
A morte do grid: reflexões sobre o design gráfico na Pós-modernidade

Hélcio José Prado Fabri (Mestrando)
Curso de Design de Moda – Universidade Tuiuti do Paraná

Resumo

O presente artigo pretende fazer uma reflexão sobre o design gráfico no momento que chamamos de pós-modernidade. O objetivo é resgatar alguns momentos históricos que deram origem à formação da atividade de design gráfico e identificar a relevância da utilização do grid como elemento estruturador e organizador de elementos textuais e imagéticos da página em branco.

Palavras-chave: Design Gráfico; pós-modernidade; grid.

Abstract

This article's intention is to make a reflection on graphic design at the time we call postmodernism. It aims to rescue some historical moments that originated the formation of graphic design activity and to identify the relevance of grid usage as a structurer element and organizer of textual and imagetics elements of the blank page.

Key words: Graphic Design; postmodernism; grid.

Introdução

As inovações tecnológicas ocorridas no século XIX, no período da Revolução Industrial, provocaram transformações em vários níveis da sociedade. Uma delas foi o surgimento de uma população mais instruída e novas necessidades de consumo, aberta a novas ideias e produtos e que passaram a circular em um mercado em expansão.

Na área das artes visuais, as novas tecnologias de impressão atraíram os artistas gráficos para fora das galerias e as fábricas absorveram a mão de obra dos artesãos, uma vez que os produtos passaram a ser projetados para posteriormente serem produzidos, diferenciando o “fazer” do “fabricar”. Anteriormente, aquele que idealizava um objeto era o mesmo que o fabricava. A partir deste momento, alguns começaram a pensar os objetos enquanto outros passaram a fabricá-los com o auxílio das máquinas.

Assim, as artes visuais estabeleceram um vínculo com o comércio, e rapidamente as obras de arte passaram a ser reproduzidas com qualidade em grandes quantidades. Os artistas passaram a manipular cores, famílias tipográficas, estilos de layouts e finalmente a fotografia para produzir e vender as suas criações. O artista comercial, precursor do que hoje denominamos designer gráfico, nasceu da fusão entre arte e ofício, e



Figura 1 - Pôster tipográfico do período da revolução industrial. Nota: Figura extraída do site <http://picasaweb.google.com/lh/photo/FQCD2Df0Nev9atGRw69nlQ>. Acesso em 12/02/2010.

foi criador da linguagem visual necessária para se comunicar com o novo público consumidor que se formava.

Nas ruas das crescentes cidades do século XIX, os pôsteres expressavam graficamente toda a agitação da vida econômica, social e cultural, competindo para atrair a atenção dos transeuntes para a compra de produtos ou para os espetáculos de entretenimento (FIG.1). O preto e branco da tipografia ou das ilustrações em xilografia dava lugar ao colorido das ilustrações impressas em litografia, introduzindo uma nova estética através de imagens de tamanho ampliado que usavam até 15 cores diferentes.

Além disso, a fotografia, que já existia desde algumas décadas anteriores e que, até então, não podia ser reproduzida em tamanhos ampliados nem em grandes tiragens, neste momento passou a ser explorada nos pôsteres, integrando a produção artística com a industrial (FIG.2). Os pôsteres que anteriormente eram desenhados por tipógrafos, que escolhiam e combinavam os tipos preenchendo todo o espaço da folha, ganhavam uma nova dimensão



Figura 2 - Pôster publicitário do início do século XX. Nota: Figura extraída do site <http://www.flickr.com/photos/gatochy/3290203141>. Acesso em 12/02/2010.

social e cultural ao encontrar novas tecnologias que aumentavam seu potencial de comunicação, seja pelo

formato ampliado da página impressa, seja pela adoção de novos recursos como a fotografia ou a policromia.

O aumento das possibilidades de composição da página impressa, associado à adoção de novas tecnologias, deu origem à atividade do designer gráfico como profissão, mas esta só viria a se consolidar em meados do século XX. Embora muitos dos pioneiros do design gráfico fossem artistas plásticos, é importante distinguir design gráfico e obra de arte. De acordo com o glossário de termos e verbetes, utilizados em design gráfico publicado pela ADG (Associação dos Designers Gráficos), o design gráfico “é um termo utilizado para definir, genericamente, a atividade de planejamento e projeto relativos à linguagem visual”. “Atividade que lida com a articulação de texto e imagem, podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações. Compreendem as noções de projeto gráfico, identidade visual, projetos de sinalização, design editorial, entre outras. O termo design gráfico também pode ser empregado como substantivo, definindo assim um projeto em si”(ADG, 2000).

A respeito do design gráfico, Holis diz que “o significado transmitido pelas imagens e pelos textos tem pouco a ver com a pessoa que os criou ou escolheu: não expressam as idéias de seus designers. A mensagem do designer atende a necessidade do cliente que está pagando por elas” (2000, p.2).

Embora as mensagens possam ter sua forma determinada ou modificada pelos repertórios e preferências estéticas do designer, elas precisam ser organizadas em uma linguagem que seja reconhecida e entendida pelo público. Este é um dos aspectos que distingue um produto de design gráfico de uma obra de arte. Em segundo lugar, o designer, ao contrário do artista, projeta tendo em vista a produção em série e de forma mecânica, usando inicialmente esboços em papel e, posteriormente, transformando suas criações em informação que será manipulada digitalmente para posterior reprodução em grandes tiragens. Além disso, o designer pode trabalhar em equipes, atuando como diretor de arte ou supervisionando partes do projeto, tais como fotografias ou outros materiais ilustrativos encomendados.

2 A Bauhaus e a formação do pensamento do Design

Quando em 1919 a *Bauhaus* abriu suas portas em Weimar, na Alemanha, ninguém conseguiria prever a enorme influência que viria exercer nas artes visuais, nem que viria a formar as bases do que entendemos como design gráfico. Sob a direção de Walter Gropius, a avançada metodologia e a paixão pela funcionalidade disseminaram suas disciplinas e tudo, da arquitetura

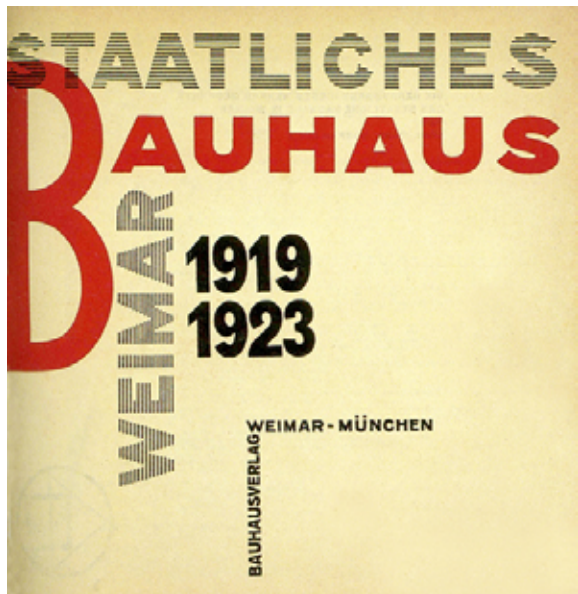


Figura 3 - identidade visual da Staatliches Bauhaus Weimar 1919-1923 - László Moholy-Nagy. Figura extraída do site <http://www.flickr.com/photos/laurapopdesign/3296340533>. Acesso em 12/02/2010.

às artes gráficas, do design de móveis ao de produtos, passou a ser moldado por esta nova estética. O objetivo original da *Bauhaus* era formar arquitetos, pintores e escultores em um ambiente de oficina. A idéia fundamental de Gropius era a de que, na Bauhaus, arte e técnica deveriam formar uma nova e moderna unidade. “A técnica não necessita da arte, mas a arte necessita muito da

técnica, era a frase-emblema da *Bauhaus*. Se fossem unidas, haveria uma noção de princípio social: consolidar a arte no povo” (BURDEK, 2006, p.28).

O objetivo final do curso era conseguir um emprego na indústria publicitária ou de organização de exposições. A publicidade na *Bauhaus* era encarada como fonte de informações, em que se deveria “convencer através da sua clara apresentação dos fatos,

informações de caráter econômico e científico, e não através da propaganda ou da persuasão” (DROSTE, 2006, p.224).

Com a nomeação de László Moholy-Nagy como diretor da *Bauhaus*, em 1923, que introduziu a revolucionária ideia da nova tipografia na escola, o design gráfico passou a ter um papel central no movimento. Antes de integrar o corpo docente, Moholy-Nagy já havia familiarizado com o construtivista El Lissitzky e seu trabalho, criou uma inconfundível imagem visual para a escola usando formatos de letras simples, cores fortes, composições intrigantes de fotografia e texto (FIG.3). Letras avulsas, vogais e consoantes, eram isoladas e tratadas como elementos de composição. Moholy-Nagy encorajava as tentativas de seus estudantes de “romper as convenções em relação ao conteúdo e à forma tradicional da tipografia e com isso, simbolicamente, o conteúdo e a forma da sociedade que aplicava mecanicamente as normas do passado”. Moholy-Nagy ajudou a estender ao layout da página impressa as novas atitudes do design, com as suas inovadoras composições de imagens visuais e tipografias simplificadas.

Influenciado pelo construtivismo russo e em conjunto com Herbert Bayer, introduziram-se concepções mais radicais no estilo tipográfico, com a eliminação das letras maiúsculas, principalmente em títulos, do que resultou uma utilização de tipos

simplificados. Um exemplo das inovações introduzidas pela *Bauhaus* na área do design gráfico é a capa da revista *Die Neue Linie*, de Herbert Bayer. Embora concebida em 1930, tanto o estilo quanto a tipografia são notavelmente avançados para a época em que foram concebidos (FIG.4A e 4B).

A atuação do designer gráfico envolve a organização e comunicação de mensagens, para anunciar ou divulgar uma idéia, uma informação, uma marca ou um produto da forma mais eficiente possível. Ao manipular formas visuais em um estilo apropriado, o designer consegue dirigir certa mensagem a públicos específicos.

A *Bauhaus* é reconhecida como responsável pela introdução, na arquitetura e no design, do Estilo Internacional e embora muitos designs de hoje não se assemelhem aos protótipos introduzidos pela *Bauhaus*, muitos layouts continuam a desenvolver-se com base no que foi estabelecido por esta escola. Na época em que a *Bauhaus* encerrou suas atividades, em 1933, o design moderno já era uma ideia plenamente desenvolvida e se tornou uma nova forma artística. A assimetria nos layouts havia substituído os ideais da simetria clássica, que reinara nos anos anteriores. A tipografia havia encontrado novas expressões, mais objetivas e simplificadas. A importância da publicidade era um fato incontestável a partir dos cursos de propaganda introduzidos pela *Bauhaus* no final dos anos 1920. O movimento moderno

havia dado nova ênfase às cores primárias (vermelho, azul e amarelo), bem como às formas primárias (quadrado, círculo e triângulo) e os layouts das criações, através da manipulação de todos esses elementos, traziam uma nova e requintada emoção.

O problema das décadas seguintes a *Bauhaus* foi introduzir essas ideias dinâmicas a uma estrutura de comunicação comercial. “De início, os movimentos que antes pretendiam uma organização mais livre e informal da página cederam gradualmente lugar a um design mais ordenado e estruturado” (HULBURT, 2002, p.42).

Na década de 1960, alguns designers gráficos se voltaram para o passado, inspirando-se nos estilos do *Art Nouveau*

Figuras 4a e 4b - Tipografia e capa de revista criadas por Herbert Bayer para a revista *Die Neue Linie*, 1930. Figuras extraídas dos sites <http://ksjnote.springnote.com/pages/3583705/attachments/1718847> e <http://www.flickr.com/photos/20745656@N00/1528741308>. Acesso em 12/02/2010.



e *Art Déco*, mas, esses esforços produziram apenas soluções superficiais. As poucas obras resultantes deste momento de nostalgia continuaram a seguir as regras de simplicidade e das formas claramente definidas, proposta fundamental dos artistas, designers e tipógrafos iniciadores do movimento moderno. Enquanto isso, o movimento artístico que viria a ser designado como *Pop Art* somou o espírito dadaísta com as imagens mais comerciais do design gráfico, encontrando aplicações especialmente na publicidade e na indústria de embalagens, provocando também impactos nas formas de comunicação que vemos nos dias de hoje.

3 Design gráfico e pós-modernidade

A busca constante pela originalidade nas criações de design de hoje, muitas vezes, tem como fonte de inspiração os acontecimentos passados e são conseguidas a partir da observação de um dado momento histórico. Percebe-se com isso que o aparente anarquismo presente na organização das informações em produtos de design gráfico, entre eles os cartazes, embalagens, capas de livros ou cd's não são resultado de decisões arbitrárias. O cenário do design gráfico atual evidencia as passagens de todos os tipos de imagens que confundem o imaginário das pessoas. Estas pessoas estão entre o real e o

imaginário, o figurativo e o abstrato, o movimento e o repouso, sejam nas campanhas publicitárias, nos cartazes, nas sinalizações, nas embalagens ou nos sites da internet. A imagem contemporânea é agrupada entre imagens impressas estáticas e nos vídeos em movimento, onde este é o ponto de intersecção entre duas partes, é o suporte destas experiências de decomposição e recomposição. Brissac Peixoto diz que “as passagens são o caminho do futuro das imagens” e a “paisagem contemporânea é um vasto lugar de passagens”(PARENTE, 1996).

Em texto intitulado Design gráfico & pós-modernidade, Flávio Vinicius Cauduro destaca que na era pós-moderna “a geometrização das formas e as *grids* urbanísticas e tipográficas são agora símbolos abominados de dominação ideológica e controle social.” (In: MARTINS, 2004, p.43). O artigo trata das transformações estéticas no design gráfico e nas artes visuais ocorridas com a pós-modernidade, a era “da pluralidade, da fragmentação, da heterogeneidade, da complexidade, das contradições insolúveis, das incertezas e das indecidibilidades, das simulações, da transitoriedade, da globalidade [...]” em oposição às premissas modernistas que o autor adjetiva como “supostamente” universais. A afirmação é exemplificada textualmente com o trabalho de designers tipográficos europeus, em especial, Emil

Ruder, Armin Hoffman, Josef Müller-Brockman, suíços e seguidores do *Internacional Style*, e que pregavam a superioridade das soluções gráficas usando o grid system e as famílias tipográficas Futura, Helvética e Univers. O International Style foi adotado nos anos 1960 e 1970 pelas grandes empresas multinacionais em seus programas de identidade corporativa, bem como por grandes editoras de livros científicos, técnicos e artísticos. O autor comenta que “essas soluções minimalistas dos funcionalistas suíços eram repetidas incessantemente, tornando-se em breve uma fórmula facilmente copiada por qualquer designer, independentemente de seu talento, gosto ou preferências”. (MARTINS, 2004, p.49).

Em virtude das fórmulas mecanicistas, o design gráfico do modernismo gerava soluções “previsíveis, aborrecidas e desinteressantes”, se tornando praticamente invisíveis após algum tempo, em consequência do princípio maior do *International Style*, que dizia que a “forma seguia a função” e da tradição minimalista em que “menos é sempre mais”.

Sempre houve, na história do design, a pesquisa de sistemas e fórmulas que pudessem auxiliar a atividade criativa na busca da solução dos problemas. Dentre os sistemas de proporções mais conhecidos, está o *Modulor* de Le Corbusier (FIG.5) criado e patentado em 1946, baseados em analogias com as proporções

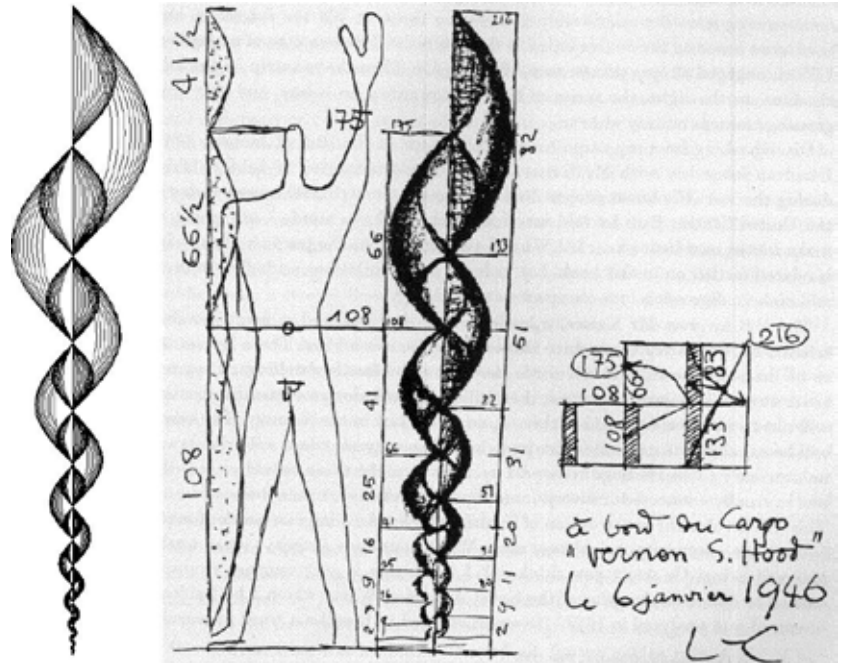


Figura 5 – Sistema de proporções modular, criado por Le Corbusier em 1946. NOTA: <http://staff.bath.ac.uk/absjkw/OrganicForms/SlideShow/E15%20Modulor.jpg>.

da anatomia humana. Este sistema pode ser aplicado ao layout de uma página e serve como base para o desenvolvimento de designs assimétricos a partir de um modelo simétrico.

Além do *Modulor*, o *grid* ou diagrama é uma solução planejada que se baseia em um conjunto de proporções. O *grid* é uma estrutura constituída por linhas verticais

e horizontais, espaçadas igualmente, que se cruzam, resultando em um determinado número de subdivisões quadradas de mesmo tamanho. As estruturas podem ser formais, semiformais ou informais, ativas ou inativas, visíveis ou invisíveis.

Muitos produtos resultantes do processo de design que conhecemos, sejam bi ou tridimensionais, são construídos a partir de uma estrutura. Para Wong, “a estrutura serve para controlar o posicionamento das formas em um desenho [...] e impõem ordem e predetermina relações internas de formas em um desenho”. (WONG, 2001, p.59-61). Considerando que design é uma atividade organizadora da informação e que a estrutura tem função direcionadora e não limitadora, um designer pode ter criado uma peça de comunicação visual sem ter pensado conscientemente na estrutura, porém mesmo assim ela esta presente quando há a organização. O erro em achar que o *grid* é limitante está ligado à falta de conhecimento de muitos designers a respeito das teorias sobre fundamentos de desenho bem como da composição das formas e suas relações. Muitas vezes, os *grids* são interpretados como limitadores devido ao desconhecimento sobre as classificações das estruturas, em especial aquelas denominadas informais, que normalmente não dispõem de linhas estruturais e apresentam a organização dos elementos do layout de uma forma

livre e indefinida, mas não desorganizada. Além disso, o designer irá considerar outros aspectos na composição das formas, tais como equilíbrio, contrastes, repetição, tensão, movimento, entre outros.

O *grid* possui críticos ou defensores, se usado com habilidade e sensibilidade podem produzir layouts funcionais e com bom efeito estético. “Aplicado a uma série de unidades, o *grid* pode dar origem a um sentido de seqüência, de continuidade, que dá distinção ao todo, pela padronização [...], todavia, nas mãos de um designer não muito habilidoso, o *grid* pode se converter em uma autêntica camisa de força, resultando em layouts duros, de rígido formato” (HULBURT, 2002, p.83). No caso de uma linha de embalagens, compostas por diversos elementos ou em um projeto editorial que envolva diversas capas de livros, por exemplo, o *grid* funciona como uma ferramenta norteadora para o designer, já que ele funciona como um elemento organizador de imagens e textos que farão parte do espaço da página. Nas palavras do designer suíço Joseph Müller-Brockmann, “o *grid* torna possível reunir todos os elementos do design - composição, fotografias, ilustrações – de uma forma harmônica. É um processo de disciplinamento do design”.

Le Corbusier, na sua própria avaliação sobre o *Modulor*, acrescentou esta nota final de precaução:

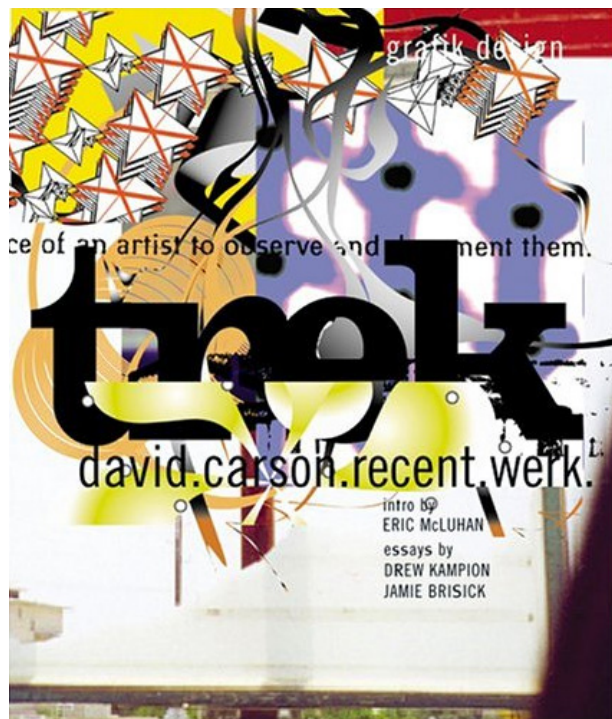


Fig. 6 - Trabalho autoral do designer gráfico David Carson. Nota: Figura extraída do site <http://designityou.wordpress.com/2009/10/11/david-carson-evolution>.

“Eu me reservo o direito de, a qualquer tempo, duvidar das soluções proporcionadas pelo *Modulor*, mantendo intacta a minha liberdade, a qual depende mais da minha sensibilidade do que da minha razão” (*ibidem*).

Conclusões

Muitos trabalhos de comunicação visual da era da pós-modernidade não demonstram a preocupação do designer com relação à diagramação dos elementos gráficos que compõem a página e de questões funcionais que devem ser contempladas em um projeto, tais como a legibilidade das informações, o direcionamento da leitura, ergonomia visual, entre outras.

Pelo que foi descrito anteriormente, vimos que o processo de design e de layout é algo um pouco mais complexo que o simples arranjo de elementos sobre uma página em branco. Os princípios da forma para diagramação, que envolvem inclusive as teorizações sobre *grid*, podem ser aplicados a um espaço em branco e resultar em resultados totalmente simétricos e, por outro lado, agrupar de forma mais complexa, elementos em um layout assimétrico.

Designers reconhecidos internacionalmente pelo seu trabalho autoral, entre eles David Carson e Neville Brody, exploram o espaço em branco da página com elementos tipográficos, imagens, texturas em sobreposições de uma maneira intuitiva em trabalhos em que é importante divulgar a autoria. Neste caso, a diagramação da página ganha uma dimensão artística, destacada mais pela sua função



Figura 7 - embalagem criada por Neville Brody para Macromedia. Nota: Figura extraída do site http://ex.images-amazon.com/images/I/51XHS4FYP7L_SL500_AA280_.jpg. Acesso em 12/02/2010.

práticas relativas a informações que são de extrema importância, como por exemplo, a data de um evento em um cartaz ou a marca do fabricante de um produto em uma embalagem. Nota-se na linha de embalagens de softwares, criada para a empresa Micromedia pelo designer Neville Brody, a diagramação do layout evidenciando ilustrações autorais, com a fusão de desenhos a traço sobrepostos a imagens fotográficas compondo com informações tipográficas, como a marca do fabricante, a nome do produto, textos publicitários destacando atributos e vantagens (Fig.7).

estética e simbólica do que pela funcionalidade do layout com relação à facilidade de identificação e compreensão das informações, que devem ser “vasculhadas” pelo leitor no espaço impresso da página (Fig.6).

No caso de trabalhos em que os públicos necessitam identificar e compreender rapidamente as mensagens, o designer gráfico não pode deixar o trabalho artístico dominar o layout e desconsiderar questões

Outro exemplo de organização de espaço de layout na área de design gráfico na pós-modernidade são as capas para o Mini Dicionário Aurélio, criados pelo designer Silvio Silva (Fig.8). Neste caso, é visível a aplicação do *grid* na diagramação da capa, onde estão organizadas as letras no alfabeto e os alinhamentos dos textos tipográficos, além da ordenação dos critérios de legibilidade dos textos, que orientam a forma pela qual o público deve começar a leitura dos textos.



Figura 8 - Capa do Mini Dicionário Aurélio, criada pelo Lúmen Design. Nota: Figura extraída do site http://www.tudomercado.com.br/tm/aviso/img_avisos/Submarino_226997.jpg. Acesso em 12/02/2010.

Em ambos os exemplos, é presente a preocupação dos designers, cada um dentro de seu contexto, com a organização do espaço da página, demonstrando que mesmo no cenário de imagens (des)organizadas de forma caótica na pós-modernidade, o designer gráfico deve efetuar um esforço para que as mensagens sejam reconhecidas e entendidas pelos seus públicos alvos.

Para finalizar, o destaque de um pensamento de Nelson Brissac Peixoto sobre o momento em que vivemos:

A passagem de todos os tipos de imagens confunde o imaginário das pessoas, que se encontram em um grande cruzamento de imagens na contemporaneidade. Estas pessoas estão entre o real e o imaginário, o figurativo e o abstrato, o movimento e o repouso, seja no filme ou na arquitetura, na pintura ou na TV (PARENTE, 1996).

Referências Bibliográficas

- BURDEK, B. *Design: história, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- DROSTE, M. *Bauhaus: Bauhaus Archiv*. Berlim: Taschen, 2004.
- HOLIS, R. *Design Gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HULBURT, A. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 2002.
- MARTINS, F.M., SILVA, J.M. (orgs). *Para Navegar no Século XXI*. Porto Alegre. Ed.Sulina / Edipucrs, 2000.
- _____. *A Genealogia do Virtual*. Porto Alegre. Ed. Sulina, 2004.
- PARENTE, A. (ed.), *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: 1996.
- RAIMES, J., BHASKARAN, L. *Design retro: 100 anos de design gráfico*. São Paulo: Senac, 2007.
- WONG, W. *Princípios de Forma e Desenho*. São Paulo: Martins Fontes, 1998