, bem como o “fazer” design também está relacionado com a nova realidade das mídias emergentes e digitais. As relações com a informação mudaram, porém ainda temos uma latente exclusão ao acesso à cultura e ao conhecimento por parte de usuários em potencial, sejam esses leitores, consumidores e, acima de tudo, cidadãos. Assim, a inclusão de um maior número de pessoas no processo de uso de objetos e informações deve ser prioritária nos projetos de design.

Envolver profissionais, alunos e pesquisadores na paixão pela inclusão, pelo respeito e pela ação em prol da melhoria da qualidade de vida das pessoas, pela convivência harmoniosa na diversidade e pela luta por oportunidades iguais para todos através do ambiente, das interfaces e da informação têm sido o alvo das ações aqui descritas e do grupo de pesquisa Design Gráfico Inclusivo. Sabemos que ações semelhantes ocorrem em diversas partes do mundo. No Brasil, porém, de maneira ainda tímida e pouco divulgada.

A inter-relação entre o design e as diversas áreas do conhecimento que contemplam o ser humano como centro de seu trabalho tem permitido criação e implementação de novas propostas comunicacionais e objetos que visam o bem estar físico, emocional e a inclusão social e educacional de pessoas com diversos perfis e necessidades.

Há muito a ser feito, mas pela experiência apresentada, não temos dúvidas que o design caracteriza-se como uma ferramenta para as mudanças tão necessárias às mais diversas sociedades espalhadas pelo globo, porém conectadas e interligadas pelas novas formas de comunicação e relação que se estabelecem no século XXI.

REFERÊNCIAS

- BONSIEPE, G. 2011. Design, cultura e sociedade. São Paulo: Editora Blucher.
- BRAGA, M. C. 2011. O papel social do Design Gráfico. São Paulo: Editora Senac.
- HELLER, S. & PETTIT, E., 2013. Design em Diálogo. São Paulo: Editora Cosac Naify.
- HELLER, S & VIENNE, V. 2003. Citizen Designer. Nova York: Allworth Press
- MEGGS, Philip. História do design gráfico. São Paulo: CosacNaify, 2009
- MELO, Chico Homem de(org.) O design brasileiro – anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- NEVES, F.B. Contestação gráfica: engajamento político-social por meio de design gráfico. In BRAGA, M. C. 2011. O papel social do Design Gráfico. São Paulo: Senac.
- PINHEIRO, Maria Cristina,, SILVA, Fernando Moreira. Comunicação Visual e Design Inclusivo: Cor, legibilidade e visão envelhecida, in SILVA, J. C. P. PASCHOARELLI, L.C. SILVA, F. M. Design Ergonômico - Estudos e Aplicações. Bauru: FAAC - Universidade Estadual Paulista, 2010
- REDIG, J. Design: responsabilidade social no horário do expediente. In BRAGA, M. C. 2011. O papel social do Design Gráfico. São Paulo: Editora Senac.
- SETA, Isabel; AZEVEDO, Victoria. Mulheres usam lambe-lambes para combater e denunciar abusos em SP. A Revista da Folha Sao Paulo, São Paulo: 29 mai. 2016.
- SILVA, J. C. P., PASCHOARELLI, L. & SILVA, F. M., 2010. Design Ergonômico - Estudos e Aplicações. Bauru: FAAC - Universidade Estadual Paulista.
- SILVA, F. M. 2013. Cor e inclusividade. Um projeto de design de Comunicação Visual com idosos. Portugal: Caleidoscópio Edições.



CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Graduada em Programação Visual pela Unesp, fez mestrado em Desenho Industrial pela mesma instituição e doutorado em Estudos da Criança - Comunicação e Expressão Plástica - pela Universidade do Minho, Portugal. Docente do Departamento de Design da Faac - Unesp desde 1995, leciona no curso de graduação em Design e no programa de Pós graduação em Design. Coordena o laboratório de Design Gráfico Inky Design (extensão e pesquisa) desde 2001. É co-lider do grupo de pesquisa "Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem", onde desenvolve pesquisa financiada pelo CNPQ, envolvendo alunos de graduação e pós-graduação. Outras áreas interesse: Produção Gráfica, projetos em Design Gráfico e Design Editorial, com um particular interesse nos produtos gráficos para as crianças.

Coautora

DEBORAH VIVIANE FERRARI

Graduada em Fonoaudiologia pela Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB) - USP (1995). Mestre em Distúrbios da Comunicação pela PUC de São Paulo (1999). Doutora em Neurociências e Comportamento pelo Instituto de Psicologia - USP (2003). Realizou formação complementar (Doutorado Sanduiche) no Department of Communication Disorders, University of Minnesota - EUA (2001-2002) sendo bolsista CNPq. Livre docente em Fonoaudiologia - FOB- USP (2014). Foi docente do Curso de Fonoaudiologia da Universidade Paulista (1997-2003). Atuou como Fonoaudióloga Pesquisadora do Centro de Pesquisas Audiológicas - Hospital de Reabilitação de Anomalias Craniofaciais USP de 1996 a 2006. É docente do Departamento de Fonoaudiologia da FOB - USP desde 2002. É orientadora no Programa de Pós Graduação em Fonoaudiologia - Mestrado e Doutorado da FOB - USP. Coordenadora da Comissão Executiva de Telessaúde - Fonoaudiologia e do Setor de Tecnologia Educacional da FOB-USP. Presidente da Comissão de Relações Internacionais - FOB/USP. Membro da Força Tarefa: Audiology Telehealth - American Academy of Audiology e do Teleaudiology Committee - International Society of Audiology. Membro fundador da Teleaudiology Network. Tem experiência na área de Fonoaudiologia, com ênfase em Audiology, atuando principalmente nos seguintes temas: dispositivos eletrônicos aplicados à surdez, telessaúde.



FERNANDA HENRIQUES

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, foi aluna bolsista da CAPES e reatizou parte de seus estudos na Universidad de Sevilla, Espanha. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (2004), com bolsa de estudos da CAPES, pós-graduada em Comunicação pela Unifor-CE (2001). É graduada em Publicidade, Propaganda e Criação pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (1998). É professora efetiva e pesquisadora do Curso de Design da Unesp Bauru. Ministra aulas de Tipografia, Produção Gráfica e Projeto. É líder do Grupo de Pesquisa Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem (parceria entre a Unesp e a USP). Atualmente ocupa o cargo de vice-diretora da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Unesp). Tem experiência na área corporativa, atuando principalmente nos seguintes temas: design, tipografia, comunicação, imagem, cultura e arte.

Coautora

PATRICIA ABREU PINHEIRO CRENITTE

Possui graduação em Fonoaudiologia pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras do Sagrado Coração de Jesus (1985), mestrado em Educação Especial (Educação do Indivíduo Especial) pela Universidade Federal de São Carlos (1998) e Doutorado e Pós doutorado em Ciências Médicas pela Universidade Estadual de Campinas (2002 e 2010). Docente em RDIDP na categoria de Professor Associado do Departamento de Fonoaudiologia da FOB/USP e professora da Pós- Graduação, nível mestrado e Doutorado do Departamento de Fonoaudiologia da FOB-USP, atua nas seguintes linhas de Pesquisa: Aspectos lingüísticos, genéticos e neurológicos dos distúrbios de linguagem e prevenção dos distúrbios da linguagem oral e escrita. Membro do Laboratório de Distúrbios e dificuldades da aprendizagem e transtornos da atenção - DISAPRE, da Faculdade de Ciências Médicas/UNICAMP Tem experiência na área de Fonoaudiologia, com ênfase em Fonoaudiologia, atuando principalmente nos seguintes temas: fonoaudiologia, Linguagem, Transtornos de aprendizagem, Neurociências. Líder do Grupo de Pesquisa do CNPq- GREPEL (Grupo de Estudo e Pesquisa em Leitura e Escrita).

Foto: Gustavo Damin

Conheça os
futuristas mais
influentes dos
últimos anos

ALT

MÚSICA - GAMES - CINEMA

lume

lume.editoraunesp.com.br

Conheça os
futuristas mais
influentes dos
últimos anos

A falta de
ciência da
ressaca

Ela é uma velha conhecida da humanidade. Apesar disso, os cientistas sabem muito pouco sobre por que ela acontece e quase nada sobre como curá-la.

R\$ 11,90 Nº1 Abril 2013

Planorama

Mark diz que não
preocupado com a eleição
do presidente

360

Horas com opções
para economistas
investidores

DESIGN GRÁFICO CONTEMPORÂNEO

Estudo de caso: produção discente da UNESP

O design gráfico é uma área de estudos e atuação vibrante e dinâmica, pois reflete a produção cultural e visual do seu tempo. Hoje já encontramos diversas pesquisas voltadas para o delineamento e crítica de um design gráfico contemporâneo, configurado a partir da própria história do design e seu desenrolar em novas disciplinas, novas relações e novos saberes.

(...)

CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Na década de 90 e, principalmente, a partir de 2000, a cena contemporânea começa a ser delineada: ao legado dos fundamentos modernistas, estabelecidos até meados do século passado e à força da linguagem desconstruída dos *designers pós-modernos*, adicionam-se novas características, transdisciplinares e híbridas, percebidas no discurso e na prática do design gráfico atual (Bonfim, 1997 e 1999). Como cita Moura (2011)

“Para entender o contemporâneo, o presente, é importante saber ler a história e os outros tempos. A contemporaneidade é constituída de multiplicidades e diversidades que implicam diretamente nas manifestações de sentidos, nas criações, na produção de conhecimentos, na produção de objetos, nas interpretações influenciadas e geradas pela diluição das fronteiras entre áreas distintas.” (Moura et al, 2011, p.87)

Na pesquisa em design, a produção teórica só é realmente expressa e entendida na sua completude por meio de textos visuais, sejam eles impressos, audiovisuais ou digitais e produzidos em diferentes contextos, como a experimentação de linguagens, produção para pesquisa, formação e produção profissional para o mercado. Assim, pesquisar o design gráfico engloba entender a história, o desenvolvimento técnico e tecnológico, o contexto cultural e artístico, os processos de comunicação, consumo e uso, transformando

esses repertórios, conceitos e informações em produtos gráficos.

Nesta pesquisa pretendeu-se analisar as características mais marcantes da produção gráfica contemporânea. O foco é o design gráfico contemporâneo brasileiro, porém, cada vez mais, percebem-se tendências globalizadas. Pela amplitude do tema, o recorte principal é o design gráfico no suporte impresso. Ressalta-se que as características buscadas serão prioritariamente estético-formais, considerando os elementos da comunicação visual no contexto da produção pelo designer. Buscou-se ainda indicar quais as influências dessas possíveis configurações do design gráfico contemporâneo na *práxis* projetual acadêmica. Foram contrapostos, assim, o conhecimento teórico adquirido e os textos visuais produzidos por alunos do curso de Design Gráfico da Unesp em disciplinas que contemplam a prática projetual.

REFLEXÃO SOBRE A HISTÓRIA E CONSTRUÇÃO TEÓRICA

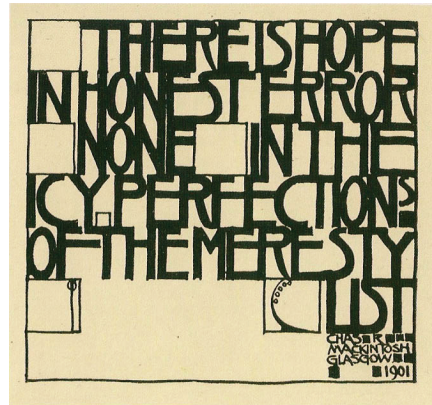
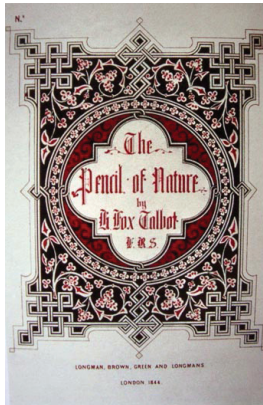
O design moderno

O design institucionalizado nasceu dentro de um contexto modernista. Assim, o pensamento moderno aderiu-se a toda uma conceituação postulada nas escolas superiores e produzida na *práxis* do design gráfico.

Como caracterização deste “moderno” evidencia-se em primeiro lugar a busca de uma ruptura com o antigo. Ruptura em vários

sentidos, do social ao estético. A industrialização passou a dominar, inclusive, a produção da informação, refletida nos meios de comunicação de massa.

A estética gráfica sofreu uma espécie de “limpeza” e teve influências diversas: ideológicas (pragmatismo, racionalismo, funcionalismo), econômicas (capitalismo e consumo), científicas (novas teorias nas áreas da física, da psicologia), culturais (aumento do repertório cultural), artísticas (movimento modernista, como cubismo, futurismo, dadaísmo, construtivismo, The Stijl, minimalismo – em vários países), institucionais (escolas de artes e design – Bauhaus, Ulm, escola Suíça e outras) e tecnológicas (evolução das ferramentas de produção e reprodução).

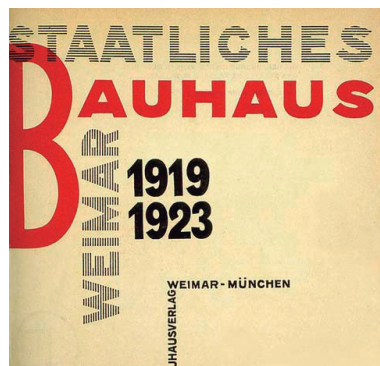


Figuras 1 e 2: “The pencil of nature”, de 1840, folha de rosto de livro, que reflete bem o espírito vitoriano (letras medievais, elementos vegetais barrocos e entrelaçados celta), e cartaz de Mackintosh (Escócia – Art Nouveau - 1901), que buscava justamente opor-se ao estilo vitoriano. O Art-Noveau foi justamente uma das influências do Design Moderno. Fonte: Meggs, 2009.



Figuras 3 e 4: Páginas do livro “La Fin du monde”, um protesto anti-bélico. Caos ilustrado por tipografias pouco convencionais. Fernand Léger, 1919, Cubismo. Fonte: Meggs, 2009.

Figuras 5 e 6: Cartazes do primeiro período da escola Bauhaus, Alemanha, fundada em 1919 e administrada por Walter Gropius nesse período. Limpeza e contraste são algumas das características dos mesmos. Fonte: Meggs, 2009.



Muitos dos conceitos modernos e funcionalistas historicamente herdados permeiam a prática atual do design gráfico, como as noções de organização do espaço compositivo e a busca da legibilidade da mensagem. Exemplos: o uso do *grid* (grade de ordenação do espaço compositivo da página), a presença de elementos de identidade gráfica, a legibilidade, a hierarquia de informações e a busca da decodificação facilitada da mensagem por parte do leitor.

Entre a década de 20 e 70 do século XX, os chamados *a posteriori* de *designers modernos* solidificaram princípios, transformando-os em “regras” para o processo criativo de designers do mundo inteiro por décadas. Esses *modernos* são advindos, em grande parte, dos movimentos das artes (exemplo foram os construtivistas russos, grande influência para o design), das escolas de artes, arquitetura e design, como a alemã Bauhaus e a Escola de Ulm, além de grupos “nacionais”, como os suíços e seu Novo Estilo Internacional (Emil Ruder, Armin Hoffman, Josef Muller-Brockmann, entre outros, primando sempre pela funcionalidade e universalidade do desenho) e os americanos, exemplificados pelo inovador Paul Rand ou ainda por muitos designers naturais de outros países, mas radicados nos Estados Unidos, como Alexey Brodovitch, que redesenhou a cara da revista americana.



Figuras 7 e 8: Páginas da Harpe's Bazaar, revista americana editada até hoje. Projeto gráfico de Brodovich e fotos de Man Ray. 1934. Brodovich foi o diretor de arte da revista de 1934 a 1958. Alexey. Observando a figura percebe-se que se esse design fosse apresentado em uma revista hoje, seria considerado completamente atual. Fonte: Meggs, 2009.



Figuras 9 a 12: Cartazes de Joseph Muller Brockmann criados nas décadas de 50 e 60, representam a configuração visual estabelecida pelo design suíço e a influência da "nova Bauhaus", a escola de ULM. Trabalhos antológicos que estabeleceram uma linguagem de simplicidade, clareza e inteligência que se colaram ao design como o "bom design". Fonte: www.flicker.com/alki.

Já a influência de uma postura moderna no design brasileiro imbrica-se com a própria história. O movimento modernista teve forte visibilidade nas artes e foi nesse meio que nasceram as primeiras escolas e centros de formação de designers. Quanto aos trabalhos gráficos produzidos no país, nota-se uma influência do design moderno europeu e americano, porém sempre se somando doses de criatividade, ineditismo e experimentação. Os nomes de Alexandre Wollner, Cauduro Martino e Aloísio Magalhães representam bem uma consolidada influência moderna européia, visível, principalmente na produção de elementos de identidade gráfica. Já a experimentação visual pode ser vista, por exemplo, no inovador design da revista Senhor, com nomes como Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e Bea Feitler, bem como em cartazes, capas de livros, discos, entre outros.



Figuras 14 e 15: Cartaz (1954) de Alexandre Wollner e Geraldo de Barros para festival de cinema do IAC (Instituto de Arte Contemporânea do Rio de Janeiro), o berço da primeira escola de design do país; marcas desenvolvidas por Alexandre Wollner ao longo do século XX. Uma carreira representando os padrões de excelência do design gráfico moderno.

Fontes: Melo, 2012 e Revista Eletrônica Con-vergências, em <<http://convergencias.esart.ipcb.pt/entrevista/12>>.



Figuras 15 a 17: Revista Senhor, publicação que circulou entre 1959 e 1964. O design de Carlos Scliar ganhou prêmios internacionais e apresenta uma modernidade presente no Brasil no final da década de 50 durante o governo de Juscelino Kubitschek. Há um maior grau de experimentação que marcou alguns produtos brasileiros mais voltados para artistas e intelectuais. Fonte: Revista Zupi, versão eletrônica, em <<http://devzupi.bonitobarato.com.br/relembrando-capas-da-revista-senhor>>.

O DESIGN NÃO CANÔNICO¹ OU PÓS-MODERNO

As mudanças tecnológicas acentuadas no final dos anos 70 trouxeram também mudanças metodológicas e criativas no design. A vertente iniciada nos anos 70 privilegiava a complexidade e passou posteriormente a ser chamada de *design pós-moderno*. Segundo Homem de Melo (2012):

“O pós-modernismo costuma ser caracterizado como fruto da falência dos grandes discursos totalizantes. O efeito desse processo no campo da arte, da arquitetura e do design tornou-se conhecido como desconstrução”.

¹ Termo proposto por André Villas Boas, 1998

2 Loyotard, 1989

3 Em Gruszynsky, 2000

4 ibidem

Cada vez mais os conceitos de pós-modernidade embalam temas da comunicação e informação. Afinal, a “natureza do saber” foi alterada pelas transformações tecnológicas e informáticas. O fácil acesso, a rapidez e a simultaneidade marcam as relações do receptor com a informação, a qual parece uma entidade reinante, sem emissor. Os próprios teóricos da pós-modernidade atentam-se muito mais em delinear os pontos de rupturas do moderno do que em traçar um novo paradigma. Frisam a perda do ideal moderno, do “projeto de emancipação da humanidade”², no qual se formariam sujeitos “conscientes e livres”³. Já a pós-modernidade é marcada por uma espécie de desilusão, onde dominam as incertezas: “afirma o valor das pequenas narrativas, em que o enredo não está previamente estabelecido”⁴. Não há enredo previsível para a narrativa e nem para sua interpretação.

Diante de um novo discurso, o design, atividade submergida nas artes, comunicação e cultura, viu seus paradigmas também questionados. Enquanto por muito tempo privilegiou-se a informação e a legibilidade através de um design “neutro”, vê-se no pós-moderno o signo visual a chamar atenção para si, como que a querer dizer algo além das palavras do texto escrito ou da convencionalidade de alguns ícones. A interpretação imediata da mensagem é impedida de forma intencional.

Inúmeras teorias e filosofias da pós-modernidade têm influenciado o design enquanto linguagem gráfica, uma vez que design e tecnologia não se separam e é justamente o impacto tecnológico sobre as relações (sociais, humanas, culturais) um ponto central do discurso pós-moderno. Algumas destas teorias têm-se sobressaído neste contexto: o *pós-estruturalismo* e a *teoria da desconstrução*.

“A desconstrução não pretende ser um método de aplicação sistemática nem uma forma de análise sistemática a decompor tudo.(...) Ao desfazer e reconstruir um objeto (tradição cultural, filosófica, literária, científica...), adota um

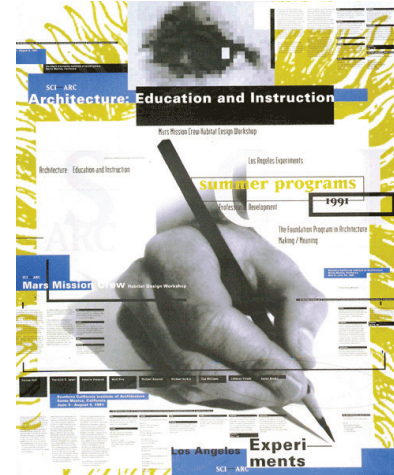
caminho específico, tomando elementos marginais, traços esquecidos, dados estranhos ou marcas heterogêneas que permitam desconstruir as constrações cristalizadas de pensamento e poder.” (Gruszynsky, 2000)

Ao contrário de qualquer sistematização, opõe-se à existência de processos exatos ou absolutos, principalmente no campo das linguagens, representações e significações. Opõe-se, portanto, pontos importantes das grandes teorias nos campos da linguística, semiologia, comunicação, artes e semiótica.

Parece-nos que tais conceitos, apenas pincelados aqui, “caíram como luvas” nas ainda não bem entendidas mudanças que as novas tecnologias trouxeram aos processos metodológicos e criativos do design. As estruturas já testadas do “bom design”, limpas e neutras, parecem não conseguir falar todas as línguas que as novas mídias possibilitam. A hibridização das linguagens e dos signos não se encaixa em muitas das regras já consagradas por quase um século de design institucionalizado.

A vertente iniciada nos anos 70 privilegia a complexidade. Podemos exemplificar com o trabalho de Wolfgang Weingart, que mesmo na tradicional escola de Basel (Suíça), iniciou uma experimentação tipográfica única. Com as possibilidades da produção digital dos anos 80 e 90, viu-se grupos com posturas, ideias e linguagens diversas tentando opor-se às regras cristalizadas ao longo do século XX (exemplos bem conhecidos: April Greimam, Neville Brody, David Carson). Num contexto mais teórico foi importante a contribuição da Cranbrook Academy of Art, escola de design americana dirigida por anos por Katherine McCoy, onde a academia começou a discutir o ensino do design à luz das teorias pós-modernas. A revista *Emigre*, editada pelos europeus erradicados nos Estados Unidos da América - EUA - Suzana Lico e Rudy Vanderlans, também teve importante papel nas discussões sobre o design à luz dos questionamentos trazidos pela pós-modernidade.

Figuras 19 e 20: O mestre suíço Wolfgang Weingart em capa de 1976/77 e a discípula americana April Greiman, programa para o Southern California Institute of Architecture, 1991.
Fonte: www.flicker.com/alki.



Figuras 21 a 23: Cartazes de David Carson para o Museu Salvador Dalí em St. Petersburg, 2010/2011. Carson manteve o estilo desconstruído que o consagrou nas décadas de 80 e 90 como marca pessoal.
Fonte: site do autor em <http://www.davidcarsondesign.com/clients/dali-museum/>.

No Brasil, o estudo desta influência ainda é pontual, mas se destacam os apontamentos de Homem de Melo (2006), que coloca o início de uma influência das posturas pós-modernas nas artes e no design ainda na década de 60, o que se pode considerar um pioneirismo brasileiro. Contrapondo-se à ditadura, tem-se uma efervescência cultural nas artes (por exemplo, neo-concretos), na música (bossa nova, tropicalismo), no cinema (Cinema Novo), nos meios de comunicação (revistas, televisão, jornais...). Os artistas-designers desse tempo experimentaram, colaram, sobrepuseram, fugiram da rigidez do funcionalismo europeu.

Homem de Melo (2006) cita Rogério Duarte: “Rogério Duarte apropria-se do vernacular, funde com arte pop e joga por cima o psicodelismo, criando um pastiche visual.” Essas posturas são basais na caracterização de um design pós-moderno.

Alguns exemplos localizados foram citados, mas os discursos e posturas dos pós-modernos se espalharam por diversos países. A qualidade e importância destes movimentos foram criticadas por nomes importantes do design gráfico, como Máximo Vignelli e o próprio Paul Rand, e ainda por críticos como Steven Heller, citados por Poynor (2010). Outros aspectos do design pós moderno foram ainda explanados por Cauduro, 2000 e Kopp, 2004. No entanto, a liberdade criativa e a inventividade de muitos desses designers marcaram definitivamente a forma de “fazer design” em diversas partes do mundo.

Figuras 24 e 25: Capa do LP de Caetano Veloso, de 1967, e dos LPs de Gilberto Gil e Os Mutantes, todos do movimento tropicalista, criadas por Rogério Duarte. Fonte: Melo, 2012.



5 As datas das primeiras edições destes livros são, respectivamente, 2003, 2008, 2008, 2007 e 2003.

6 As datas destes títulos são das suas primeiras edições. Encontram-se na bibliografia em traduções de 1991 e 1980.

O CENÁRIO CONTEMPORÂNEO

Ainda na década de 90 e principalmente a partir de 2000, alguns pesquisadores começaram a posicionar-se diante de um tempo que já podia ser visto e analisado pelo lado de fora. Primeiramente, viu-se uma preocupação com a reabilitação de algumas regras do “bom design”, destituídas pelos desconstrutivistas. Nem a ortodoxia de alguns modernos, nem muitas das posturas de designers pós-modernos se encaixavam numa visão contemporânea do design. Muitos livros passaram a revisitar a história, entendendo como conquistas toda construção teórica e prática de um design moderno e também a liberdade alcançada por um design pós-moderno.

Autores como Ambrose & Harris (2009), Lupton (2008), Samara (2007), Meggs (2009), Poynor (2010)⁵, entre outros, tem levantado a história recente do design gráfico e muitos revitalizaram conceitos referentes aos elementos fundamentais de construção da forma, as forças compositivas, o papel dos grids, da tipografia, das cores e das imagens na construção gráfica. Estes assuntos foram abordados de forma basal em obras clássicas de autores como Donis A. Dondis, *Sintaxe of visual language*, 1973) ou Rudolf Arnheim, *Art and visual perception*, 1954⁶.

A liberdade característica do contemporâneo é mais ampla que aquela proposta pela desconstrução gráfica, pois aposta não apenas na liberdade de transgredir, mas também de buscar referências no legado moderno e nas experiências das artes, do artesanato, do vernacular e das novas tecnologias.

Esta postura foi muito bem resumida por Bomeny (2009):

“Herdamos uma bagagem teórica do movimento moderno que culminou em uma prática racionalista e funcionalista, administrada por padrões rígidos de soluções, para posteriormente nos envolver com o ecletismo e o pluralismo

pós-modernista, que absorveu o ruído, o feio, a intuição e a emoção como novos elementos do design. Em qualquer partido adotado, os elementos do design, tanto os antigos quanto os novos, poderão atuar como direcionadores da ação projetual. A tecnologia digital facilitou a produção, agilizando o processo, mas ela se tornará inútil se a linguagem visual não for inserida em um contexto compreensível e interativo com seu receptor. O grande mérito de toda essa experiência que passamos nas últimas décadas com a necessidade de negar a racionalidade em favor de uma linguagem mais intuitiva e emocional, é que hoje temos o poder de escolha”

Os elementos básicos que compõem a linguagem visual continuam a estruturar a mensagem. Os princípios de figura-fundo, ritmo, contraste, movimento continuam a reger o uso das formas, linhas pontos, cores, texturas, transparências, construindo a mensagem. Pode-se, portanto, revisitar o passado e utilizar-se de estratégias consagradas de comunicação, bem como encontrar novos usos e formatos para as técnicas “antigas”, como desenhar tipos à mão – *lettering*. Ou ainda ouvir, burlar padrões, ou transpor informações para uma *tablet*, encontrando aí novas formas de interação. Todas essas posturas sobrepostas configuram o design contemporâneo.

REFLEXÕES SOBRE A PRÁTICA DO DESIGN GRÁFICO NA CONTEMPORANEIDADE

Diante do até agora exposto e de um esboço breve e resumido do cenário atual do design, torna-se importante a observação mais específica da prática projetual recente, considerando-se a produção do século XXI como uma mostra deste desenho contemporâneo.

É ainda importante observar que, como relatam Fiel &Fiel (2003), a evolução do design está e estará intimamente ligada à evolução tecnológica e suas ferramentas. Assim, o crescimento do design para mídias digitais tem sido o foco de muitas produções e estudos, onde se consideram, além da imagem, a presença do movimento, do som, da luz e da interatividade com o receptor/ leitor/ usuário/ consumidor.

Os já citados Charlotte e Peter Fiel publicaram no início do século XXI seu primeiro estudo sobre o que chamaram de design gráfico contemporâneo. Selecionaram 100 nomes que consideraram os mais representativos da prática do design gráfico daquele momento, gerando uma interessante e importante obra sobre o tema. Além das imagens e nomes, a opinião destes profissionais e sua visão do futuro do design ou conceituação do design gráfico contemporâneo também foram registrados (Fiel&Fiel, 2003). Algumas preocupações comuns foram notadas nos discursos apresentados pelos designers, e resumidas

pelos autores: perda de clareza das fronteiras entre as disciplinas (design, artes, cinema, ilustração, música...), a importância do conteúdo, o impacto das tecnologias mais avançadas, o desejo de ligações emocionais, as limitações criativas impostas pelos softwares comerciais, a velocidade, quantidade e complexidade das informações disponibilizadas, a necessidade de significação e a relevância ética. A leitura desta lista mais de 10 anos depois chega a assustar pela tamanha clareza com que tais designers viam o futuro.

Pensando na prática do design atual vemos que as fronteiras se estreitam com as artes, o artesanato (tão desprezado por décadas e até considerado “trabalho de segunda linha”) e também as disciplinas técnicas. Podemos afirmar que hoje o trinômio arte, ciência e tecnologia se inter-relaciona em todo e qualquer projeto de design contemporâneo. A multi, inter e transdisciplinaridade passam a ser postura obrigatória na teoria e prática do design. Não apenas no sentido de relação e cooperação entre disciplinas, mas na relação e dependência que o processo de projetar em design cria com as temáticas, o público e o universo histórico, cultural e visual de cada projeto. Segundo Fiel&Fiel (2010) é cada vez mais comum designers se denominarem igualmente artistas, designers de moda, músicos, animadores e cineastas em suas *home pages*, *blogs* e portfólios digitais.

Os conteúdos e os significados também se tornaram primordiais na contemporaneida-

de. As habilidades visuais e o repertório dos receptores do design modificaram-se. Receptor talvez já não lhes caiba como denominação. Eles também são produtores de mensagens, com seus *tablets* e *smartphones*. Produtores e difusores de suas próprias produções, e em tempo real. Assim, a mensagem “profissional” que o designer lhes oferece deve ir além da boa imagem. Precisa instigar, fazer pensar, ou, no mínimo, despertar alguma emoção. Essa realidade também foi descrita em Fiel&Fiel (2010):

“Essa capacidade do faça-você-mesmo corroeu igualmente a linha entre a homenagem e o plágio, com o resultado de os designers na prática profissional terem de realmente ser peritos na criação para permanecerem à frente do jogo digital.”

Assim, as questões tecnológicas tomaram grande espaço na vida e metodologias de projeto dos designers. A busca é pelo domínio de um maior número de tecnologias que permitam dominar também as múltiplas linguagens e plataformas do design atual. Pelo alto nível tecnológico alcançado, a necessidade maior tem sido justamente a formação de equipes multidisciplinares, onde mais uma vez as áreas da criação, das ciências e das tecnologias se completam na construção de elaborados produtos e na realização das ideias mais impensadas há alguns anos. Outro aspecto desta evolução tecnológica é que o resultado possível de ser alcançado com as novas tecnologias podem

levar a produção de imagens hiper-realistas e a uma perfeição saturadora, o que impulsionou muitos designer à voltarem as técnicas manuais, ao “feito à mão”, como os já citados letterings, técnicas de ilustrações, uso de recortes, texturas, montagens, entre outros (Fiel&Fiel, 2010).

Outro ponto importante comentado nas entrevistas de Fiel&Fiel (2003) foi a ética. Pois essa preocupação ocupa hoje uma posição de relevância nas mais diversas áreas do conhecimento. O design “nasceu” cheio de ideais sociais e humanos. Buscou a forma universal, buscou a simplicidade, a clareza, a “verdade”, mas ao final manteve-se atrelado às práticas de fabricação e comércio de produtos durante décadas, principalmente pelas suas estreitas relações com a publicidade, estabelecidas no pós-guerra. Mas o descomunal apetite de consumo que evoluiu e acabou por dominar o século XX passou a incomodar diversas áreas de estudos e prática, inclusive os designers, gerando até mesmo manifestos historicamente registrados (FIEL&FIEL, 2003; BOMENY, 2009) e novas relações com formas alternativas de produção, onde há uma busca de opções produtivas mais sustentáveis e que respeitem o trabalhador. Novos discursos nos vieses do design universal, do design social e do design inclusivo tomam grande vulto nos dias de hoje. Portanto, diante de tanta tecnologias e possibilidades, diante de um mundo saturado pelo consumo e pela visão ainda corrente do design como um instrumento do

interesse das grandes empresas e corporações, fortalecem-se as posturas de reação, sendo o design um potencial propulsor de mudanças e transformações nas formas de pensar, agir e produzir informações e objetos para o mundo contemporâneo.

Ainda em Fiel&Fiel (2003), podemos exemplificar algumas das vertentes do design contemporâneo. Os autores destacam os designers “Neo-modernistas” atuantes nos anos 2000 - onde estilo e conteúdo são considerados igualmente importantes na criação em design - e no outro extremo o “Novo Pluralismo”, onde as relações com outras disciplinas, entre elas, Artes e Cinema, tornam-se marcantes e revelam a influência do multiculturalismo numa produção mais extrema e autoral.

A PRÁTICA PROJETUAL NOS TRABALHOS ACADÊMICOS: UM ESTUDO DE CASOS

Procuramos agora responder às perguntas propostas no início desta pesquisa: como esse panorama complexo de caracterizações traçado para o design gráfico contemporâneo aparece na produção acadêmica local?

Diante das características levantadas nos item anteriores nos propusemos a selecionar e analisar alguns trabalhos acadêmicos. Como já observado no início do texto, neste estudo, a guisa de delimitação do objeto de estudo e da prática projetual e acadêmica, abarcamos apenas produtos impressos, salvo

alguns produtos digitais que formam com os impressos um único conjunto projetual, um único *breafing*.

Desde 2011, na disciplina de Projeto 3 do curso de Design Gráfico da Unesp, temos proposto a criação de um único projeto editorial para diferentes suportes, explorando ao máximo a potencialidade e a materialidade de cada um. Ou seja, sua linguagem peculiar.

Uma caracterização da revista impressa pode ser encontrada em vários autores, como em King (2001), Ali (2009) e Samara (2011). Num projeto de revista impressa, as preocupações do design geralmente giram em torno de definições funcionais e formais, como o formato, a diagramação, a identidade visual e seus elementos, as cores institucionais, o projeto tipográfico, o uso de imagens, o ritmo da publicação e sua materialidade, como uso de papéis, vernizes, cortes e encartes. A influência do design pode ser também emocional, interferindo na interpretação da mensagem. Isso ocorre quando se seleciona o corte de uma imagem ou se escolhe uma cor dominante, por exemplo. Há um discurso visual, além do verbal.

Já a revista digital apresenta-se como um universo pouco explorado. Enquanto as experiências com as revistas *on line* se aproximam das demais interações na rede, os veículos de publicação periódica para *tablets* e outros dispositivos móveis particularizam-se e oferecem outras experiências aos seus leitores. Horie & Pluvinae (2012) listam algumas caracterís-

ticas da revista digital herdadas das revistas impressas: periodicidade, diferenciando as revistas *on line* dos demais *sites*; segmentação, já vista na revista impressa, pode ser ainda maior na revista digital, uma vez que os custos de produção são menores; portabilidade, característica presente nos suportes móveis, como *tablets e smartphones*; identidade gráfica, característica presente e necessária na revista digital, pois é mais fácil ao leitor “sair” da publicação. Já como características tipicamente digitais, estas novas revistas apresentam: leitura multimídia, numa combinação de elementos gráficos (textos e imagens) com elementos dinâmicos (áudio, vídeos, infográficos interativos...); interatividade, onde o leitor pode interferir e participar do conteúdo produzido (web 2.0) e ainda ter acesso a outras informações (*links*) sem sair da revista, além de poder dar um *feedback* imediato ao veículo, por comentários, “curtidas” e compartilhamentos; hipertexto, onde o leitor já não se prende à leitura linear das revistas impressas, podendo criar sua própria experiência narrativa por meio de *links* e caminhos diversos oferecidos; baixo custo de produção, sem estoques e encalhes, apenas um “exemplar” é disponibilizado em um servidor para *download*, serviço este pago pelos produtores.

Seguem três exemplos destes projetos, selecionados da turma de 2012, 2013 e 2014. Procuramos comparar a versão impressa e a digital diante das caracterizações do design contemporâneo.

O primeiro exemplo é a Revista Lume, criada por Alberto Ribeiro da Rocha e Jéssica Garcia em 2013. O tema é focado em atualidades, tecnologia, descobertas e curiosidades científicas e o projeto editorial objetiva proporcionar ao leitor uma experiência visualmente rica, com informação e conteúdo visual prioritário, levando em primeiro lugar as noções de entreter e informar um público “curioso” sobre assuntos pouco comuns e interessantes.

O projeto gráfico se estabeleceu a partir de uma identidade visual forte e bem definida, que começou pelo desenvolvimento de uma marca com tipografia exclusiva, e consolidou-se pelos elementos gráficos que nortearam toda a revista, tanto a edição impressa como a digital. A exploração da linguagem infogr-

fica também se destaca, com matérias que privilegiam a informação visual e apresentam uma informação verbal concisa. A infografia foi usada por todo século XX, mas tomou força nas revistas atuais, pois é uma linguagem preferencial do público mais jovem.

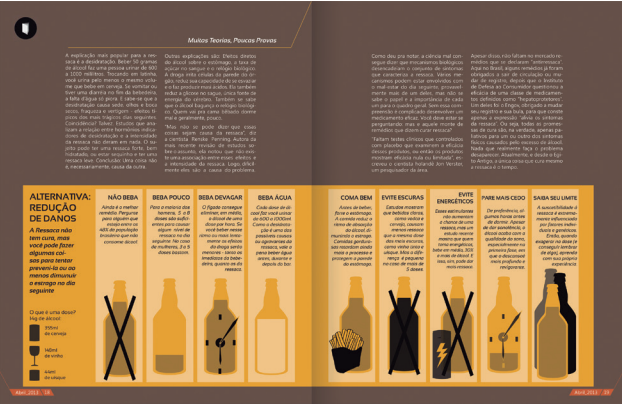
O formato da revista mais utilizado hoje em dia ainda é aquele que prima pela limpeza e clareza da informação, como este projeto, pesar das revistas experimentais exploradas nas décadas de 80 e 90. A revista impressa Lume segue um projeto gráfico bem estruturado, porém flexível. A presença dos elementos de identidade visual, como pictogramas, linhas diagonais e formas circulares, bem como uma escolha tipográfica consistente marcam o projeto.



Figuras 26 e 27: Capa, índice e editorial da revista impressa Lume. Os elementos gráficos marcantes do projeto destacam-se desde a capa. A tipografia é bem personalizada. O uso da linguagem infográfica fica evidenciado em toda a revista, mas destaca-se no índice pouco comum. Fonte: Rocha e Garcia



Figura 28: Página dupla da revista impressa Lume. Mostra abertura de matéria que reforça a presença dos elementos de identidade do projeto: formas circulares, diagonais, imagens tendendo ao monocromatismo, ca-beçalhos e rodapés característicos. A composição é leve, há muito espaço “em branco” mas o forte grid do projeto reforça a retomada de projetos voltados à informação clara e leitura facilitada. Fonte: Rocha e Garcia



Figuras 29, 30 e 31: Matéria de 3 páginas duplas que explora linguagem infográfica, estratégia muito usada em revistas impressas atualmente e que envolve o leitor pela clareza e facilidade de leitura e compreensão da informação. O destaque visual fica por conta do uso de ilustrações e da proposta cromática marcante. Grids e tipografias reforçam a limpeza do projeto. Fonte: Rocha e Garcia

Já Revista Digital Lume foi concebida para a nova linguagem dos tablets. Neste veículo, as revistas ainda emprestam muitas das características dos materiais impressos, mas há peculiaridades, como a cultura de leitura (não só linear, mas horizontal, vertical e interativa) e as possibilidades trazidas pelo hipertexto e pela multimídia – junção de vídeos, animações, ampliações de imagens, som, links, etc. As novas relações com o leitor que o design contemporâneo oferece podem ser notadas aqui, pois há uma participação pela possibilidade de escolha. A relação e o aprofundamento que se deseja ter com as matérias, a visualização ou não de vídeos, o uso do som, tudo isso depende da interferência do leitor.

Figuras 32 e 33: Revista digital Lume, desenvolvida para Tablet. A primeira figura apresenta a visão geral de uma matéria completa, que será rolada verticalmente pelo usuário para leitura, reforçando as novas interações que o meio já estabeleceu com os leitores. A revista também pode ser visualizada na posição horizontal do dispositivo, como vista na segunda figura. Fonte: Rocha e Garcia



O segundo exemplo é a revista *Ars Obscura*, desenvolvida em 2014 por Mariana Salera Marangoni, Artur de Barros Alves e Bruno Henrique Carneiro Feltran. O projeto editorial foca-se em exibir o universo pouco usual do “estranho” e do “obscuro” manifesto nas artes, design, literatura, música, cinema e tecnologias. Essa temática pouco convencional levou também a um projeto gráfico ousado e original para sua versão impressa. As referências visuais pós-modernas e a liberdade permitida num design contemporâneo ficam evidentes na proposta, pois cada matéria assume uma personalidade única e expressa em cada elemento da página o assunto abordado. A legibilidade, porém, é mantida, sem ser, contudo, óbvia em algumas páginas. Por outro lado, elementos visuais e fortes e simbólicos e uma paleta cromática consistente garantem a identidade visual da publicação.



Figura 34: Capa e página dupla da revista, onde já se nota o caráter mais experimental da publicação: capa limpa e sem chamadas e grids pouco convencionais. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran



Figura 35: O índice da revista não procura seguir uma hierarquia tradicional da informação, mas traz uma organização mais visual e intuitiva. Textos curtos, fragmentos de imagens e números não sequenciais constroem a informação, mas a leitura é totalmente possível. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran.



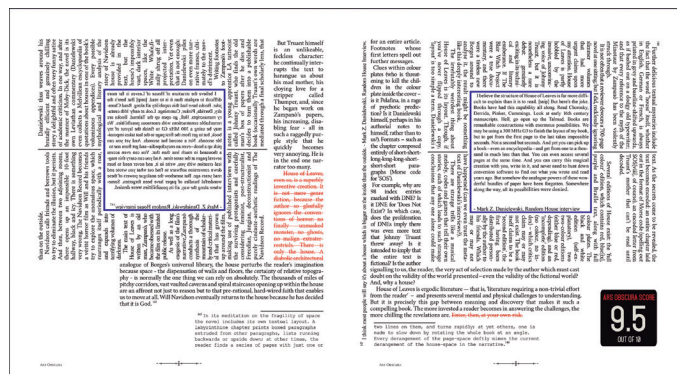
Figuras 36 e 37: Matéria composta por duas páginas duplas. Características particulares do teor do texto são expressas na diagramação: tipografias, imagens, texturas e cores. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran.



Figuras 38 e 39: Matéria da revista impressa. O grid tradicional dá lugar à caracterização visual do texto pelo assunto abordado, onde se rompe a estrutura da página, numa matéria cheia de personalidade. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran.



Figuras 36 e 37: Matéria composta por duas páginas duplas. Características particulares do teor do texto são expressas na diagramação: tipografias, imagens, texturas e cores. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran.



Figuras 38 e 39: Matéria da revista impressa. O grid tradicional dá lugar à caracterização visual do texto pelo assunto abordado, onde se rompe a estrutura da página, numa matéria cheia de personalidade. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran.

Já a revista digital, de mesmo nome e projeto editorial, visa complementar a produção impressa e consiste em um aplicativo desenvolvido para tablets e smartphones. Ela não é uma reprodução da publicação impressa, mas possui alguns elementos de identidade próprios. As ferramentas de interatividade são amplamente exploradas, como links, vídeos e hipertexto.



Figura 40: Página de abertura do aplicativo Ars Obscura para tablets e smartphones: mesma marca, porem estrutura e palheta de cores diferenciada.
Fonte: Marangoni, Alves e Feltran

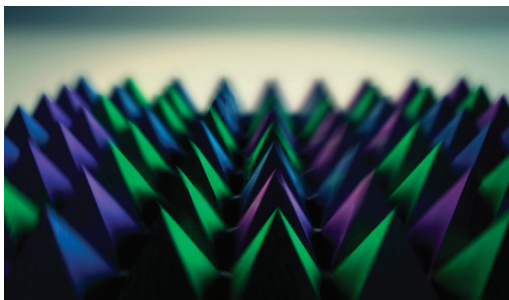
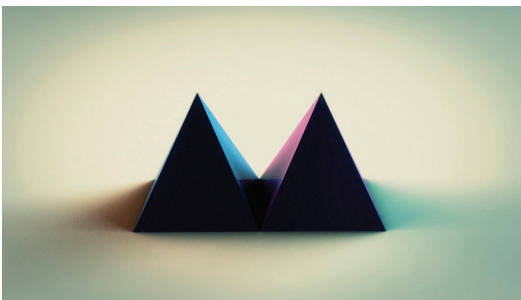


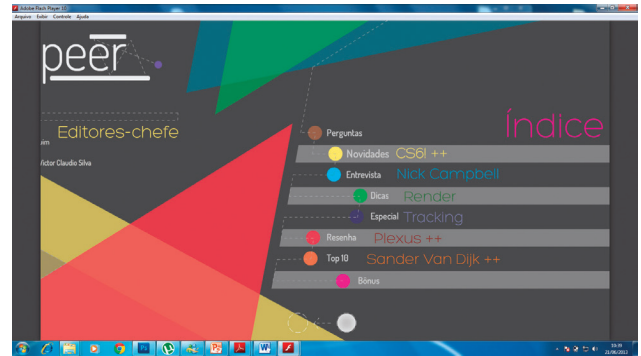
Figuras 42 e 43: Matérias da revista impressa em versão para o aplicativo: menu lateral com variação cromática e navegação não linear. Fonte: Marangoni, Alves e Feltran

O terceiro exemplo selecionado é a Revista Peer, sobre design e tecnologia digital, desenvolvida no ano de 2012. Ao contrário das revistas anteriores, foi o projeto da revista digital que guiou o projeto impresso, fazendo com que este fugisse das convenções de formato (é mais horizontal) e dos grids rígidos (os grids ajustam-se as imagens de fundo). A revista digital explora os recursos que a linguagem oferece: capa e abertura de seções animadas, hipertexto e navegação horizontal. Os autores são Victor Claudio de Paula e Silva e Bruno Zequim.

Esse projeto exemplifica bem as diferentes relações que se estabelecem nos processos multimidiáticos. Aqui, o processo metodológico de criação em design gráfico foi alterado, adaptado, flexibilizado. A influência das tecnologias, seus formatos, padrões e linguagens visuais podem ser notados na revista horizontal, acompanhando o formato do monitor de computador. Também as cores vibrantes escolhidas e o uso de transparências e camadas, além das imagens em 3D, marcam a presença da tecnologia e de um visual “hi tec” que se pretende reforçar. A navegação pela revista impressa também sofreu a influência da navegação digital, explorada na versão digital da revista.

Figuras 44 ao 46: Revista digital Peer. A “capa” da edição se compõe após uma animação (frames acima).
Fonte: Os autores – Silva e Zequim.



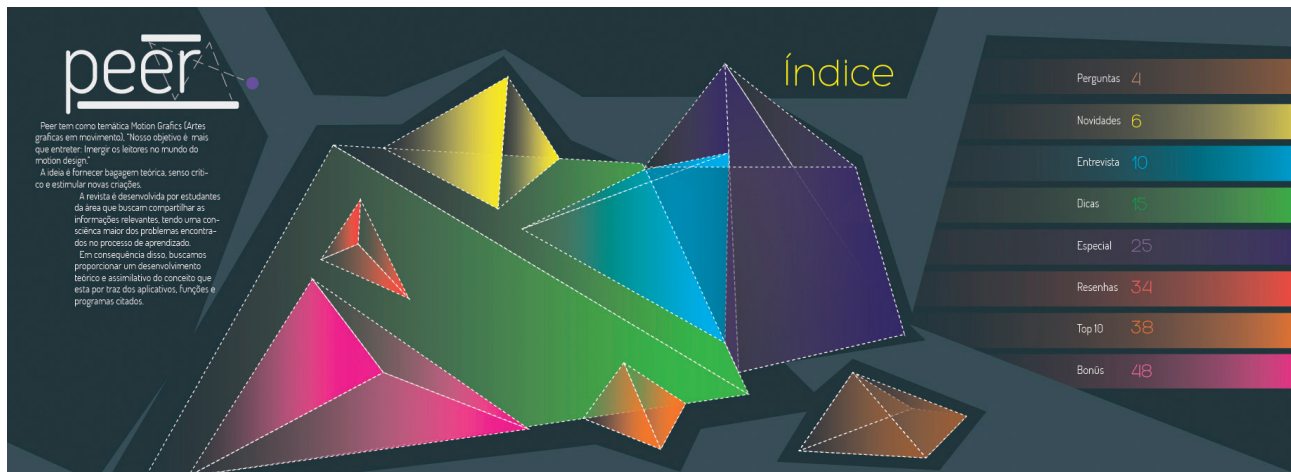


Figuras 47 e 48: revista digital Peer. Editorial e índice, que leva a hiperlinks. A navegação é horizontal. Fonte: os autores – Silva e Zequim.



Figura 49: Capa da revista impressa Peer. Projeto gráfico influenciado pelo formato, cores e linguagem digitais. Fonte: Os autores – Silva e Zequim.

Figura 50: Página dupla da revista impressa Peer: editorial e índice. Fonte: Os autores – Silva e Zequim.



CONSIDERAÇÕES

Delineamos algumas características dos projetos de design editorial impresso e digital e apresentamos projetos experimentais que exploram novas propostas de identidade, navegação, formato ou suporte, explanando principalmente sobre os elementos identificados na comparação entre a revista impressa e a revista digital.

Verificamos que as configurações de um design gráfico contemporâneo podem ser estudadas e observadas nos materiais impressos e digitais de hoje em dia. Enquanto os novos suportes digitais se desenvolvem e se firmam em sua própria linguagem, agregam a si a história e os conceitos do suporte anterior e ainda paralelo, o impresso. Verificamos essa postura nos dois primeiros projetos em versão digital apresentados: integram linguagens e possibilidades ao invés de excluí-las. Neste viés, o designer encontra espaço para criação, produção e pesquisa.

Projetar requer métodos, pesquisa, repertório e profundidade de conceitos. Mais do que nunca vivemos um momento onde o conhecimento histórico e o entendimento do contemporâneo no design contribuem para o processo projetual consistente que se conclui com bons resultados.

Nos trabalhos acadêmicos apresentados pudemos verificar que legado os movimentos artísticos e culturais, as escolas de artes e design e designers deixaram como legado

para aquilo que se considera um bom projeto em design gráfico. Muitos dos princípios do design moderno respondem às necessidades de boa parte das publicações atuais. Mas a influência do processo experimental traz criatividade, dinâmica e cria novo interesse em produtos tradicionais. Maior ousadia e alguma experimentação, como a alteração das estruturas tradicionais do meio impresso, mudanças na leitura e na navegação pelo espaço impresso, uma maior exploração da linguagem visual ou ainda identidade visual mais flexível são alguns dos elementos explorados. A influência de uma linguagem digital mais “madura” também pode ser vista nos trabalhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço principalmente aos alunos do curso de Design Gráfico da Unesp por desenvolverem seus projetos acreditando na nossa orientação. Particularmente às turmas de 2012, 2013 e 2014, da disciplina Projeto 3, representadas aqui. Um agradecimento especial à Victor Claudio de Paula e Silva, Bruno Zequim, Jéssica Garcia, Alberto Ribeiro da Rocha, Mariana Salera Marangoni, Raul de Barros Alves e Bruno Henrique Carneiro Feltran, autores dos projetos aqui apresentados.

REFERÊNCIAS

- ALI, F. (2009). *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- AMBROSE, G. HARRIS, P. *Fundamentos de Design Criativo*. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AUMOUNT, Jacques *A Imagem*. Campinas, São Paulo: Papirus Editora, 2004
- BOMENY, Maria Helena Werneck. *O panorama do design gráfico contemporâneo: a construção, a desconstrução e a nova ordem*. São Paulo, Ed. Senac, 2012 (tese de doutorado já editada - USP).
- BOMFIM, Gustavo Amarante. *Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação* In: Estudos em Design, v.5, RJ, Aend-BR, 1997
- _____. Algumas considerações sobre teoria e pedagogia do design In: *Estudos em Design*, v.7 RJ, Aend-BR, 1999.
- CAUDURO, Flávio Vinicius. Design gráfico & pós-modernidade. Revista *FAMECOS* nº 13. Porto Alegre: dezembro 2000
- CAMARGO, Iara P. *O departamento de design gráfico da Cranbrook Academy of Art: 1971-1995*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011.
- CONSOLO, Cecília. *Anatomia do Design*. São Paulo: Editora Blusher, 2007
- COELHO, Luiz A.(org) *Conceitos chave em design*. Rio de Janeiro: Ed Novas Ideias, 2008
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1991.
- FIELL, C.; Fiell, P. *Graphic Design for the 21st Century*. Köln: Taschen, 2003.
- FIELL, C.; Fiell, P. *Contemporary Graphic Design*. Köln: Taschen, 2010.
- GRUZINSKY, Ana Cláudia. *Design Gráfico: do invisível ao ilegível*. São Paulo: editora Rosari, 2008
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; CASTED, Raquel. O design de periódicos científicos on-line e a visibilidade da ciência na web. In: *InfoDesign* | Revista Brasileira de Design da Informação, v. 6, n. 3, 2009, pp. 1 – 11.
- Heitlinger, P. (2006). *Tipografia*. Origens, formas e uso das letras. Lisboa: Dinalivros.
- HOLLIS, Richard. *Design gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.
- HORIE, R. M., PLUVINAGE. J. *Revistas digitais para iPad e outros tablets*. São Paulo: Editora Bytes &Types, 2012
- _____. *Linhas do tempo do Design Gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify, 2012

JOHSON, Steven. *Cultura da Interface*. Rio de Janeiro: Jorge ZaharEd., 2001.

JACQUES, João Pedro. *Tipografia pós-moderna*. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2002.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papirus Editora, 2003.

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

KING, Stacey. *Diseño de revistas: passos para conseguir el mayor diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001

LACATOS, E. MARCONI, M. *Metodologia Científica*. São Paulo: Ed. Atlas, 2009

LESLIE, Jeremy. *Novo design de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

LOYOTARD

Lupton, E. Phillips, J.C. (2008). *Novos Fundamentos do Design*. São Paulo: Cosac Naify.

MEGGS, P. PURVIS, A. (2009). *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.

OLIVEIRA, M. M. (2007). *Como fazer pesquisa qualitativa*. Petrópolis: Editora Vozes.

POYNOR, R. (2010). *Abaixo as regras*. Design gráfico e pós-modernismo. Porto Alegre: Editora Bookman.

SAMARA, Timothy. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

_____. *Elementos do design Editorial*. Porto Alegre: Editora Bookman, 2011.

VILLAS-BOAS, André. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 1998.

WOLLNER, Alexandre (2). *Textos recentes e escritos históricos*. 2. ed. São Paulo: Rosari, 2003

ZIBEL, Carlos. *Design na contemporaneidade: entre a tradição clássica e as novas demandas socioculturais* in Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís: EDUFMA, 2012.



CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Docente do Departamento de Design da Faac - Unesp - Bauru desde 1995, leciona no curso de graduação em Design e no programa de Pós graduação em Design.

Graduada em Programação Visual pela Unesp, fez mestrado em Desenho Industrial pela mesma instituição e doutorado em Estudos da Criança -

Comunicação e Expressão Plástica - pela Universidade do Minho, Portugal. Coordena o laboratório de Design Gráfico Inky Design (extensão e pesquisa)

desde 2001. Integra o grupo de pesquisa Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura. Também é co-líder do grupo de pesquisa "Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem", onde desenvolve pesquisa financiada pelo CNPQ na área do Design Gráfico Inclusivo, envolvendo alunos de graduação e pós-graduação. Outras áreas de ensino e pesquisa: Produção Gráfica, projetos em Design Gráfico e Design Editorial, com um particular interesse nos produtos gráficos para as crianças.