

HISTÓRIA DO DESIGN GRÁFICO

HISTÓRIA
DO DESIGN
GRÁFICO

PHILIP B. MEGGS e ALSTON W. PURVIS

Prefácio, 7
Prefácio à primeira edição, 10
Agradecimentos, 11

Prólogo ao design gráfico

A MENSAGEM VISUAL DA PRÉ-HISTÓRIA À IDADE MÉDIA

Um Renascimento impresso

AS ORIGENS DA TIPOGRAFIA EUROPEIA

A ponte para o século xx

A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL: O IMPACTO DA NOVA TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO VISUAL

O período modernista

O DESIGN GRÁFICO NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX

Epílogo, 676
Bibliografia, 677
Índice remissivo, 698
Créditos das imagens, 714
Sobre os autores, 717

A era da informação

O DESIGN GRÁFICO NA ALDEIA GLOBAL

A
1 A invenção da escrita, 18
2 Alfabetos, 34
3 A contribuição asiática, 50
4 Manuscritos iluminados, 63

B
5 A impressão chega à Europa, 90
6 O livro ilustrado alemão, 105
7 O design gráfico do Renascimento, 125
8 Uma época de genialidade tipográfica, 153

C
9 O design gráfico e a Revolução Industrial, 174
10 O movimento *arts and crafts* e seu legado, 215
11 *Art nouveau*, 243
12 A gênese do design do século xx, 284

D
13 A influência da arte moderna, 314
14 Modernismo figurativo, 344
15 Uma nova linguagem da forma, 372
16 A Bauhaus e a Nova Tipografia, 402
17 O movimento modernista nos Estados Unidos, 435

E
18 O Estilo Tipográfico Internacional, 462
19 A Escola de Nova York, 484
20 Identidade corporativa e sistemas visuais, 522
21 A imagem conceitual, 547
22 Visões nacionais em um diálogo global, 578
23 O design pós-moderno, 600
24 A revolução digital e o futuro, 626

Prefácio

Philip B. Meggs caracterizou a primeira edição de *História do design gráfico* como uma tentativa de “documentar a evolução do design gráfico” e como “o diário pessoal de descoberta do autor, compilado durante dez anos de pesquisa”. Nas edições posteriores, a pesquisa se estenderia mais de trinta anos e se tornaria progressivamente abrangente e refinada.

Diversas perspectivas podem ser adotadas para focar o desenvolvimento do design gráfico: examinar suas características visuais, considerar sua interferência na economia, analisar as ligações que ele estabelece com seu público e, por último, acompanhar o impacto da tecnologia. Embora os aspectos visuais do design gráfico sejam obviamente importantes, também devemos analisar as teorias dos designers, o efeito de seu trabalho sobre o público e o significado das formas e suas relações sintáticas. Métodos convencionais de pesquisa da história da arte são inadequados para tratar a história relativamente recente e complexa do design gráfico. Concentrar a abordagem em cada um dos designers e em seus principais trabalhos ou situá-los sistematicamente em escolas ou movimentos não atende completamente a nossos objetivos. Novos avanços muitas vezes são estimulados por mudanças na tecnologia, tais como a invenção dos tipos móveis ou da litografia. O intercâmbio criativo entre os designers também tem desempenhado o seu papel, e isso se aplica particularmente hoje, com a internet como meio de comunicação.

Era inevitável que minhas preferências pessoais e as de Philip B. Meggs influíssem na escolha das imagens, mas grande esforço foi feito para transferir nossas predileções estéticas para outros campos. Idealmente, as escolhas se pautaram pelo quanto um determinado trabalho é representativo de uma ideia, um conceito ou uma tendência, mesmo quando outros exemplos podiam ser considerados de qualidade superior. Outros fatores condicionantes de nossas escolhas foram os obstáculos à obtenção de direitos de publicação ou reproduções fotográficas adequadas, e certos trabalhos simplesmente chegaram tarde demais e não puderam entrar no cronograma de produção do livro.

Embora na história do design haja momentos em que surge uma produção coletiva que desafia sua atribuição a determinado autor, também houve certos designers que nitidamente trilharam novos caminhos, com formas tipográficas expressivas e métodos originais para apresentar informações. Um dos objetivos de *História do design gráfico* foi documentar as inovações na área e os personagens que influenciaram sua contínua evolução. A tentativa de isolar os mais importantes, especialmente os das duas últimas décadas, revelou-se uma tarefa desafiadora e instigante. Por “importantes” entendam-se aqueles que não só produziram um trabalho notável, mas que também fizeram uma contribuição significativa à evolução do design.

A questão sobre o que distingue um mestre de seus colegas talentosos é complexa e desconcertante. É preciso que ele tenha uma visão estética distinta, um repertório visual instantaneamente identificável e uma metodologia única que

transcenda o processo de resolução de problemas. Sem dúvida alguns foram negligenciados, mas houve um esforço consciente de evitar essas omissões. A história julgou para nós os grandes mestres dos períodos anteriores. As ideias e realizações inovadoras desses designers resistiram ao teste do tempo e ainda hoje continuam a nos animar e inspirar.

O design gráfico da última década, porém, é uma arena mais complexa, com um campo de atuação muito mais nivelado. As fronteiras entre várias disciplinas visuais também passaram a ser cada vez mais indistintas. A atribuição de autoria igualmente se tornou mais complexa. Sobretudo no século anterior, a maioria dos designers produziu centenas e até milhares de publicações trabalhando em empresas com rotatividade de colegas e estagiários. Tais trabalhos são o produto de vários indivíduos e nem sempre é viável atribuir o crédito a todos os envolvidos numa tarefa.

O banquete visual que é o design gráfico se torna mais farto à medida que o tempo passa. Apresentar um relato definitivo da produção contemporânea será sempre uma tarefa trabalhosa, já que esse capítulo inevitavelmente não terá fim. Como escreveu o filósofo R. G. Collingwood em 1924: “A história contemporânea constrange o escritor não só porque ele sabe demais, mas também porque o que ele sabe é de difícil digestão, desconectado e fragmentado. É somente após reflexão atenta e prolongada que começamos a entender o que foi essencial e importante, a compreender por que as coisas aconteceram de determinada forma, e a escrever história em vez de notícias”.

A maioria dos trabalhos incluídos na *História do design gráfico* espelha apenas uma fração diminuta do que foi produzido em certo período. Em grande parte, as imagens representam escolas, movimentos, estilos ou abordagens individuais, e raramente existem peças mostrando o ápice de um designer. Em um levantamento como este pode-se apresentar a obra dos designers somente em determinado estágio de sua carreira e não seu desenvolvimento total. Os leitores que desejarem uma descrição mais integral de algum aspecto da história aqui apresentada devem consultar a bibliografia no final deste livro.

Este livro nunca pretendeu ser uma enciclopédia histórica completa, já que isso exigiria muito mais que um volume. Em vez disso, tentamos fornecer uma visão ampla de estágios e feitos notáveis da área. Ao decidir o que incluir, um critério foi o quanto, ao longo dos séculos, determinadas culturas, movimentos, obras e indivíduos influenciaram aquilo que o design gráfico se tornou. Hoje o campo é muito mais amplo que no passado e abrange disciplinas emergentes como o design em movimento, a comunicação ambiental e as novas mídias. As limitações de espaço impediram uma exploração meticulosa dessas áreas novas e instigantes. Embora o design gráfico esteja estreitamente ligado à ilustração, fotografia, imprensa e tecnologia da informação, não foi possível incluir um exame extenso dessas áreas afins em um só volume.

Tal como acontece com todo trabalho dessa magnitude, algumas figuras e tópicos fundamentais foram omitidos nas edições anteriores. O mais premente, porém, era documentar os avanços após 1996, data das últimas imagens incluídas na terceira edição. Embora a estrutura deste volume seja essencialmente cronológica, há casos em que os períodos se sobrepõem. A ordem do capítulo 2, “Alfabetos”, e 3,

“A contribuição asiática”, está invertida em relação à edição anterior para facilitar o fluxo histórico do texto. Os capítulos 9, 10 e 11, já muito vinculados na edição anterior, foram condensados e combinados em um único capítulo para dar espaço a novos acréscimos ao final do livro.

Para a quarta edição, acrescentamos muitas imagens e retiramos partes de textos e ilustrações para ceder lugar a conteúdo adicional. Muitos designers que merecem estar neste livro não puderam ser incluídos devido a limitações de espaço e a estes apresento minhas desculpas. Embora tenhamos nos tornado uma cultura mais globalizada desde que a pesquisa para *História do design gráfico* foi iniciada, há mais de trinta anos, muitas regiões e países foram excluídos por motivos parecidos.

O design gráfico se expandiu muito durante a última metade do século xx, com a tecnologia exercendo papel cada vez mais importante. À medida que entramos mais e mais na era digital, o design vai passando por mudanças radicais. Nada mais natural que a nova geração de profissionais com ideias provocadoras questione as formas de percepção existentes e as noções estéticas estabelecidas. Toda vez que acreditamos estar na vanguarda, percebemos que estamos apenas no começo, e que o futuro é um horizonte aberto.

As mensagens visuais nos rodeiam constantemente e as que persistem devem ser visualmente chamativas, intelectualmente desafiadoras e dotadas de autenticidade própria. Embora o design gráfico contemporâneo seja em grande parte definido pela tecnologia, ainda existem fortes laços prendendo-o ao artesanato e à estética do passado. O computador, porém, aumentou a velocidade com que os problemas são resolvidos e possibilita que os designers trabalhem com maior eficiência. Projetos que antes teriam consumido semanas são agora solucionados em dias. A nova tecnologia chegou até a tornar mais dinâmico o processo de fabricação de livros e cartazes. A internet engendrou um intercâmbio inédito de ideias entre os designers. A profissão não está mais confinada a livros, cartazes e anúncios e agora inclui o movimento e a interatividade. Apesar dos avanços promissores da mídia eletrônica, a vitalidade do livro impresso continua maior do que nunca. Basta percorrer uma livraria para constatar a enorme quantidade de livros bem projetados ocupando as prateleiras.

O design gráfico está erigido em sólidas fundações, e a história agora desempenha papel fundamental na formação profissional. Durante este período de transição, em que noções tradicionais estão sendo questionadas, é crucial que os designers tenham um conhecimento histórico de sua profissão. A responsabilidade é de cada um de nós: para evitar a reinvenção e o plágio involuntário, precisamos ser alfabetizados historicamente. Ao extrair inspiração do trabalho que os antecedeu, os autores reconhecem e rendem homenagem à evolução que, nas palavras de Philip Meggs, “possibilitou que os designers realizassem uma transição gradual do design do Renascimento para a época moderna”.

Desde que foi publicado pela primeira vez em 1983, este livro se manteve como o mais completo em seu campo. Com sua visão equilibrada e fundamento histórico abrangente, é amplamente aceito como o volume mais autorizado e elucidativo de seu gênero, com a maior amplitude de abordagem. Meu objetivo é que ele conserve essa posição ao mesmo tempo que é atualizado e melhorado. Tenho

utilizado o livro como referência em minhas aulas e considero uma grande honra e distinção ser chamado a participar como revisor desta nova edição. Espero que esta, com seu conteúdo ampliado e novas imagens, a exemplo das edições anteriores, ilumine e alente tanto estudantes como profissionais como um recurso fundamental e permanente para essa área do saber instigante e sempre em evolução.

Alston W. Purvis, 2006

Prefácio à primeira edição

Em alemão há uma palavra, *Zeitgeist*, que não possui equivalente em português. Ela significa o espírito do tempo e refere-se a tendências e preferências culturais características de determinada era. O caráter imediato e efêmero do design gráfico, combinado com sua ligação com a vida social, política e econômica de uma determinada cultura, permite que ele expresse mais intimamente o *Zeitgeist* de uma época do que muitas outras formas de expressão humana. Ivan Chermayeff, renomado designer, disse: o design da história é a história do design.

Desde os tempos pré-históricos, as pessoas buscam maneiras de dar forma visual a ideias e conceitos, armazenar conhecimento sob a forma gráfica e trazer ordem e clareza às informações. No curso da história, essas necessidades foram atendidas por diversas pessoas, entre as quais escribas, impressores e artistas. Foi somente em 1922, quando o destacado designer de livros William Addison Dwiggins cunhou o termo *graphic design* para descrever as atividades de alguém que trazia ordem estrutural e forma visual à comunicação impressa, que uma nova profissão recebeu seu nome adequado. Entretanto, o designer gráfico contemporâneo é herdeiro de uma ancestralidade distinta. Os escribas sumérios que inventaram a escrita, os artesãos egípcios que combinaram palavras e imagens em manuscritos sobre papiros, os impressores chineses de blocos de madeira, os iluminadores medievais e os tipógrafos do século xv, que conceberam os primeiros livros europeus impressos, tornaram-se parte do rico legado e da história do design gráfico. Em geral, essa é uma tradição anônima, já que o valor social e as realizações estéticas desses profissionais, muitos dos quais foram artistas criativos de extraordinária inteligência e visão, não foram devidamente reconhecidos.

A história é, em grande medida, um mito, pois o historiador olha em retrospectiva para a grande e larga rede do esforço humano e tenta construir a partir dela uma malha de significação. O excesso de simplificação, a ignorância das causas e seus efeitos e a falta de um ponto de vista objetivo são riscos graves para o historiador. Quando tentamos registrar as realizações do passado, partimos do ponto de vista de nosso próprio tempo. A história se torna um reflexo das necessidades, sensibilidades e atitudes do tempo do cronista, tal como, sem dúvida, representa as realizações de eras passadas. Por mais que nos empenhemos em busca da objetividade, as limitações do conhecimento e das percepções pessoais acabam por se impor.

O conceito de arte pela arte, de um belo objeto que existe exclusivamente por seu valor estético, não se desenvolveu senão no século xix. Antes da Revolução Industrial, a beleza das formas e imagens produzidas pelas pessoas estava ligada à sua função na sociedade humana. As qualidades estéticas da cerâmica grega, dos hieróglifos egípcios e dos manuscritos medievais eram totalmente integradas a valores utilitários; a arte e a vida eram unificadas num todo coeso. A eclosão e a repercussão da Revolução Industrial giraram o mundo de cabeça para baixo num processo de agitação e progresso tecnológico que continua a acelerar-se a uma velocidade sempre crescente. Ao arrancar as artes e ofícios de seus papéis sociais e econômicos, a era da máquina criou um abismo entre a vida material das pessoas e suas necessidades sensoriais e espirituais. Tal como existem vozes que clamam por uma restauração da unidade entre os seres humanos e o ambiente natural, há também uma consciência crescente da necessidade de restabelecer os valores humanos e estéticos ao ambiente produzido pelo homem e pela comunicação de massa. As artes do desenho – arquitetura e design de produto, de moda, de interiores e gráfico – oferecem um meio para essa restauração. Mais uma vez, a habitação, os artefatos e a comunicação da sociedade podem manter um povo unido. Os ameaçados valores estéticos e espirituais podem ser restabelecidos. Uma integração entre carência e ânimo, reunidos mediante o processo do design, pode contribuir bastante para a qualidade e o sentido da vida nas sociedades urbanas.

Esta crônica do design gráfico é escrita com a convicção de que entendendo o passado seremos mais capazes de dar continuidade ao legado cultural da bela forma e da comunicação eficaz. Se ignorarmos esse legado, correremos o risco de afundar no atoleiro insensato de um mercantilismo cuja miopia ignora os valores e necessidades humanos ao adentrar a escuridão.

Philip B. Meggs, 1983

Agradecimentos

No curso deste projeto muitos estudiosos, colecionadores, amigos, colegas e designers ofereceram generosamente seus conselhos e sua experiência, e seria impossível expressar devidamente minha gratidão a todos eles. Especialmente, sou grato a Elizabeth Meggs por seu incentivo, confiança, amizade e dedicada catalogação de imagens desde a edição anterior.

Entre meus colaboradores, desejo inicialmente expressar minha gratidão e dívida para com Robert e June Leibowits por sua generosidade, ajuda e apoio intelectual a este e todos os meus esforços literários. Além disso, eles concederam acesso a seu extenso acervo de design gráfico do século xx, o que enriqueceu muitíssimo a quarta edição desta *História do design gráfico*.

Durante muitos anos o leal apoio de Wilma Schuhmacher tem sido particularmente gratificante. Ela continua a compartilhar generosamente seu extraordinário

rio conhecimento e entendimento do design gráfico holandês e também propiciado inestimável assessoria editorial.

Sou grato ao pessoal do museu Wolfsonian em Miami Beach por seu constante apoio e hospitalidade. Agradecimentos especiais extensivos a Cathy Leff, diretora; Marianne Lamonaca, diretora assistente; Frank Luca, bibliotecário assistente; Nicholas Blaga, bibliotecário assistente; Anthony DiVivo, diretor de arte; Jonathan Mogul, coordenador do programa de bolsas; Sarah Schleuning, curadora assistente; e Lisa Li, assistente da curadoria.

Ao pessoal do Gotlieb Archival Research Center na Universidade de Boston, expresso minha consideração. Entre eles se incluem Howard B. Gotlieb, diretor fundador; Vita Paladino, diretora gerente; Sean Noel, diretor associado; Katherine Kominis, diretora assistente de livros raros; e Perry Barton, coordenador de exposições e publicações.

Sou particularmente grato a Lance Hidy por suas observações perspicazes com relação ao design egípcio e aos manuscritos medievais; a Roger Remington por compartilhar suas ideias e fornecer valioso material para reprodução nesta edição e a Michael Hearn por seus conselhos sagazes sobre o design gráfico russo. Por colocar à disposição seus ricos arquivos sobre H. N. Werkman, o falecido Jan Martinet foi meu principal mentor no tema.

Agradecimentos especiais a meus colegas da Universidade de Boston. Jeanette Guillemain, nossa diretora assistente, constantemente me incentivou e me ajudou sempre que foi necessário. Agradecimentos também a Judith Simpson, diretora interina; Walt Meissner, reitor interino; Jessica Day, coordenadora fiscal; e a Logen Zimmerman, coordenadora de assuntos discentes e gerente de coleções.

Meu colega Richard Doubleday colaborou ativamente na localização de designers gráficos para o capítulo final e suas pesquisas e assessoria sobre o design gráfico inglês e mexicano contemporâneos foram esclarecedoras e inestimáveis. As apreciações de Robert Burns relativas ao design gráfico de Paul Rand foram judiciosas e inestimáveis.

Alvin Eisenman, John T. Hill e Bonnie Scranton foram particularmente atenciosos na prestação de informações sobre o legado do programa de design gráfico da Universidade de Yale.

A pródiga ajuda de Karin Carpenter na catalogação do enorme fluxo de trabalhos durante o verão de 2004 foi também de grande valor. Da mesma forma, sua organização de meus horários ajudou a manter-me concentrado nos objetivos ao longo do caminho.

Kathryn Noyes e Berk Veral, meus assistentes pós-graduandos na Universidade de Boston, abordaram suas tarefas com inabalável dedicação. Seu apoio leal, profissional e incansável foi essencial para levar este projeto a bom termo. Entre outras tarefas, suas contribuições foram as seguintes: contato com os designers selecionados para o livro; garantia de que todos os arquivos estivessem no formato necessário; pesquisa das biografias dos designers e informações sobre seu trabalho; redação de cartas a designers requisitando autorização para a reprodução de todos os trabalhos novos que figurariam no livro; monitoração de andamento e providências no encaminhamento de todos os formulários de

autorização; trabalho conjunto com os departamentos direitos de imagem assegurando a permissão para os trabalhos selecionados; contribuições editoriais ao texto; escaneamento de trabalhos; e preparação de *slides*, arquivos digitais e originais para entrega ao editor.

Margaret Cummins, minha editora na John Wiley, foi uma fonte de paciência, incentivo e constante ajuda ao longo de todo o trabalho.

Cees de Jong, meu editor na Holanda, foi decisivo ao disponibilizar inúmeras imagens de seus ricos arquivos.

Martijn Le Coultre, com quem colaborei em três publicações anteriores, forneceu informações, conselhos precisos e muitas imagens novas para esta edição.

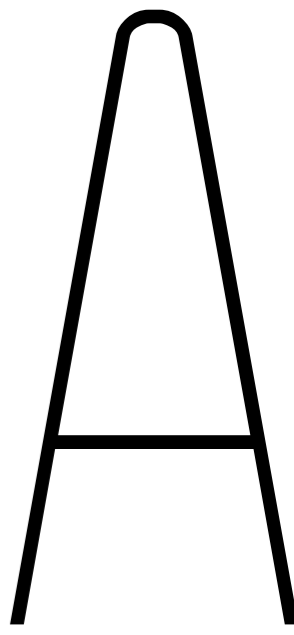
Stephen Goldstein sempre esteve disponível para ajudar a coordenar o grande volume de pesquisas necessário a esta edição. Como pesquisador meticuloso que é, frequentemente descobriu material que, sem ele, permaneceria desconhecido.

Além disso, devo sinceros agradecimentos às seguintes pessoas, cujas contribuições enriqueceram muitíssimo esta edição: Al Gowan, Bryce Ambo, Claudia Baeza, Anthon Beeke, James Lapidés, Samir Chorbachi, Murray Forbes, Stephen Frank, Laura Giannitrapani, Steven Heller, John Kristensen, Michael Lance, Pieter e Jolanda van Voorst van Beest, Ernst H. von Metzsch, Stephen Pekich, Pim Reinders e Erik Voorrips. Foram de grande valor os constantes conselhos de James M. Storey quanto ao texto.

E, o mais importante, desejo agradecer à minha esposa, Susan, e ao meu filho, Alston, pela paciência e compreensão durante os longos períodos em que estive ausente trabalhando neste projeto.



Prólogo ao design gráfico
A mensagem visual da Pré-História à Idade Média



[Os eventos da história antiga são difíceis de estabelecer com precisão, por isso as datas destas cronologias são aproximadas. Algumas delas permanecem em discussão.]

A INVENÇÃO DA ESCRITA

- c. 15000 - 10000 aC • **Pinturas rupestres de Lascaux**
 - c. 3600 aC • **Monumento Blau combina imagens e escrita antiga**
 - c. 3500 aC • *Sumérios se estabelecem na Mesopotâmia*
 - *Uso de trenós com rodas pelos sumérios*
 - c. 3200 aC • *Menés, primeiro faraó, unifica o Egito*
 - c. 3100 aC • **Primeiros escritos pictográficos sumérios em tabuletas de argila**
 - *Tabuleta de marfim do rei Zet, primeira escrita pictográfica egípcia*

- c. 3000 aC • *Utensílios e armas de cobre*
- c. 2900 aC • **Primeiros sinetes cilíndricos**
- c. 2750 aC • **Contratos formais de venda de terra grafados em escrita cuneiforme**
- c. 2600 aC • **Manuscritos em papiro mais antigos remanescentes**
- c. 2500 aC • **Escrita cuneiforme (em forma de cunha)**
 - *Grandes Pirâmides e Esfinge em Gizé*

- c. 2345 aC • **Textos das pirâmides na tumba de Unas**

- c. 1930-1880 aC • **Código de Hamurabi**
 - c. 1792-1750 aC • *Hamurabi, rei babilónico, governa a Mesopotâmia*
 - c. 1730 aC • **Escaravelho de Iknaton e Nefertiti**
 - c. 1600 aC • *Bronze em uso generalizado*
 - c. 1500 aC • **Escritas hieráticas**
 - c. 1420 aC • **Papiro de Ani**
 - c. 1300 aC • *Templo de Ramsés II em Tebas*
 - **Roios em papiro do Antigo Livro dos Mortos**
 - c. 1100 aC • *Uso amplo do ferro em armas e utensílios*

- c. 600 aC • *Nabucodonosor II constrói a "Torre de Babel"*
- 538 aC • *Queda da Babilónia*
- 525-404 aC • *Persas conquistam e governam o Egito*
- c. 400 aC • **Escrita demótica**
- 332-330 aC • *Alexandre o Grande conquista o Egito*
- c. 197 aC • **Pedra de Roseta**

- c. 394 dC • **Última inscrição hieroglífica**

ALFABETOS

2

- c. 2000 aC • **Antigas pictografias cretenses**
 - **Disco de Faisto**
- c. 1500 aC • **Caligrafia Ras Shamra**
 - c. 1130 aC • *Armas e utensílios de ferro*

- c. 1000 aC • **Antigo alfabeto grego**
- c. 850 aC • **Alfabeto aramaico**
- c. 776 aC • *Primeiros Jogos Olímpicos*
- 753 aC • *O lendário Rômulo funda Roma*
- c. 750-700 aC • *Odisseia de Homero*
- 683 aC • *Democracia aristocrática estabelecida em Atenas*
- 516 aC • *Israelitas regressam do exílio na Babilónia*

- 447-432 aC • *Construção do Partenon em Atenas*

- 429 aC • *Tragédia Édipo Rei, de Sófocles*
- 399 aC • *Execução de Sócrates*
- 323 aC • *Alexandre o Grande morre na Babilónia*
- 300 aC • *Geometria de Euclides*
- c. 190 aC • **Pergaminho usado para manuscritos**
 - 146 aC • *Roma destrói Cartago*
 - 44 aC • *Júlio César é assassinado*
 - c. 29 aC • *Geórgicas de Virgílio*
- c. 1 dC • *Nascimento de Cristo*
- 79 dC • *Coliseu romano*
- c. 100 dC • **Escrita mural em Pompeia**
- 114 dC • **Coluna de Trajano**
- c. 200-500 dC • **Capitulares rústicas romanas capitulares gregas**
 - c. 250 dC • *Unciais gregas*
 - 330 dC • *Constantino muda a capital de Roma para Constantinopla*
 - 410 dC • *Visigodos saqueiam Roma*
 - 476 dC • *Queda do Império Romano do Ocidente*

- c. 500 dC • **Antigo alfabeto árabe**

- 1000 dC • **O Nashki se torna o alfabeto árabe dominante**
- 1446 dC • **Hangul, alfabeto coreano**

3

A CONTRIBUIÇÃO ASIÁTICA

- c. 1800 aC • **O lendário Tsang Chieh inventa a escrita**
- c. 1500 aC • **Escrita de oráculo em ossos**

- 551 aC • *Nascimento de Confúcio*

- c. 528 aC • *Sidarta Gautama se torna o supremo Buda*
- c. 250 aC • **Caligrafia de pequenos sinetes**
 - 221 aC • *Shih Huang-ti unifica a China*
 - *A Grande Muralha da China em andamento*
- 105 dC • **Ts'ai Lun inventa o papel**
- c. 165 dC • **Clássicos de Confúcio esculpidos em pedra**
- c. 200 dC • **Caligrafia de estilo regular**
- c. 300 dC • **Chops são usados como sinetes de identificação**
 - **Chops usados na Dinastia Han**
- c. 770 dC • **Antiga impressão chinesa em relevo datável**
 - **Mantras budistas são impressos**
- 868 dC • **Sutra do Diamante**

- c. 1000 dC • **Caligrafia chinesa impressa com perfeição**
 - *Pólvora é usada na China*
- c. 1040 dC • **Bi Sheng inventa tipo móvel na Coreia**
 - 1150 dC • *Invenção da bússola*

4

MANUSCRITOS ILUMINADOS

- 330 dC • *Constantino transfere capital romana para Constantinopla*
- 42.5 dC • **Vergílius Vaticanus**

- c. 500 dC • **Sucesso das letras unciais**
- 570 dC • *Nascimento de Maomé*
- c. 600 dC • **Escrita insular**
 - 660 dC • *Órgão usado nas igrejas*
- c. 680 dC • **Book of Durrow**
- c. 698 dC • **Lindisfarne Gospels**
- 751 dC • **Árabes aprendem a fazer papel com prisioneiros chineses**
 - *Mouros derrotam exército espanhol*
- c. 781 dC • **Alcuino funda escola em Aachen**
 - **Criam-se as minúsculas carolíngias**
- c. 800 dC • **Leabhar Cheanannais**
 - 800 dC • *Carlos Magno coroado imperador*

- 1095-1099 dC • *Primeira Cruzada*
- 1163 dC • *Construção da Catedral de Notre-Dame iniciada em Paris*
- 1170 dC • *Assassinato de Thomas à Becket*
- 1209 dC • *Fundação da Universidade de Cambridge*
- 1215 dC • *Rei João assina a Magna Carta*
- c. 1265 dC • *Marco Polo viaja para a China*
 - **Douce Apocalypse**
- c. 1300 dC • **Salmo de Ormesby**
- c. 1320 dC • *Armas de fogo usadas na Europa*
- 1348 dC • *Peste Negra*
- c. 1387 dC • *Chaucer começa a escrever o Canterbury Tales*
- c. 1413-1416 dC • **Les Très riches heures du duc de Berry**
 - 1431 dC • *Joana d'Arc é queimada no fogueira em Rouen*
- c. 1450 dC • **Impressão com tipos móveis na Alemanha**
 - c. 1478 dC • *Hegadá de Washington*

A invenção da escrita

Não se sabe ao certo quando ou onde surgiu a espécie biológica de seres conscientes, pensantes, *Homo sapiens*. A busca de nossas origens pré-históricas continua a levar cada vez mais longe no tempo as primeiras inovações de nossos ancestrais. Acredita-se que evoluímos de uma espécie que viveu na parte meridional da África. Esses primeiros hominídeos se aventuraram pelas planícies verdejantes e para dentro de cavernas à medida que as florestas lentamente desapareciam naquela parte do mundo. Na relva alta, começaram a ficar eretos. Talvez essa adaptação fosse o resultado da necessidade de ficar de vigia contra predadores, ajudar a dissuadir inimigos aumentando o porte aparente dos hominídeos ou para brandir galhos

como armas. Seja como for, a mão desenvolveu a capacidade de carregar alimento e segurar objetos. Encontrada próximo ao lago Turkana, no Quênia, uma pedra de cerca de 3 milhões de anos de idade, que fora afiada para formar um utensílio, prova o desenvolvimento pensado e deliberado de uma tecnologia – uma ferramenta.

As primeiras pedras lascadas podem ter sido usadas para escavar raízes ou cortar a carne de animais mortos. Embora apenas possamos especular sobre o uso de antigas ferramentas, sabemos que elas assinalam um passo maior na imensa jornada da espécie humana, das origens primitivas rumo a um estado civilizado. Diversos saltos qualitativos propiciaram a capacidade de organizar uma comunidade e obter certo grau de controle sobre o destino humano. A fala – a capacidade de produzir sons para comunicar-se – foi uma aptidão precoce desenvolvida pela espécie na longa trilha evolutiva a partir de seus mais remotos primórdios. A escrita é a contrapartida visual da fala. Marcas, símbolos, figuras e letras traçadas ou escritas sobre uma superfície ou substrato tornaram-se o complemento da palavra falada ou do pensamento mudo. As limitações da fala são o malogro da memória humana e um imediatismo de expressão que não pode transcender o tempo e o lugar. Até a era eletrônica, as

palavras faladas desapareciam sem deixar vestígios, ao passo que as palavras escritas ficavam. A invenção da escrita trouxe aos homens o esplendor da civilização e possibilitou preservar conhecimento, experiências e pensamentos arduamente conquistados.

O desenvolvimento da escrita e da linguagem visual teve suas origens mais remotas em simples figuras, pois existe uma ligação estreita entre o desenho delas e o traçado da escrita. Ambos são formas naturais de comunicar ideias e os primeiros seres humanos utilizavam as figuras como um modo elementar de registrar e transmitir informações.

COMUNICAÇÕES VISUAIS NA PRÉ-HISTÓRIA

Os primeiros traçados humanos encontrados na África têm mais de 200 mil anos de idade. Do Alto Paleolítico ao período Neolítico (35000 aC- 4000 aC), os antigos africanos e europeus deixaram pinturas em cavernas, entre as quais as de Lascaux, no sul da França [1.1], e Altamira, na Espanha. Um tom negro era feito com carvão, e uma série de tons quentes, de amarelos-claros a marrons rubros, era produzida a partir de óxidos de ferro vermelhos e amarelos. Essa paleta de pigmentos era misturada com gordura, usada como base. Imagens de animais eram desenhadas e pintadas nas paredes de antigos canais de água subterrânea ocupados como refúgio por homens e mulheres pré-históricos. O pigmento talvez fosse espalhado a dedo pelas paredes, ou com um pincel fabricado com espinhos ou juncos. Esse não foi o começo da arte como a conhecemos. Foi, mais precisamente, a alvorada das comunicações visuais, porque essas primeiras figuras foram feitas para sobrevivência e com fins utilitários e ritualísticos. A presença do que parecem ser marcas de lanças nos flancos de alguns desses animais indica que eram usadas em ritos mágicos destinados a obter poder sobre animais e sucesso na caçada.

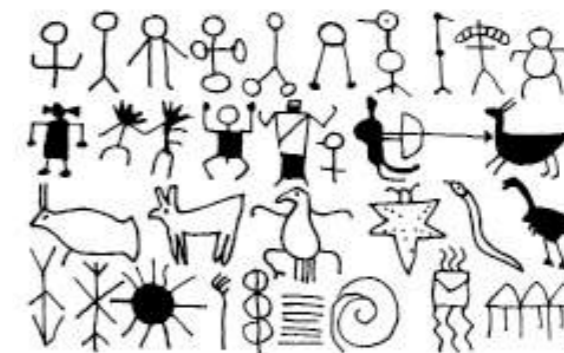
Sinais geométricos abstratos, como pontos, quadrados e outras configurações, se entremesclam com os animais em muitas pinturas de cavernas. Se representam objetos produzidos pelo homem ou são protoescrita não se sabe, e jamais se saberá, pois foram



1.1 Pintura rupestre de Lascaux, c. 15000-10000 aC. A disposição aleatória e a escala variável denotam falta de estrutura e sequência dos povos pré-históricos no registro de suas experiências.

produzidos antes do começo da história registrada (o período de 5 mil anos durante o qual as pessoas deixaram por escrito uma crônica de seu conhecimento de fatos e eventos). Os animais pintados nas cavernas são pictografias – figuras ou esboços elementares que representam coisas.

No mundo inteiro, da África à América do Norte e às ilhas da Nova Zelândia, os povos pré-históricos deixaram inúmeros *petróglifos* [1.2], sinais ou figuras simples entalhados ou arranhados na rocha. Muitos petróglifos são pictografias e outros talvez sejam *ideografias* – símbolos para representar ideias ou conceitos [1.3]. Um grau elevado de observação e memória é evidenciado em muitos desenhos pré-históricos. Na galhada de uma rena entalhada encontrada na caverna de Lorthet, no sul da França [1.4], os desenhos riscados de rena e salmão são de notável precisão. Ainda mais



1.2 Entalhadas e às vezes pintadas em rochas no oeste dos Estados Unidos, essas figuras, animais e sinais petróglifos são recorrentes no mundo inteiro.



1.3 Pintura fremont em rocha do outeiro de San Raphael, Utah, c. 2000-1000 aC. O povo fremont vivia no sul de Utah.

importantes, contudo, são duas formas losangulares com marcas interiores que sugerem precoce habilidade na elaboração de símbolos. As primeiras pictografias evoluíram em dois sentidos: primeiro, foram o começo da arte figurativa – os objetos e eventos do mundo eram registrados com crescente fidelidade e exatidão no decurso dos séculos; segundo, formaram a base da escrita. As imagens, retida ou não a forma figurativa original, em última instância se tornaram símbolos de sons da língua falada.

O artista paleolítico desenvolveu uma tendência a simplificação e estilização. As figuras se tornaram progressivamente abreviadas e eram expressas com um número mínimo de traços. No final do período paleolítico, alguns petróglifos e pictografias haviam se reduzido a ponto de quase assemelhar-se a letras.

O BERÇO DA CIVILIZAÇÃO

Até que descobertas recentes indicassem que os primeiros povos da Tailândia podem ter praticado a agricultura e fabricado cerâmica numa data ainda anterior, os arqueólogos por muito tempo acreditaram que a antiga Mesopotâmia, “a terra entre os rios”, fora o berço da civilização. Entre os rios Tigre e Eufrates, que fluem das montanhas da Turquia oriental pelo

território que hoje é o Iraque e deságuam no Golfo Pérsico, estende-se uma planície chapada, outrora fértil, cujos invernos úmidos e verões quentes e secos se mostraram muito atraentes à época. Ali, os primeiros seres humanos abandonaram suas incansáveis peregrinações nômades e estabeleceram uma sociedade aldeã. Por volta de 8000 aC, cereais silvestres eram plantados, animais eram domesticados e começava a agricultura. No ano 6000 aC, já se forjavam objetos a partir do cobre; a Idade do Bronze foi anunciada por volta de 3000 aC, quando se amalgamou o cobre ao estanho para a fabricação de ferramentas e armas duráveis, acompanhadas pela invenção da roda.

O salto da cultura aldeã para a civilização avançada ocorreu após a chegada dos sumérios à Mesopotâmia, perto do final do quarto milênio antes de Cristo. A origem dos sumérios – que se estabeleceram no Crescente Fértil até 3000 aC – continua a ser um grande mistério. Tão crucial quanto as tecnologias desenvolvidas na Mesopotâmia para o futuro da espécie humana, a contribuição dos sumérios para o progresso social e intelectual produziu impacto ainda maior sobre o futuro. Os sumérios inventaram um sistema de deuses encabeçado por uma deidade suprema chamada Anu, que era o deus dos céus. Desenvolveu-se um sistema intrincado de relações deus-homem. Surgiu a cidade, a ordem social necessária para que grandes contingentes de pessoas vivessem juntos. Mas, dentre as inúmeras invenções na Suméria que lançaram a população na trilha da civilização, a invenção da escrita provocou uma revolução intelectual que produziu vasto impacto sobre a ordem social, o progresso econômico e a evolução tecnológica e futura expansão cultural.



1.4 Desenho entalhado em um chifre de cervo, c. 15000 aC. Esta imagem pré-histórica é mostrada em um molde produzido pela rolagem do chifre sobre argila.

A história da Mesopotâmia registra sucessivas ondas de invasores que conquistavam os povos locais. A cultura estabelecida pelos sumérios, por sua vez, conquistou toda a sequência de povos reinantes que dominaram a Mesopotâmia durante sua longa história, que inclui acádios, assírios, babilônios e caldeus. Os persas do ocidente e os hititas do norte também conquistaram a área e disseminaram a civilização mesopotâmica para além do Crescente Fértil.

A PRIMEIRA ESCRITA

A vida na cidade-Estado mesopotâmica era dominada pela religião, tal como pelo gigantesco zigurate, templo construído em degraus, que dominava a cidade. Os vastos templos de tijolos e múltiplos pavimentos eram construídos com uma série de níveis recuados, tornando-se menores rumo ao topo do santuário. Dentro, sacerdotes e escribas exerciam enorme poder, já que controlavam os inventários dos deuses e do rei e proviam as necessidades mágicas e religiosas do povo. A escrita pode ter evoluído porque a economia desse templo tinha uma necessidade crescente de manter registros. Os chefes do templo buscavam intencionalmente um sistema para registrar informações.

Na memória humana, o tempo pode tornar-se um borrão e fatos importantes muitas vezes são esquecidos. Na Mesopotâmia, tais fatos importantes poderiam incluir as respostas a questões como: quem entregou seus impostos na forma de colheitas? Quanto de alimento foi armazenado? A quantidade era adequada para satisfazer as necessidades da comunidade até a próxima colheita? Como mostram essas perguntas relativamente simples, tornava-se imperativo um registro preciso de conhecimento para que os sacerdotes dos templos pudessem manter a ordem e a estabilidade necessárias na cidade-Estado. Uma teoria sustenta que a origem da linguagem visual surgiu da necessidade de identificar o conteúdo de sacas e recipientes de cerâmica usados para armazenar alimentos. Eram confeccionadas pequenas etiquetas de argila que identifica-

vam o conteúdo com um pictograma e a quantidade por meio de um sistema numérico decimal elementar, baseado nos dez dedos das mãos.

Os mais antigos registros escritos são tabuletas da cidade de Uruk [1.5]. Aparentemente elas arrolam mercadorias por meio de desenhos de objetos acompanhados por numerais e nomes de pessoas inscritos em colunas bem organizadas. A abundância de argila na Suméria tornava-a o material ideal para guardar registros e um estilete de junco afiado era utilizado para traçar as finas linhas curvas das antigas pictografias. A tabuleta em argila era segurada na mão esquerda e as pictografias eram riscadas na superfície com o estilete de madeira. Começando no canto superior direito da tabuleta, as linhas eram escritas em cuidadosas colunas. A tabuleta inscrita então secava ao sol ou cozinhava num forno até adquirir a dureza de rocha.



1.5 Antiga tabuleta pictográfica suméria, c. 3100 aC. Esta arcaica escrita pictográfica continha o germe do desenvolvimento da escrita. As informações são estruturadas em áreas quadriculadas por divisão horizontal e vertical.

Esse sistema de escrita passou por uma evolução ao longo de vários séculos. A escrita era estruturada em um grid de divisões espaciais horizontais e verticais. Às vezes, a escrita borrava à medida que a mão se movia pela tabuleta. Por volta de 2800 aC, os escribas inclinaram as pictografias para as laterais e começaram a escrever em linhas horizontais, da esquerda para a direita e de cima para baixo [1.6]. Isso tornou mais fácil escrever e deixou as pictografias menos literais. Cerca de trezentos anos depois, a velocidade da escrita foi aumentada pela substituição do estilete pontiagudo por um de ponta triangular. Esse estilete era pressionado para dentro da argila em vez de ser arrastado através dela. Os caracteres eram en-



1.6 Esta tabuleta de argila demonstra como os símbolos sumérios para “estrela” (que também significava “céu” ou “deus”), “cabeça” e “água” evoluíram das primeiras pictografias (3100 aC). Os mais recentes eram virados para o lado, por volta de 2800 aC, e evoluíram para a primeira escrita cuneiforme por volta de 2500 aC.

tão compostos de uma série de estocadas em forma de cunha, em vez de desenhados com linha contínua [1.7]. Essa inovação alterou radicalmente o caráter da escrita: as pictografias evoluíram para uma escrita abstrata de sinais chamada cuneiforme (em forma de cunha).

Enquanto evoluía a forma gráfica da escrita suméria, sua capacidade de gravar informações se expan-



1.7 Tabuleta cuneiforme, c. 2100 aC. Esta tabuleta de argila relaciona gastos com cereais e animais.

dia. Do primeiro estágio, quando símbolos figurativos representavam objetos animados e inanimados, os sinais passaram a ser ideografias e começaram a representar ideias abstratas. O símbolo para sol, por exemplo, passou a representar ideias como “dia” e “luz”. À medida que os primeiros escribas desenvolviam sua linguagem escrita para funcionar da mesma forma que sua fala, surgiu a necessidade de representar sons falados difíceis de retratar. Advérbios, preposições e nomes próprios muitas vezes não podiam ser adaptados à representação pictográfica. Os símbolos figurativos passaram a representar os sons dos objetos retratados em lugar dos próprios objetos. A escrita cuneiforme tornou-se um rébus – imagens e/ou pictografias representando palavras e sílabas com som igual ou similar ao do objeto retratado. As figuras eram usadas como fonogramas, ou seja, símbolos gráficos para sons. O desenvolvimento mais avançado da escrita cuneiforme foi usá-la como sinais abstratos para representar sílabas, ou seja, sons feitos pela combinação de outros mais elementares.

A escrita cuneiforme era um sistema difícil de dominar, mesmo depois que os assírios o simplificaram para apenas 560 sinais. Jovens escolhidos para tornar-se escribas começavam sua escolarização na *edubba*, a escola de escrita ou “casa de tabuletas”, antes de completar dez anos de idade e trabalhavam todos os dias, do amanhecer ao crepúsculo, com apenas seis dias de folga por mês. Oportunidades profissionais no sacerdócio, administração de imóveis, contabilidade, medicina e governo eram reservadas a esses poucos eleitos. Escrever assumiu importantes qualidades mágicas e cerimoniais. O público em geral considerava com reverência aqueles capazes de escrever, e acreditava-se que sobrevinha a morte para alguém quando um escriba divino gravava o nome dessa pessoa num mítico Livro do Destino.

Os antigos artesãos sumérios misturavam a escrita com imagens em relevo. O monumento Blau [1.8] pode ser o mais antigo artefato existente que combina palavras e imagens na mesma superfície.

A explosão do conhecimento possibilitada pela escrita foi notável. Foram organizadas bibliotecas contendo milhares de tabuletas sobre religião, matemática, história, direito, medicina e astronomia.



1.8 O monumento Blau, sumério antigo, terceiro quartil do quarto milênio aC. Escrita gravada e figuras entalhadas em relevo são combinadas neste antigo artefato de argila de xisto.

Houve um começo de literatura, à medida que poesia, mitos, épicos e lendas eram registrados nas tabuletas de argila. A escrita também fomentou um senso de história; as tabuletas relatavam com meticolosa precisão os eventos que ocorriam durante o reinado de cada monarca. Milhares de contratos e registros comerciais ainda existem.

Escrever possibilitou que a sociedade se estabilizasse sob o império da lei. Pesos e medidas foram padronizados e garantidos por inscrição escrita [1.9]. Códigos legais, tais como o Código de Hamurabi, que reinou de 1792-1750 aC, explicitavam os crimes e suas punições, estabelecendo assim a ordem social e a justiça. O Código de Hamurabi se encontra

1.9 Peso com pato de pedra preta, c. 3000 aC. A inscrição cuneiforme dedica este peso ao deus Nanna, da parte do rei de Ur, e confirma um peso de cinco minas. Uma mina pesava mais ou menos 0,559 quilo ou 18 onças.



em cuidadosa escrita cuneiforme numa estela de 2,44 metros de altura, uma pedra ou laje inscrita ou entalhada para fins comemorativos [1.10, 1.11]. A estela contém 282 leis quadriculadas em 21 colunas. Estelas com o código legal reformado de Hamurabi foram erigidas no principal templo de Marduque, na Babilônia, e em outras cidades. Escritas em estilo preciso, as penalidades severas eram expressas com clareza e brevidade. Entre alguns desses mandamentos se encontram os seguintes: “o ladrão que roubar de uma criança será executado”; “o médico que operar um homem ligeiramente ferido com um bisturi de



1.10 Estela apresentando o Código de Hamurabi, inicialmente escrito entre 1792 e 1750 aC. Acima do código legal em textura densa, o rei Hamurabi é mostrado no topo de uma montanha com o deus-sol Shamash sentado, ordenando ao rei que escreva as leis para o povo da Babilônia. Uma imagem gráfica da autoridade divina como fonte para o código tem forte poder de persuasão visual.

1.11 Detalhe do Código de Hamurabi, c. 1800 aC. Fosse gravando em argila ou esculpindo em pedra como o exemplar aqui mostrado, os escribas mesopotâmicos alcançaram magistral controle e delicadeza em sua escrita e disposição dos traços no espaço repartido.





1.12 Sinete cilíndrico hitita, não datado. Supostamente a representação de um ritual, talvez com uma cerimônia de sacrifício à direita, este sinete combina ornamentação decorativa com imagens figurativas. Contém uma imagem lateral, para rolagem, e uma imagem na base, para cunhagem. Como permite a reprodução de imagens, o sinete cilíndrico pode ser considerado precursor da impressão.

bronze terá suas mãos decepadas”; e “o construtor que erigir uma casa que desabe e provoque a morte do proprietário será executado”.

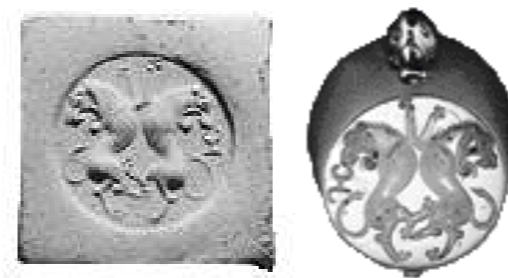
IDENTIFICAÇÃO VISUAL NA MESOPOTÂMIA

Duas consequências naturais da evolução da cultura aldeã foram a propriedade privada e a especialização das artes e ofícios. Ambas tornaram necessária a identificação visual. Marcas no gado e marcas de autoria foram desenvolvidas para que a propriedade pudesse ser definida e o produtor de cerâmica ou outros objetos pudessem ser identificados caso surgissem problemas, ou a qualidade superior dos produtos inspirasse novas compras. Era necessário obter um meio de identificar o autor de uma tabuleta de argila em cuneiforme atestando documentos e contratos comerciais e provando a autoria de proclamações religiosas e reais. Sinetes cilíndricos propiciavam um método à prova de falsificação para lacrar documentos e garantir sua autenticidade [1.12]. Esses pequenos cilindros, que permaneceram em uso por mais de 3 mil anos, tinham imagens e caracteres escritos entalhados em sua superfície. Quando eram rolados ao longo de uma tabuleta de argila úmida, formava-se uma impressão em alto-relevo do desenho em baixo-relevo, que se tornava uma “marca registrada” do proprietário. Visto que a imagem entalhada na pedra redonda aparecia na tabuleta como um desenho plano em alto-relevo, era praticamente impossível duplicá-la ou falsificá-la. Muitas dessas pedras

tinham uma perfuração atravessando-as para que pudessem ser usadas num cordão em volta do pescoço ou do pulso. Essa técnica pode ser vista como uma forma inicial de impressão gráfica, uma vez que as imagens podiam ser reproduzidas.

O viajado historiador grego Heródoto (c. 500 aC) escreveu que cada babilônico portava um sinete cilíndrico num cordão em torno do pulso como um bracelete. Apreciados como ornamentos, símbolos de *status* e assinaturas pessoais exclusivas, os sinetes cilíndricos eram usados até mesmo para imprimir um laço de argila úmida na porta da casa quando os ocupantes estavam fora, para identificar se ladrões haviam invadido as dependências. Os burilistas de sinetes de cilindro e carimbo desenvolveram grande habilidade e refinado senso de design. Os sinetes mais antigos eram entalhados com imagens simples de reis, uma fila de bois ou criaturas míticas. Mais tarde, desenvolveram-se imagens mais narrativas; por exemplo: um deus apresentando um homem a outro deus, ou um homem figurando em destaque travando uma batalha ou matando um animal selvagem. No período assírio tardio, desenvolveu-se no norte da Mesopotâmia uma abordagem mais estilizada e heráldica do desenho, com ilustrações de histórias de deuses e de animais em luta [1.13, 1.14].

A última glória da civilização mesopotâmica ocorreu durante o longo reinado do rei Nabucodonosor (m. 562 aC) na cidade-Estado da Babilônia. Mas em 538 aC, menos de um século depois do grande poder durante o qual a Babilônia se tornou a cidade mais rica do mundo, com uma população que chegava



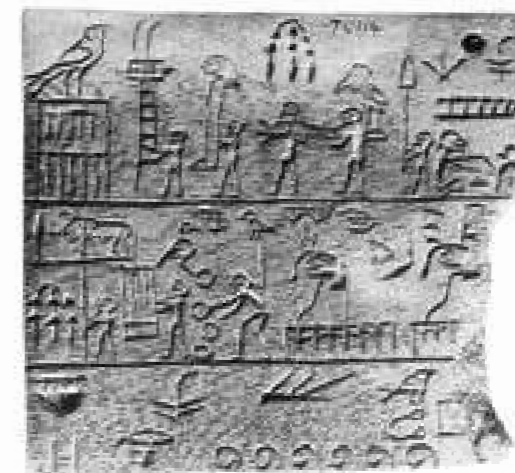
1.13 e 1.14 Sinete persa de cunhagem, c. 500 aC. Gravado num precioso cristal de quartzo azul-claro, chamado calcedônia, com um engaste de ouro, este sinete, com seu desenho simétrico de um par de bestas heráldicas travando combate, provavelmente pertencia a um membro da família real ou do alto clero.

perto de 1 milhão de habitantes, a Babilônia e a Mesopotâmia caíram em poder dos persas. A cultura mesopotâmica começou a perecer à medida que a região se tornava uma província da Pérsia e, depois, da Grécia e de Roma. No tempo do nascimento de Cristo, grandes cidades como a Babilônia estavam abandonadas e os zigurates eram ruínas. A aurora da linguagem visual, o grandioso legado ao futuro da humanidade que era a escrita, foi levado adiante ao Egito e à Fenícia. Os egípcios desenvolveram uma escrita complexa baseada em pictografias, e os fenícios substituíram a enorme complexidade da escrita cuneiforme por sinais fonéticos simples.

HIERÓGLIFOS EGÍPCIOS

Na época em que o rei Menés unificou o território do Egito e constituiu a primeira dinastia por volta de 3100 aC, uma série de invenções dos sumérios havia chegado ao Egito, entre as quais o sinete cilíndrico, projetos arquitetônicos de tijolos, motivos de desenho decorativo e os fundamentos da escrita. Ao contrário dos sumérios, que haviam feito sua escrita pictográfica evoluir para o abstrato processo cuneiforme, os egípcios retiveram seu sistema figurativo de escrita, chamada hieroglífica (termo grego para “entalhe sagrado”, a partir do termo egípcio para “as palavras de deus”), durante quase 3 milênios e meio. Os mais antigos hieróglifos conhecidos [1.15] datam de cerca de 3100 aC, e a última inscrição escrita em hieróglifos foi entalhada em 394 dC, muitas décadas após o Egito ter se tornado colônia romana.

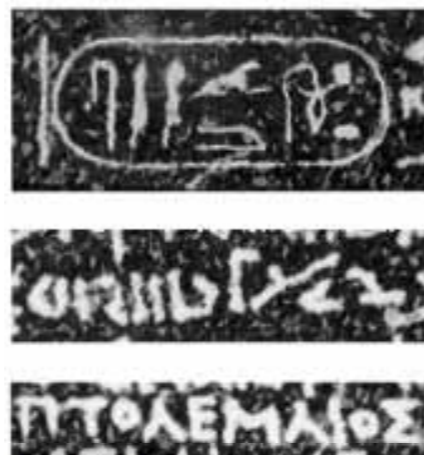
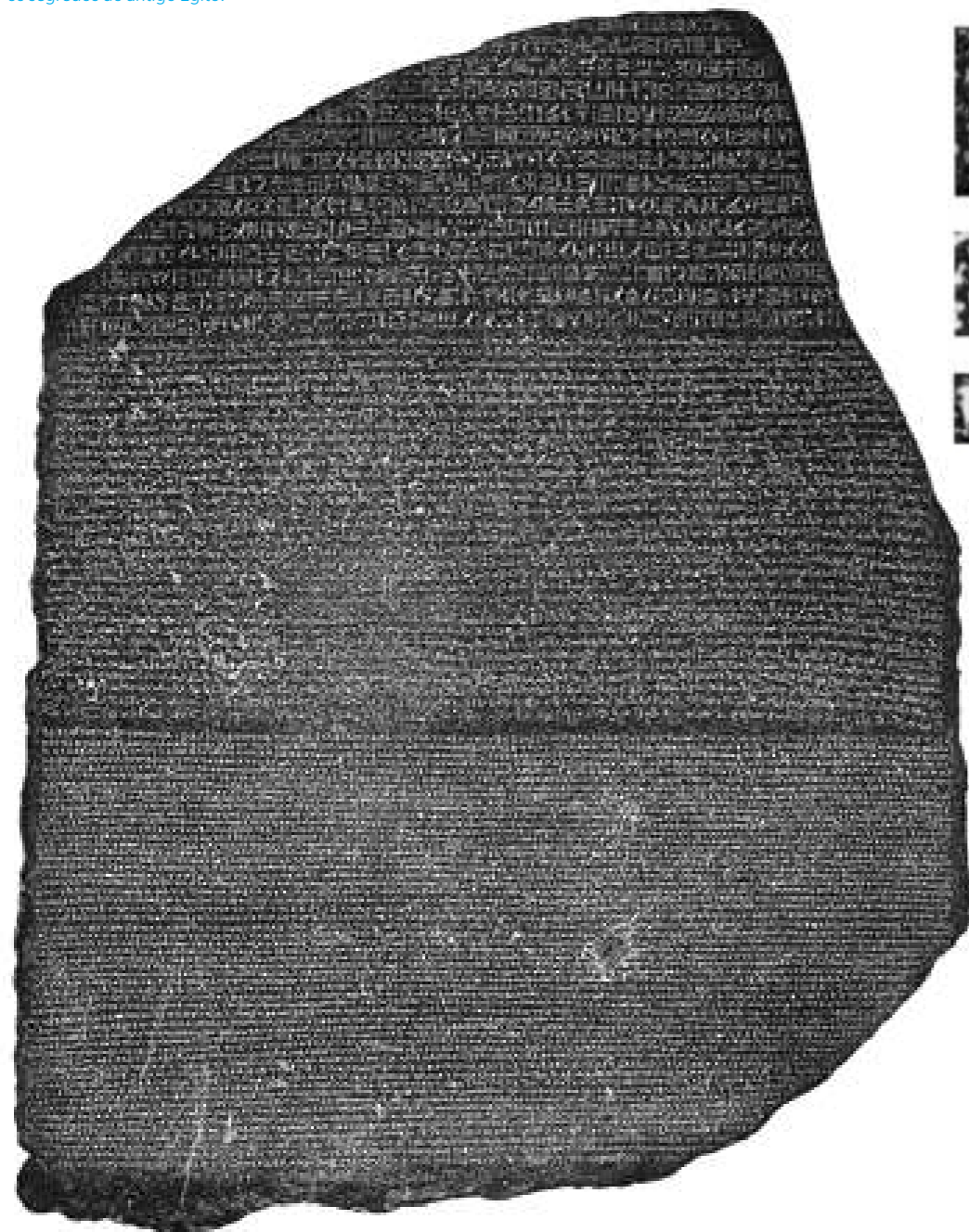
Durante quase quinze séculos, as pessoas olharam com fascínio os hieróglifos egípcios sem compreender seu significado. As últimas pessoas a utilizar esse sis-



1.15 Tabuleta de marfim do rei Zet, primeira dinastia. Esta tabuleta de 5 mil anos de idade talvez seja o mais antigo exemplo conhecido da escrita pictográfica egípcia que evoluiu para os hieróglifos.

tema de linguagem foram sacerdotes de templos egípcios do século IV. Os hieróglifos eram tão enigmáticos que os eruditos gregos e romanos da época acreditavam que eles não passavam de símbolos mágicos para ritos sagrados. Em agosto de 1799, enquanto as tropas de Napoleão abriam as fundações para a ampliação de uma fortificação na cidade egípcia de Roseta, que haviam ocupado, uma placa negra foi desenterrada, portando uma inscrição em duas línguas e três escritas: hieróglifos egípcios, escrita demótica egípcia e grego [1.16]. Essa proclamação havia sido escrita em 197 ou 196 aC, após um grande conselho de sacerdotes reunidos para comemorar a ascensão do faraó Ptolomeu V (nascido em c. 210 aC) ao trono do Egito nove anos antes. Percebeu-se que a inscrição provavelmente era a mesma nas três línguas e começaram os esforços de tradução. Em 1819, o dr. Thomas Young (1773-1829) demonstrou que a direção na qual os glifos de animais e pessoas se voltavam era a direção a partir da qual os hieróglifos deveriam ser lidos e que o cartucho para Ptolomeu ocorria várias vezes [1.17].

1.16 A Pedra de Roseta, c. 197-196 aC. De cima para baixo, as inscrições simultâneas hieroglífica, demótica e grega propiciaram a chave para os segredos do antigo Egito.



1.17 Os detalhes da Pedra de Roseta exibem o nome Ptolomeu em hieróglifo (no topo) e a palavra grega Ptolemaios (na parte inferior).

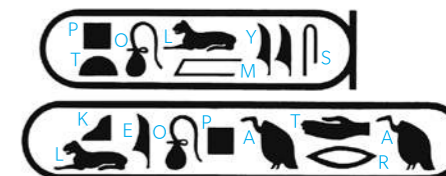
A maior decifração dos hieróglifos da Pedra de Roseta foi feita por Jean-François Champollion (1790-1832). Ele percebeu que alguns dos sinais eram alfabéticos, alguns silábicos e outros eram determinativos (sinais que indicavam como os glifos antecedentes deviam ser interpretados). Percebendo que os hieróglifos com frequência funcionavam como fonogramas e não simplesmente como pictografias, Champollion conseguiu enunciar o som dos nomes de Ptolomeu e Cleópatra. Esse avanço ocorreu em 1822, após ele receber a cópia da inscrição de um obelisco, monumento egípcio alto, geométrico e de tipo totêmico. Quando estudou seus hieróglifos, ficou surpreso ao ver os cartuchos – placas em formato de parênteses contendo os glifos de nomes importantes – de Ptolomeu e de Cleópatra, que ele havia identificado anteriormente. Champollion atribuiu sons aos três glifos encontrados em ambas as palavras: *p*, *o* e *l*. Em seguida, ele pacientemente vocalizou os outros até obter uma dúzia de traduções hieroglíficas [1.18]. Equipado com esse novo conhecimento, passou a decifrar o cartucho para Alexandre.

Champollion reuniu todos os cartuchos que conseguiu encontrar da era greco-romana e rapidamente traduziu oitenta deles, montando nesse processo um grande vocabulário de glifos. Após sua morte, aos 42 anos de idade, foram publicados dois livros de Champollion, *Dictionnaire égyptien* (Dicionário de egípcio) e *Grammaire égyptienne* (Gramática egípcia). Seu progresso na tradução de hieróglifos possibilitou que outros egiptólogos do século XIX desvendassem os mistérios da história e da cultura egípcia silenciosamente preservados em hieróglifos.

Os hieróglifos consistiam em pictogramas que retratavam objetos ou seres. Esses eram combinados para designar ideias concretas, com os fonogramas denotando sons e os determinativos identificando categorias. Quando os primeiros escribas egípcios se viram diante de palavras difíceis de expressar em forma visual, conceberam um rébus,* usando figuras para sons, para escrever a palavra desejada [1.19]. Ao mesmo tempo, designaram um símbolo figurativo para cada som consonantal e para cada combinação de consoantes da fala. Embora não tivessem desenvolvido signos para os sons de conexão, produziram

armaduras para cada palavra pela combinação dos vários glifos. No período do Novo Império (1570-1085 aC) esse sistema de escrita de notável eficiência contava mais de setecentos hieróglifos, e mais de uma centena deles continuava a ser pictografias estritamente visuais ou imagens-palavras. Os restantes haviam se tornado fonogramas. Uma vez que a língua egípcia continha muitos homônimos (tais como, por exemplo, porta da rua e porta-joias), eram usados determinativos após essas palavras para garantir que o leitor as interpretasse corretamente. *Hinew*, por exemplo, podia referir-se a uma medida para líquidos ou a vizinhos. No primeiro caso era seguida pelo glifo para copo de cerveja; no último era seguida por glifos para um homem e uma mulher. Apresentando muito mais possibilidades que a cuneiforme, os hieróglifos eram usados para documentos históricos e comerciais, poesia, mitos e épicos e, entre outros tópicos, tratavam de geografia, ciência, astronomia, medicina, farmácia e o conceito de tempo.

1.18 Os caracteres alfabéticos colocados ao lado de cada hieróglifo nos cartuchos de Ptolomeu e Cleópatra demonstram os sons fonéticos aproximados decifrados por Champollion.



1.19 Estes hieróglifos egípcios ilustram o princípio do rébus. As palavras e sílabas são representadas por imagens de objetos e por símbolos cujos nomes são semelhantes à palavra ou à sílaba a ser comunicada. Estes hieróglifos significam abelha, folha, mar e sol. Como rébus, poderiam também significar crença e estação.



* O designer norte-americano Paul Rand [1914-1996] usou de forma inteligente o sistema rébus em seu cartaz da IBM de 1981 [20.17].

O antigo Egito representa claramente as fases iniciais da civilização ocidental tal como hoje a conhecemos. A cultura grega recebeu dos egípcios grande parte de seu conhecimento. Nosso uso de símbolos visuais teve origem nos egípcios; deles herdamos o zodíaco, a balança da justiça e o uso de animais para representar conceitos, cidades e pessoas. Na Grécia, a coruja simbolizava Atena, e a imagem de uma coruja numa moeda grega indica que ela foi cunhada em Atenas. Hoje temos a águia norte-americana e a pomba que simboliza a paz. O designer gráfico e historiador Lance Hidy escreveu: “Nossa dívida cultural para com a idolatria do Egito pagão foi em grande parte eliminada da história por revisionistas cristãos”.

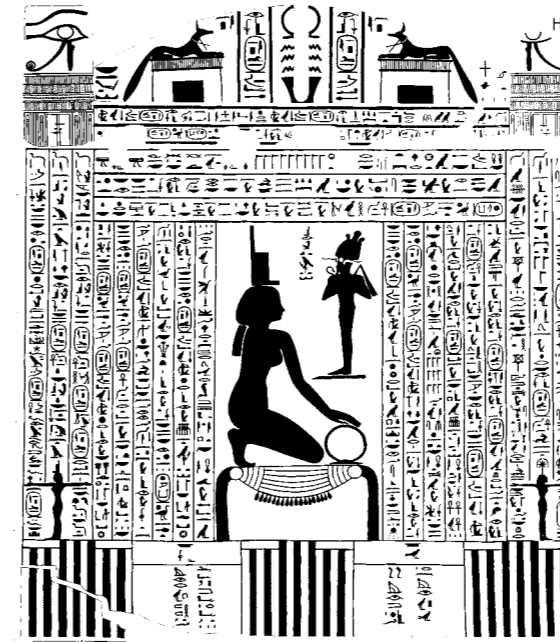
Os antigos egípcios tinham um senso extraordinário de design e eram sensíveis às qualidades de decoração e textura de seus hieróglifos. Esse monumental sistema de linguagem visual era ubíquo. Os hieróglifos eram entalhados em pedra como imagens em alto ou baixo-relevo [1.20] e frequentemente recebiam aplicação de cor. Eles cobriam o interior e o exterior de templos e tumbas. Móveis, esquifes, roupas, utensílios, prédios e joias portavam hieróglifos, como decoração ou inscrição, e a alguns deles eram atribuídos valores mágicos e religiosos. O hieróglifo *ankh*, cruz encimada por um laço, originou-se como um modesto símbolo para uma correia de sandália. Devido à similaridade fonética, ganhou significado como símbolo para vida e imortalidade e foi amplamente usado como emblema sagrado por todo o território egípcio.

A flexibilidade do desenho dos hieróglifos foi bastante ampliada pela escolha da direção da escrita. Partia-se da direção para a qual olhavam as criaturas vivas. As linhas podiam ser escritas na horizontal ou na vertical. Por isso, o desenhista de um artefato ou manuscrito tinha quatro escolhas: da esquerda para a direita, horizontalmente; da esquerda para a direita em colunas; da direita para a esquerda, horizontalmente, e da direita para a esquerda em colunas. Às vezes, como demonstra o esquema do sarcófago de Aspalta [1.21], essas possibilidades de desenho eram combinadas em uma única obra.

PAPIROS E ESCRITA

O desenvolvimento do papiro, substrato semelhante ao papel utilizado em manuscritos, foi um importante passo na comunicação visual egípcia. Em épocas remotas a planta *Cyperus papyrus* crescia ao longo do Nilo em pântanos e alagados rasos. Os egípcios faziam uso generalizado dessa planta, cujos caules de 4,6 metros despontavam acima da superfície da água. As flores do papiro serviam de guirlandas nos templos; as raízes eram usadas para obter lenha e utensílios, e os caules eram a matéria-prima para velas de embarcações, esteiras, roupas, cordas, sandálias e, o mais importante, papiros.

Em sua *História natural*, o historiador romano Plínio o Velho (23-79 dC) relata como era feito o papiro. Após ser retirada a pele, a casca interna e branca dos caules era cortada em tiras longitudi-



1.21 Sarcófago de Aspalta, rei da Etiópia, c. 593-568 aC. As inscrições entalhadas neste sarcófago de granito demonstram a flexibilidade dos hieróglifos.

* Os termos latinos *recto* e *verso* mais tarde passaram a designar, respectivamente, a frente e o verso de uma folha de papel. [N.T.]

nais e estendidas lado a lado. Uma segunda camada de tiras era então estendida sobre a primeira, ortogonalmente. Essas duas camadas eram embebidas no rio Nilo e depois prensadas ou marteladas até que se tornassem uma única folha – aparentemente, a seiva viscosa do caule do papiro funcionava como adesivo. Após secagem ao sol, as folhas eram alisadas com um polidor de marfim ou pedra. Caso surgissem falhas ou manchas, nódoas ou áreas esponjosas, a folha defeituosa tinha suas camadas separadas e era refeita. Oito tipos diferentes de papiro eram produzidos para usos que iam de proclamações reais à contabilidade do dia a dia. As folhas acabadas tinham uma superfície superior de fibras horizontais chamada de *recto* e uma superfície inferior de fibras na vertical chamada de *verso*.* As folhas mais altas de papiro mediam 49 centímetros e até vinte folhas podiam ser coladas umas sobre as outras e enroladas, com a face *recto* voltada para dentro.

Tal como na Suméria, conhecimento era poder e os escribas conquistaram considerável autoridade na sociedade egípcia. Aprender a ler e escrever a complexa linguagem demandava muitos anos, e a profissão de escriba era altamente respeitada, o que proporcionava muitos privilégios, sendo um dos principais a isenção de impostos.

A paleta de madeira usada pelo escriba era um símbolo que identificava seu portador como alguém capaz de ler e escrever [1.22]. O exemplar mostrado aqui mede 32,5 centímetros de comprimento. Uma das extremidades tem pelo menos duas depressões, para conter pastilhas de tinta preta, vermelha e, às vezes, outras cores. Com uma solução de goma como aglutinante, o carvão era usado para fazer tinta preta e a ocre vermelha do solo para fazer tinta vermelha. Esse material era secado em pastilhas semelhantes às atuais de aquarela, e um pincel úmido era esfregado na pastilha para devolver a tinta a um estado líquido para escrita. Uma ranhura no meio da paleta prendia os pincéis, fabricados com caules de junco. As pontas do caule eram cortadas na diagonal e mascadas pelo escriba para separar as fibras em cerdas.

Segurando o papiro com a mão esquerda, o escriba começava na margem exterior direita e escrevia uma coluna de hieróglifos de cima para baixo, coluna



1.22 Paleta de escriba egípcio com uma inscrição hierática.



1.23 Detalhe do Livro dos Mortos de Tut-mes III, c. 1450 aC. Os escritos hieroglíficos foram simplificados, mas mantiveram sua origem pictográfica.

após coluna, conforme aparece no detalhe do Livro dos Mortos de Tut-mes III [1.23]. Essa caligrafia de livro hieroglífico evoluiu a partir da forma monumental – os escribas simplificaram os hieróglifos usados nas inscrições, passando da figura cuidadosamente construída ao gesto traçado com rapidez.

Por volta de 1500 aC, uma escrita *hierática* (do termo grego para “sacerdotal”) cursiva, uma simplificação da pincelada da escrita literária hieroglífica, foi desenvolvida pelos sacerdotes para os escritos religiosos. A mais antiga escrita hierática diferia dos hieróglifos somente porque uma caneta de junco, em lugar de um pincel pontiagudo, produzia caracteres mais abstratos com qualidade tersa, angular. Uma escrita ainda mais abstrata chamada *demótica* (do termo grego para “popular”) entrou em uso secular para escrita comercial e legal por volta do ano 400 aC. O hieróglifo para *escriba* era uma imagem ilustrativa do antiquíssimo porta-pincéis, paleta e sacola de tinta. Os caracteres que acompanham a foto desses artefatos mostram essa evolução [1.24]. As escritas hierática e demótica mais complementaram que suplantaram os hieróglifos. Estes continuaram em uso para fins religiosos e epigráficos.

OS PRIMEIROS MANUSCRITOS ILUSTRADOS

Os egípcios foram o primeiro povo a produzir manuscritos ilustrados nos quais palavras e figuras se combinavam para comunicar informações. Uma preocupação com a morte e a forte crença numa vida posterior a ela compeliram os egípcios a desenvolver uma mitologia complexa sobre a jornada para o além. Mediante o mito e a lenda, o inexplicável era explicado e enfrentado. Em última instância, um juízo final permitiria ao falecido ser admitido à companhia dos deuses ou sofrer a eterna danação. A prece de cada egípcio era para ser purificado do pecado e se mostrar digno no juízo final. Escribas e artistas eram contratados para preparar papiros fúnebres, chamados de Capítulos do Sair à Luz. Um estudioso do século XIX os chamou de Livro dos Mortos, nome pelo qual geralmente é hoje conhecido.

O Livro dos Mortos foi uma terceira fase na evolução dos textos funerários. A partir da pirâmide de Unas (c. 2345 aC), as paredes e passagens dessas construções começaram a ser revestidas com os *textos das pirâmides*, escritos hieroglíficos que incluíam mitos, hinos e preces relativas à vida do faraó divino no além. Essa prática foi sucedida pelos *textos de*



1.24 O hieróglifo para *escriba* representava a paleta do Antigo Império, a bolsa com cordão para as barras de tinta seca e um porta-pincéis de junco. As mudanças neste glifo demonstram o processo evolutivo (da esquerda para a direita): hieróglifo, 2700 aC; escrita hieroglífica manuscrita, c. 1500 aC; escrita hierática, c. 1300 aC; escrita demótica, c. 400 aC.



ataúdes. Todas as superfícies do ataúde de madeira e/ou sarcófago de pedra eram cobertas com escritos e muitas vezes ilustradas com imagens das posses para uso no além. Assim, altos funcionários e nobres poderiam desfrutar os benefícios dos textos funerários, ainda que o custo de uma pirâmide estivesse além de suas posses.

A alvorada do Novo Império, por volta de 1580 aC, assistiu ao começo do uso dos manuscritos em papiros como textos funerários. Mesmo cidadãos de recursos bastante limitados podiam pagar para ter pelo menos papiros simples para acompanhá-los na jornada para o além. Da pirâmide ao ataúde e aos papiros, essa evolução do uso mais barato e mais generalizado dos textos funerários seguia paralelamente aos aspectos cada vez mais democráticos e seculares da vida egípcia.

O Livro dos Mortos era escrito numa narrativa em primeira pessoa pelo falecido e depositado na tumba para ajudar no triunfo sobre os perigos do submundo. Os artistas que ilustravam os papiros do Livro dos Mortos eram convocados para predizer o que ocorreria depois que cada súdito morresse e entrasse no além [1.25]. Fórmulas mágicas permitiriam que os falecidos se convertessem em criaturas poderosas,



1.25 Detalhe do Papiro de Hunefer, c. 1370 aC. Hunefer e sua esposa estão cultuando os deuses de Amentet. O deus-sol Rá exibe um símbolo *ankh* em seu joelho, e Tot segura o *udjat* (“olho sadio”), amuleto mágico e protetor do deus Hórus.



1.26 Vinheta do Papiro de Ani, c. 1420 aC. Ani, escriba real, contador do templo e gerente de silos de Tebas, e sua esposa, Thuthu, chegam para seu julgamento final.

senhas eram fornecidas para que pudessem entrar em vários estados do submundo, e era buscada a proteção dos deuses. Futuros maravilhosos eram ilustrados. Podia-se morar nos Campos de Paz, ascender aos céus para viver como uma estrela, viajar pelo céu com o deus-sol Ra em seu navio solar ou ajudar Osíris a governar o submundo.

A jornada para o além é retratada como uma narrativa cronológica. O juízo final é mostrado no Papiro de Ani [1.26]. O deus Anúbis, com cabeça de chacal, guardião dos mortos, prepara-se para pesar o coração de Ani contra uma pena que simboliza a verdade para verificar se ele é “verdadeiro de voz” e livre do pecado. Tot, com cabeça de íbis, o escriba dos deuses e guardião das artes mágicas, está a postos com sua paleta para escrever o veredicto. À direita, o monstro Ammit, o devorador dos mortos, está postado para agir caso Ani não consiga aprovação no momento do juízo. Um inventivo símbolo visual, Ammit tem a cabeça de um crocodilo, o torso de um leão e os quartos traseiros de um hipopótamo. Um registro atravessado no alto mostra doze dos 42 deuses sentados em julgamento. Dirigindo-se a um deus de cada vez, uma “confissão negativa” rejeita todos os pecados: “Eu não fiz mal; eu não roubei; eu não matei pessoas; eu não roubei comida”. Em seguida, Ani fala ao seu coração: “Não te ponhas a prestar testemunho contra mim. Não fales contra mim na presença dos juízes, não lances teu peso contra mim perante o Senhor da Balança”. Ao ser provado virtuoso, sua alma passa a noite após a morte viajando pelo submundo e chega a seu “sair à luz” na manhã seguinte.

Uma estrutura gráfica coerente foi desenvolvida para os papiros egípcios ilustrados. Uma ou duas faixas horizontais, normalmente coloridas, se estendiam no alto e na base do manuscrito. Colunas separadas por linhas pautadas eram escritas da direita para a esquerda. Imagens eram inseridas adjacentes ao texto que ilustravam. Muitas vezes ficavam na faixa horizontal inferior, com as colunas de texto presas embaixo na faixa horizontal superior. Não raro um registro horizontal em forma de friso corria ao longo do topo de uma folha. Às vezes a folha era dividida em zonas retangulares para separar texto e imagens. A integração funcional entre texto e

imagem era esteticamente agradável, pois a textura densa dos hieróglifos traçados a pincel contrastava de modo elegante com os espaços livres e os planos chapados de cor da ilustração.

Nas antigas versões do Livro dos Mortos, o escriba projetava o manuscrito. Se devia ser ilustrado, deixavam-se áreas vazias que o artista preencheria da melhor forma que pudesse. As vinhetas pouco a pouco se tornaram mais importantes e dominaram o desenho. Primeiro, o artista desenhava as ilustrações. Depois, o escriba escrevia o manuscrito, procurando evitar espaços vazios incômodos e às vezes escrevendo nas margens, caso o ilustrador não deixasse espaço adequado para o texto. Artistas habilidosos eram mantidos para criar as imagens, mas os escribas que faziam esse trabalho não eram eruditos. Muitas vezes, omitiam-se passagens em função do leiaute ou devido ao acabamento malfeito. As ilustrações do manuscrito eram desenhadas em linhas de contorno simplificadas usando tinta preta ou marrom, e depois era aplicada uma cor chapada usando pigmentos branco, preto, marrom, azul, verde e ocasionalmente amarelo. O uso amplo de azul e verde claros talvez fosse uma resposta ao azul intenso do Nilo e ao verde viçoso da folhagem ao longo de suas margens – um risco fresco de vida serpenteando pelos vastos confins do deserto.

Pinturas murais e papiros usavam convenções de desenho similares. Os homens eram apresentados com a cor da pele mais escura que a das mulheres. Pessoas importantes eram mostradas em escala maior que pessoas menos importantes. O corpo humano era desenhado como plano. O corpo frontal tinha braços, pernas e cabeça em perfil. O olho estilizado valia simultaneamente como imagem de perfil e imagem frontal. Embora a bidimensionalidade fosse mantida, os artistas egípcios eram capazes de acurada observação e registro de detalhes.

Podia-se encomendar um papiro funerário ou adquirir uma cópia em estoque e mandar escrever o próprio nome nos locais apropriados. O comprador podia selecionar o número e o tipo de capítulo, a quantidade e a qualidade das ilustrações, além da extensão do papiro. Excetuando-se o grande Papiro de Turim, de 57 metros, os rolos do Livro dos Mor-

tos variavam de 4,6 a 27,7 metros de comprimento e tinham de 30 a 45 centímetros de altura. Perto da queda final da cultura egípcia, o Livro dos Mortos consistia meramente em folhas de papiro, algumas delas com apenas alguns centímetros quadrados.

IDENTIFICAÇÃO VISUAL EGÍPCIA

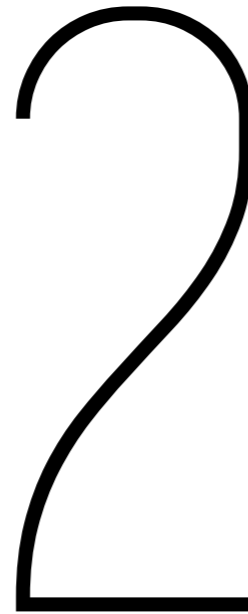
Logo no início de sua história, os egípcios utilizaram sinetes cilíndricos e marcas proprietárias em artigos como cerâmicas, por exemplo. Certamente ambas as formas de identificação foram herdadas dos sumérios. Desde os tempos pré-históricos, o escaravelho era considerado sagrado ou mágico. Na 12ª dinastia, emblemas com escaravinhos esculpidos [1.27, 1.28] eram comumente usados como selos de identificação. Essas pedras ovais, normalmente de esteatito vitrificado, eram esculpidas com representações do escaravelho. A face plana de baixo, entalhada com uma inscrição hieroglífica, era usada como um selo. Às vezes o escaravelho era montado como um anel de lacre. Embora todo egípcio de qualquer posição social tivesse um selo pessoal, quase não há vestígios indicando o uso efetivo de escaravinhos para impressão

de chancela. Talvez a função comunicativa fosse secundária ao valor do escaravelho como talismã, ornamento e símbolo de ressurreição. O deus-sol criador, Kheper, ligado ao escaravelho, era ocasionalmente retratado rolando o sol através do céu, tal como o escaravelho de verdade, ou besouro-do-esterco, era visto formando uma bola de esterco e rolando-a pela areia até sua toca para ser comida durante os dias seguintes. Os antigos egípcios aparentemente acreditavam que o escaravelho punha seus ovos nessa bola e relacionavam o ciclo de vida do escaravelho aos processos cíclicos da natureza, especialmente o renascimento diário do sol. Um escaravelho chamado de “escaravelho-coração” era depositado sobre o coração da múmia envolta em suas bandagens. A face inferior entalhada tinha um breve apelo ao coração para que este não agisse como testemunha hostil na Câmara da Justiça de Osíris.

A majestosa cultura egípcia sobreviveu por mais de 3 mil anos. Hieróglifos, papiros e manuscritos ilustrados são seu legado em comunicações visuais. Com as realizações da Mesopotâmia, essas inovações desencadearam o desenvolvimento do alfabeto e da comunicação gráfica na Fenícia e no mundo greco-romano.

1.27 e 1.28 Escaravelho de Ikhnaton e Nefertiti, c. 1370 aC. Este escaravelho de 6 centímetros exibe o cartucho de Ikhnaton no lado mostrado na figura. Os hieróglifos gravados na base plana foram riscados com uma agulha de bronze.





Alfabetos

Os primeiros sistemas de linguagem visual, entre os quais o cuneiforme, os hieróglifos e a escrita chinesa [ver capítulo 3], tinham uma complexidade inerente. Em cada um deles, as pictografias haviam se tornado escrita rébus, ideografias, logogramas ou mesmo um silabário. Mas esses primeiros sistemas de escrita permaneciam áridos e exigiam estudo demorado e árduo para serem dominados. Durante séculos, foi pequeno o número de indivíduos alfabetizados, e o acesso ao conhecimento lhes proporcionava grande poder. A invenção subsequente do *alfabeto* (uma palavra derivada das primeiras duas letras do alfabeto grego, *alpha* e *beta*) foi um passo maior para a comunicação humana.

Um alfabeto é um conjunto de símbolos ou caracteres visuais usados para representar os sons elementares de uma língua falada. Esses símbolos ou caracteres podem ser ligados e combinados para formar sinais visuais significando sons, sílabas e palavras proferidas. As centenas de signos e símbolos exigidos pela escrita cuneiforme e hieróglifos foram substituídas por vinte ou trinta signos elementares facilmente

NOME ANTIGO	SIGNIFICADO PROVÁVEL	NOME GREGO	PICTOGRAMAS CRETENSES	FENÍCIO	GREGO ANTIGO	GREGO CLÁSSICO	LATIM	INGLÊS MODERNO
Áleph	Touro	Alfa				A	A	A
Bêth	Casa	Beta				B	B	B
Gimel	Camelo	Gama				Γ	C	C
Dãleth	Porta dobrável	Delta				Δ	D	D
Hê	Janela de treliça	Épsilon				E	E	E
Wāw	Gancho, prego						F	F
							G	G
Zayin	Arma	Dzeta				Z		
Hêth	Cerca, barreira	Eta				H	H	H
Têth	Um sinuoso (?)	Teta				Θ		
Yöd	Mão	Iota				Ι	Ι	Ι
								J
Kaph	Mão inclinada	Capa				K	K	K
Lâmed	Aguilhão de touro	Lambda				Λ	L	L
Mêm	Água	Mi				M	M	M
Nūn	Peixe	Ni				N	N	N
Sâmek	Suporte (?)	Csi				Ξ		
'Ayin	Olho	Ômicron				O	O	O
Pê	Boca	Pi				Π	P	P
Sādē	Anzol (?)						Q	Q
Kōph	Buraco de agulha (?)	Copa					Q	Q
Rêsh	Cabeça	Ró				P	R	R
Shin, sin	Dente	Sigma				Σ	S	S
Taw	Marca	Tau				T	T	T
		Ípsilon				Υ	U	U
								V
								W
		Chi				X	X	X
		Psi				Ψ	Y	Y
							Z	Z

aprendidos. A figura 2.1 mostra as etapas na evolução dos alfabetos no Ocidente.

Muitas teorias, frequentemente conflitantes, têm sido propostas sobre as origens do alfabeto; entre as fontes sugeridas estão a escrita cuneiforme, os hieróglifos, os signos geométricos pré-históricos e as primeiras pictografias cretenses.

2.1 Este diagrama exhibe várias etapas da evolução dos alfabetos ocidentais. A teoria controversa que vincula os primeiros pictogramas cretenses aos alfabetos se baseia em semelhanças em sua aparência.

PICTOGRAFIAS CRETENSES

A civilização minoica, que existia na ilha mediterrânea de Creta, perde apenas para o Egito e a Mesopotâmia em estágio de avanço no antigo mundo ocidental. Símbolos figurativos minoicos ou cretenses [2.1] estavam em uso já em 2800 aC. Foram encontradas breves inscrições pictográficas escritas em 2000 aC. Restaram cerca de 135 pictografias, incluindo figuras, braços, outras partes do corpo, animais, plantas e alguns símbolos geométricos. Por volta de 1700 aC essas pictografias parecem ter cedido lugar à escrita linear, possível antecedente do alfabeto grego.

Uma das mais curiosas e intrigantes relíquias da civilização minoica é o Disco de Festos [2.2], desenterrado em Creta em 1908. Sem precedentes ou paralelos, esse disco plano de terracota, com 16,5 centímetros de diâmetro, possui formas pictográficas e aparentemente alfabéticas impressas em ambas as faces em faixas espirais. Carimbos semelhantes aos

2.2 O Disco de Festos, não datado. Entre os 241 sinais encontram-se: um homem de capacete emplumado, uma machadinha, uma águia, um esquadro de carpinteiro, uma pele de animal e um vaso.



tipográficos eram usados para imprimir cuidadosamente cada caractere na argila úmida; assim, o princípio do tipo móvel era usado numa cultura ocidental já em 2000 aC. Talvez jamais se consiga saber o que dizem as inscrições, quem as fez e se os carimbos ou tipos foram usados para produzir mensagens em papiro ou outros materiais perecíveis. Em conjunto com todas as pictografias cretenses, o Disco de Festos continua a ser um grande mistério. Alguns estudiosos sugeriram uma origem diferente de Creta, mas não há nenhum dado que confirme ou rejeite essa teoria.

Embora a semelhança visual entre as pictografias cretenses e os primeiros caracteres alfabéticos seja notável, muitos paleógrafos questionam se as pictografias cretenses foram a origem do alfabeto.

O ALFABETO SEMÍTICO SETENTRIONAL

Embora os inventores do alfabeto sejam desconhecidos, acredita-se amplamente que na sua origem estejam os povos semíticos do noroeste da região mediterrânea ocidental – antigos canaanitas, hebreus e fenícios. O termo *escrita semítica setentrional* é usado para a antiga escrita alfabética encontrada em toda essa região. Como os primeiros exemplares que ainda restam se originaram da antiga Fenícia, uma cultura da costa ocidental do mar Mediterrâneo onde fica o Líbano atual e regiões da Síria e Israel, esses primeiros escritos costumam ser chamados de alfabeto fenício. Durante o segundo milênio aC, os fenícios se tornaram marinheiros mercantes. Seus navios a vela, os mais rápidos e mais bem projetados do mundo antigo, conectavam colônias em toda a região mediterrânea. Influências e ideias foram absorvidas de outras áreas, entre as quais o Egito e a Mesopotâmia.

A geografia e o comércio exerceram grande influência sobre as atividades da população. Mesmo o desenvolvimento do alfabeto pode ter sido obra da geografia, pois as cidades-Estado fenícias se tornaram um eixo no mundo antigo e confluência do comércio internacional. Os fenícios assimilaram o cuneiforme da Mesopotâmia no oeste e as letras e hieróglifos egípcios do sul. Talvez tivessem conhecido pictografias e letras manuscritas de Creta e podem ter sido in-

fluenciados por elas. Diante da gama de linguagens visuais, desenvolveram alternativas. Ao que parece, os fenícios procuravam um sistema de escrita para a sua fala, semítica setentrional; escavações revelaram diversos indícios de experiências locais.

Uma caligrafia *sui generis* de escrita desenvolvida em Biblos, a mais antiga cidade-Estado fenícia, usava sinais pictográficos destituídos de qualquer significado figurativo. Escritos por volta de 2000 aC, documentos em pedra e bronze ostentando essa caligrafia possuem um silabário de mais de cem caracteres e ilustram um passo importante no desenvolvimento de um alfabeto.

Por volta de 1500 aC trabalhadores semitas das minas de turquesa do Egito na área do deserto do Sinai conceberam uma adaptação acrofônica de hieróglifos denominada caligrafia *sinaítica*. *Acrofônico* significa que um símbolo figurativo ou hieróglifo era usado para representar o som inicial do objeto.

A caligrafia *Ras Shamra* [2.3], verdadeira caligrafia alfabética semítica, foi encontrada em tabuletas de argila inscritas por volta de 1500 aC. Utilizava trinta caracteres de tipo cuneiforme para representar sons



2.3 Caligrafia Ras Shamra, c. 1500 aC. Usada para documentos burocráticos e comerciais, mitos e lendas, a caligrafia Ras Shamra, que reduz o cuneiforme a apenas 32 caracteres, só recentemente foi desenterrada nas ruínas da cidade antiga de Ugarit.

consonantais elementares. Os sinais eram compostos de marcas em forma de cunha que se assemelhavam ao cuneiforme porque eram produzidas com um estilete. Não havia caracteres para representar vogais, que são sons de conexão que juntam consoantes para formar palavras, hoje representadas pelas letras *a, e, i, o e u*. A ordem alfabética da caligrafia Ras Shamra – a sequência na qual as letras eram memorizadas – era a mesma usada nos posteriores alfabetos fenício e grego.

A escrita exportada pelos fenícios, um sistema totalmente abstrato e alfabético de 22 caracteres [2.1], estava em uso por volta de 1500 aC. Uma das mais antigas inscrições datáveis no alfabeto fenício foi entalhada na lateral da tampa do sarcófago em pedra calcária do rei de Biblos Ahiiram (c. século XI aC). A escrita da direita para a esquerda dos fenícios pode ter sido desenvolvida porque os pedreiros entalhavam inscrições segurando um cinzel na mão esquerda e um martelo na direita. Sua primeira caligrafia alfabética também era escrita em papiro com um pincel ou caneta; infelizmente, sua literatura, que incluía, por exemplo, uma obra de mitologia em nove volumes de um autor de Biblos, desapareceu.

Embora a escrita semítica setentrional seja o início histórico do alfabeto, ela pode ter descendido de um protótipo anterior, perdido. Os primeiros alfabetos se ramificaram em múltiplas direções, abrangendo o alfabeto fenício, que sofreu evolução adicional na Grécia e em Roma, bem como o alfabeto aramaico, que deu origem à escrita hebraica e árabe em outros territórios da região.

O ALFABETO ARAMAICO E SEUS DESCENDENTES

O alfabeto aramaico [2.4], inicialmente usado por tribos de Aram, uma grande área em que hoje se encontra a Síria, é uma primeira derivação importante da



2.5 As formas gráficas do alfabeto hebraico são letras quadradas, negritos cujos traços horizontais são mais espessos que os verticais.

caligrafia semítica setentrional. O mais antigo sobrevivente data de cerca de 850 aC. O alfabeto aramaico de 22 letras para sons consonantais era escrito da direita para a esquerda. Uma caneta larga segurada num ângulo de 45 graus geralmente produzia pesados traços horizontais e finos traços verticais. Essa língua e escrita se tornou dominante em todo o Oriente Próximo. Foram encontrados exemplares no Afeganistão, Egito, Grécia e Índia. Ela é a predecessora de centenas de grafias, incluindo dois dos alfabetos mais usados hoje: os modernos hebraico e árabe. Esses dois sistemas de letras funcionais e maravilhosamente desenhadas ainda são escritos da direita para a esquerda, à maneira de seus predecessores semíticos.

Os mais antigos exemplares conhecidos do primeiro ou antigo alfabeto hebraico datam de cerca de 1000 aC. Quando os israelitas regressaram à área do Mediterrâneo ocidental após seu exílio babilônico (586-515 aC), descobriram que a escrita aramaica havia substituído o antigo hebraico na região. O alfabeto aramaico – talvez com influências do antigo hebraico – gerou o alfabeto hebraico clássico, que evoluiu para o hebraico moderno [2.5]. O alfabeto hebraico consiste basicamente em 22 letras consonantais do antigo al-



fabeto semítico setentrional. Quatro letras são também empregadas para indicar vogais longas, e cinco letras possuem uma segunda forma para uso ao final de uma palavra. À medida que a língua evoluiu, pontos e traços foram acrescentados para indicar vogais.

Os gestos caligráficos curvos da escrita árabe provavelmente se originaram antes do ano 500 de nossa era. Os 22 sons originais do alfabeto semítico são complementados por mais seis caracteres acrescentados ao final. Três letras são também usadas como vogais longas e sinais diacríticos são acrescentados para vogais curtas e para distinguir sons consonantais. As duas formas fundamentais são o Kufic,

2.4 As curvas gestuais do alfabeto aramaico evoluíram para os alfabetos hebraico e árabe.

da famosa academia muçulmana em Kufan, na Mesopotâmia, e Naskhi, que se tornou a grafia árabe dominante após cerca de 1000 dC. O Kufic [2.6] é uma vigorosa caligrafia epigráfica com caracteres espessos alongados. Possui uma solidez majestosa



2.6 Os caracteres Kufic são espessos, compridos e angulosos; suas propriedades estéticas ainda são amplamente admiradas.

e era amplamente usado em moedas, manuscritos e inscrições sobre metal e pedra. Ainda é usado para títulos e elementos decorativos. O estilo Naskhi, mais cursivo [2.7], é ideal para escrita em papiro e evoluiu para as modernas grafias árabes. Suas ascendentes verticais, acompanhadas por traços curvos horizontais abaixo, transmitem um ritmo cinético à medida que correm pela página.

O desenho das letras árabes muda conforme a posição dentro da palavra. Com exceção de seis letras, todas, quando usadas no meio de uma palavra, se ligam à letra seguinte por um pequeno traço curvado para cima. Letras no início ou meio de uma palavra são abreviadas; letras finais e letras isoladas terminam em um vigoroso floreio. Essas alterações do desenho não mudam a estrutura fundamental dos caracteres.

Depois do alfabeto latino, o árabe é hoje o mais amplamente utilizado. As conquistas árabes durante os séculos VII e VIII de nossa era disseminaram a religião muçulmana e seu livro sagrado, o Corão, escrito no alfabeto árabe, desde a África Setentrional e a Espanha, no Atlântico, até à Índia. Os muçulmanos acreditam que o Corão (também grafado como *Alcorão*) contém grandes verdades reveladas por Alá (Deus) ao profeta Maomé (c. 570-632 dC) por intermédio do arcanjo Gabriel. O respeito por esses escritos religiosos elevou a caligrafia à condição de arte nobre nas sociedades muçulmanas.

2.7 Musa Sa'íd al Sa'íd al Najj, manuscrito do Corão, 1829-1830. Este manuscrito é escrito no estilo Naskhi cursivo da caligrafia árabe.



Acredita-se que o alfabeto aramaico seja o predecessor de grafias usadas na Índia, aonde aparentemente chegou por volta do século VII aC. Foi necessária uma longa elaboração para tornar os alfabetos adequados às línguas faladas na Índia. O subcontinente indiano tem um leque complexo de formas linguísticas escritas e faladas e as origens específicas da escrita antiga na Índia e países vizinhos são bastante controversas. Tanto o sânscrito clássico [2.8] como a escrita indiana contemporânea têm uma vigorosa estrutura horizontal e vertical, com os caracteres pendendo abaixo de um forte traço horizontal. Acredita-se que esse traço horizontal tenha se originado do hábito dos escribas de escrever abaixo de uma linha pautada, que pouco a pouco passou a fazer parte da letra.

१८ अध्यायः ।] यो हननिखितः सुसवादः । २४५

प्रज्वाल्य तापं सेवितवन्तस्तु स्थाने पितरस्त्रिष्टन् तैः सह वज्रितापं सेवितुम् आरभत ।

- १९ तदा शिष्येषूपदेशे च महायाजकेन धीशुः पृष्टः सन् प्रत्युक्त्वा
- २० सर्वलोकानां समक्षं कथामकथयं गुप्तं कामपि कथां न कथयित्वा यत् स्थानं विहृदीयाः सततं गच्छन्ति तत्र भजनगेहे मन्दिरे चाश्रित्यं ;
- २१ मत्तः कुतो पृच्छसि ? ये जना मदुपदेशम् अष्टप्लव वरं तान् पृच्छ
- २२ यद्यद् अत्र दं ते तज् जानन्ति । तदेत्यं प्रत्युदितत्वात् निकटस्यपदाति
- २३ धीशुः चेपटेनाहत्य व्याहरत् महायाजकम् एवं प्रतिवदसि ? ततो धीशुः प्रतिगदितवान् यद्ययथार्थम् अचक्रथं तर्हि तस्यायथार्थस्य प्रमाणं
- २४ देहि किन्तु यदि यथार्थं तर्हि कुतोहेतो मम अताडयः । पूर्व्वं हनान् सबन्धनं तं कियफामहायाजकस्य समीपं प्रैषयत् ।

2.8 Tipo sânscrito indiano de um testamento publicado em Calcutá, 1844. Este tipo se baseia numa caligrafia clara, erudita, conhecida como Devanagari ou escrita urbana.

Da escrita semítica setentrional, o alfabeto aramaico e seus descendentes se ramificaram para o Oriente, formando um rico legado de formas gráficas marcadamente distintas de seus primos distantes, tais como os alfabetos grego e romano, que evoluíram em contextos ocidentais.

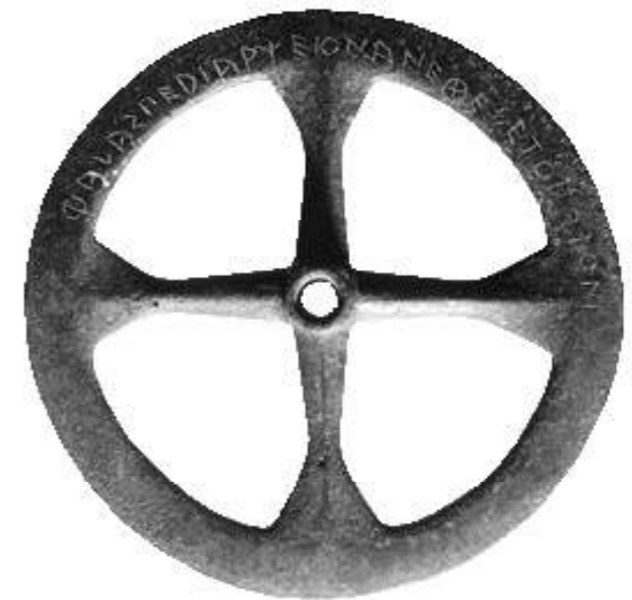
volvido mais cedo. Os gregos assumiram o alfabeto fenício ou semítico setentrional e mudaram cinco consoantes para vogais. Não se sabe ao certo quem transportou o alfabeto da Fenícia para a Grécia, mas tanto a mitologia como a tradição, que no mundo an-

2.9 Roda votiva grega arcaica, c. 525 aC. Uma dedicatória a Apolo é claramente legível através da pátina esverdeada desta roda de metal, com 16 centímetros de diâmetro, usada para culto.

O ALFABETO GREGO

A civilização grega lançou as bases para muitas realizações do mundo ocidental – a ciência, a filosofia e o governo democrático se desenvolveram nesse antigo território. A arte, a arquitetura e a literatura constituem um componente inestimável da herança grega; nada mais coerente que os gregos aprimorassem imensamente a beleza e a utilidade do alfabeto após o terem adotado.

O alfabeto fenício foi adotado pelos antigos gregos e disseminado por todas as suas cidades-Estado por volta de 1000 aC. As mais antigas inscrições conhecidas datam do século VIII aC, mas o alfabeto grego [2.9, 2.1], que ocupa uma posição importante na evolução da comunicação gráfica, pode ter se desen-



tigo muitas vezes se misturavam com a história oral, apontam para Cadmo de Mileto (datas ignoradas). De acordo com vários relatos antigos, Cadmo inventou a história, criou a prosa ou desenhou algumas letras do alfabeto grego. Essas supostas proezas sugerem a possibilidade de que Cadmo teria levado o alfabeto para a Grécia.

Num paralelo enigmático, a antiga mitologia grega informa que Cadmo, rei da Fenícia, partiu para procurar sua irmã Europa após esta ter sido raptada por Zeus. Durante sua viagem, o rei Cadmo matou um dragão que havia assassinado seus companheiros. A conselho de Atena, ele plantou os dentes do dragão como sementes e delas brotaram um exército de homens ferozes. A tradição sustenta que o rei Cadmo levou o alfabeto para a Grécia. Talvez o mito e a história oral apontem para uma verdade deslumbrante: o poder de Cadmo de conjurar exércitos a partir do nada podia se explicar por seu domínio do alfabeto. Movimentos de tropas, informes de batidores e ordens ao campo de batalha podiam ser entregues por escrito. O poder de Cadmo para erguer e comandar exércitos não advinha do plantio dos dentes do dragão, mas do uso do alfabeto como uma ferramenta de informação e comunicação.

Talvez a história de Cadmo seja um mito e tenham sido mercadores fenícios que levaram o alfabeto para a Grécia e outras áreas do Mediterrâneo. Regiões gre-

gas específicas adaptaram o alfabeto a suas próprias necessidades até por volta de 400 aC, quando Atenas adotou oficialmente a versão que passou a ser o padrão em toda a Grécia.

O período por volta de 700 aC assistiu a um renascimento cultural na Grécia. Entre suas realizações estavam a *Odisseia* e a *Iliada*, de Homero, a arquitetura de pedra e as figuras humanas como temas principais na cerâmica. Bastariam apenas algumas décadas para o surgimento de grandes esculturas independentes. A cidade-Estado de Atenas, berço do governo representativo, organizou as cidades circundantes numa unidade política integrada e avançou rumo a uma república aristocrática mediante a eleição dos arcontes – os nove magistrados principais eleitos para mandatos de um ano em 683 aC. Durante esse período o alfabeto passou a ser cada vez mais utilizado.

Do ponto de vista do design gráfico, os gregos aplicaram a estrutura geométrica e a ordem aos irregulares caracteres fenícios, convertendo-os em formas artísticas de grande harmonia e beleza. A escrita grega, conforme mostrado em *Os persas* de Timóteo [2.10], possui uma ordem e um equilíbrio visuais à medida que as letras avançam por uma linha de referência numa repetição regular da forma e do espaço. As letras e seus traços constitutivos são um pouco padronizados devido ao uso de um sistema de traços horizontais, verticais, curvos e diagonais. Na versão epigráfica, tais como as estelas de ex-votos do século v aC com quatro figuras humanas [2.11], as letras se tornaram construções geométricas simétricas de beleza atemporal. Os canteiros davam asas à imaginação no desenho das letras, embora mantendo a estrutura básica do alfabeto de 24 caracteres que havia se estabilizado no período clássico e ainda hoje é utilizado na Grécia. Nessa inscrição, muitas formas de letras, entre as quais o *E* e o *M*, se baseiam num quadrado, o *A* é construído a partir de um triângulo equilátero e o desenho do *O* é um círculo quase perfeito.

Inicialmente os gregos adotaram o estilo fenício de escrita da direita para a esquerda. Mais tarde, desenvolveram um método de escrita chamado *bustrofédon*, termo oriundo das palavras que significavam “arar um campo com um boi”, pois cada linha era lida na direção oposta à anterior. A linha um é lida da di-



2.11 Estela votiva com quatro figuras, século v aC. A excelência do desenho das inscrições gregas transparece claramente neste fragmento. Usando um quadrado de três lados com um ponto central para o “E” e uma barra horizontal em forma de “V” para o “A”, o designer dedicava seu engenho pessoal à forma.



2.12 Tabuleta grega de madeira com unciais, 326 dC. As unciais arredondadas possibilitaram que se fizessem o “A” com dois traços em vez de três e o “E” com três traços em vez de quatro.

2.10 Timóteo, *Os persas*, manuscrito em papiro, século iv aC. Este excelente exemplar de alfabeto grego mostra a forma simétrica e o ritmo visual regular alcançados. Essas qualidades tornaram o alfabeto grego o protótipo para desenvolvimentos posteriores.



reita para a esquerda; em seguida os caracteres fazem meia-volta e a linha dois é lida da esquerda para a direita. Dessa forma o leitor esquadrinha o texto com um movimento de olhos em vaivém, sem o estorvo de ter de voltar ao canto oposto da coluna para ler cada linha. Ao final, os gregos adotaram o movimento de leitura da esquerda para a direita que até hoje persiste na civilização ocidental.

Já no século II dC, os gregos desenvolveram um estilo de escrita mais arredondado chamado *uncial* [2.12]. Essa grafia podia ser escrita mais depressa, porque suas letras arredondadas eram formadas com menos traços. Além do uso em manuscritos, as unciais eram escritas em madeira e materiais macios como tabuletas de cera e argila. As unciais também demonstram como as ferramentas e substratos de escrita influenciam as formas grafadas. Os escribas



2.13 Fichas gregas de atribuição, c. 450-430 aC. Na cidade-Estado grega, alguns funcionários públicos eram eleitos e outros eram escolhidos por sorteio. Estas fichas eram usadas no processo de seleção.

gregos faziam suas penas de juncos rígidos, cortados em bicos e cindidos na ponta para facilitar o fluxo da tinta. Essas penas conferiam a sua escrita um caráter totalmente diferente do da escrita dos escribas egípcios, que usavam juncos macios para pincelar tinta sobre o suporte.

A era de ouro de Atenas (c. 500 aC) foi o ponto alto da cultura grega. A democracia, ou “governo do povo”, era praticada. Aristóteles chamou de democracia “um estado em que os homens livres e os pobres, estando em maioria, são investidos do poder do Estado”. (Liberdade e igualdade não se aplicavam a todas as pessoas. Na verdade, o sistema se baseava na escravidão, porque o trabalho escravo libertava os cidadãos para dedicar seu tempo e energia aos negócios públicos). O voto da maioria se convertia em lei. A comunicação visual desempenhava papel secundário na cultura oral da cidade-Estado grega. Todos os cidadãos podiam participar da assembleia popular e votar, e todos os funcionários eleitos eram responsáveis perante ela. O orador, que podia falar de modo persuasivo para a assembleia, o ator e o conferencista eram fundamentais nessas cidades-Estado, onde a população total, incluindo o meio rural circundante, raramente excedia 10 mil pessoas. O historiador ou poeta, que escrevia mais do que falava, era considerado menos sério.

Apesar disso, o alfabeto desempenhava um papel na democracia; ele possibilitava o uso de fichas de atribuição ao selecionar cidadãos por sorteio para o serviço público [2.13]. O voto secreto por jurados era possível graças ao uso de cédulas de metal com inscrições alfabéticas [2.14]. Para autorizar ou endossar documentos, os abastados cidadãos gregos usavam sinetes de assinatura, que podiam ser impressos em cera ou argila [2.15]. Belos desenhos eram gravados no fundo plano e oval de um tipo azul ou cinza pálido de quartzo. Um tema favorito eram os animais. As formas refinadas, o equilíbrio harmonioso e a integridade da escultura grega eram reproduzidos nesses pequenos sinetes de assinatura (cerca de 2 centímetros) usados para imprimir uma identificação pessoal.

Da cidade-Estado macedônica de Pella, no topo da península grega, Alexandre o Grande (356-323 aC) esmagou o poder do Império Persa e levou a cultura helenística por todo o mundo antigo, incluindo o Egito, a Mesopotâmia e a Índia. A leitura e a escrita haviam se tornado mais importantes a essa altura, porque a expansão das informações e do conhecimento excedia a capacidade da cultura oral de contê-la e documentá-la. Alexandre instalou bibliotecas, entre elas uma maior, com centenas de milhares de papiros, no posto avançado de Alexandria, no Egito.

O formato do rolo de papiro tinha normalmente 10,5 metros de comprimento, 24 centímetros de altura e, quando enrolado, 4 a 6 centímetros de diâmetro. O leiaute do texto era feito em colunas de cerca de 8 centímetros de largura alinhadas pela esquerda e sem justificação à direita, com generosos 2,5 centímetros de intervalo entre elas.

Infelizmente a maior parte do conhecimento compilado pela civilização grega se perdeu em vir-



2.14 Cédulas de jurados gregos, século IV aC. Um jurado votava “inocente” com uma cédula que trazia um eixo sólido. Uma cédula de eixo oco era usada para o voto de “culpado”.

tude da natureza frágil dos rolos de papiro e do clima úmido da Grécia. Somente 30 mil rolos sobreviveram, incluindo apenas 43 das 330 peças dos grandes dramaturgos gregos.

Após a morte de Alexandre na Babilônia, aos 32 anos de idade, seus generais dividiram o império em vários reinos helenísticos. A civilização grega e seu alfabeto passaram então a influenciar o mundo inteiro. O alfabeto grego engendrou o etrusco, o latino e o cirílico e, por meio desses ancestrais, tornou-se o avô dos sistemas de alfabeto usados hoje em todo o mundo.

O ALFABETO LATINO

A ascensão de Roma de uma pequena aldeia à grande cidade imperial que dominou grande parte do mundo – e o colapso final de seu império – constituiu uma das grandes sagas da história. Talvez já em 750 aC Roma existisse como aldeia humilde às margens do rio Tibre, na Itália central. No século I dC, o Império Romano se estendia das Ilhas Britânicas, no norte, ao Egito, no sul, e da Espanha, no oeste, ao Golfo Pérsico, na base do antigo território da Mesopotâmia, no leste.

De uma fazenda próxima a Roma, o poeta Horácio (65-8 aC) escreveu: “A Grécia vencida conquistou [...] o rude vencedor”. Após a conquista romana da Grécia no século II aC, eruditos e bibliotecas inteiras se transferiram para Roma. Os romanos capturaram a literatura, a arte e a religião gregas, alteraram-nas para que se acomodassem às condições da sociedade romana e as disseminaram por todo o vasto Império Romano.

O alfabeto latino [2.1] chegou da Grécia aos romanos por intermédio dos antigos etruscos [2.16], povo cuja civilização na península italiana alcançou seu

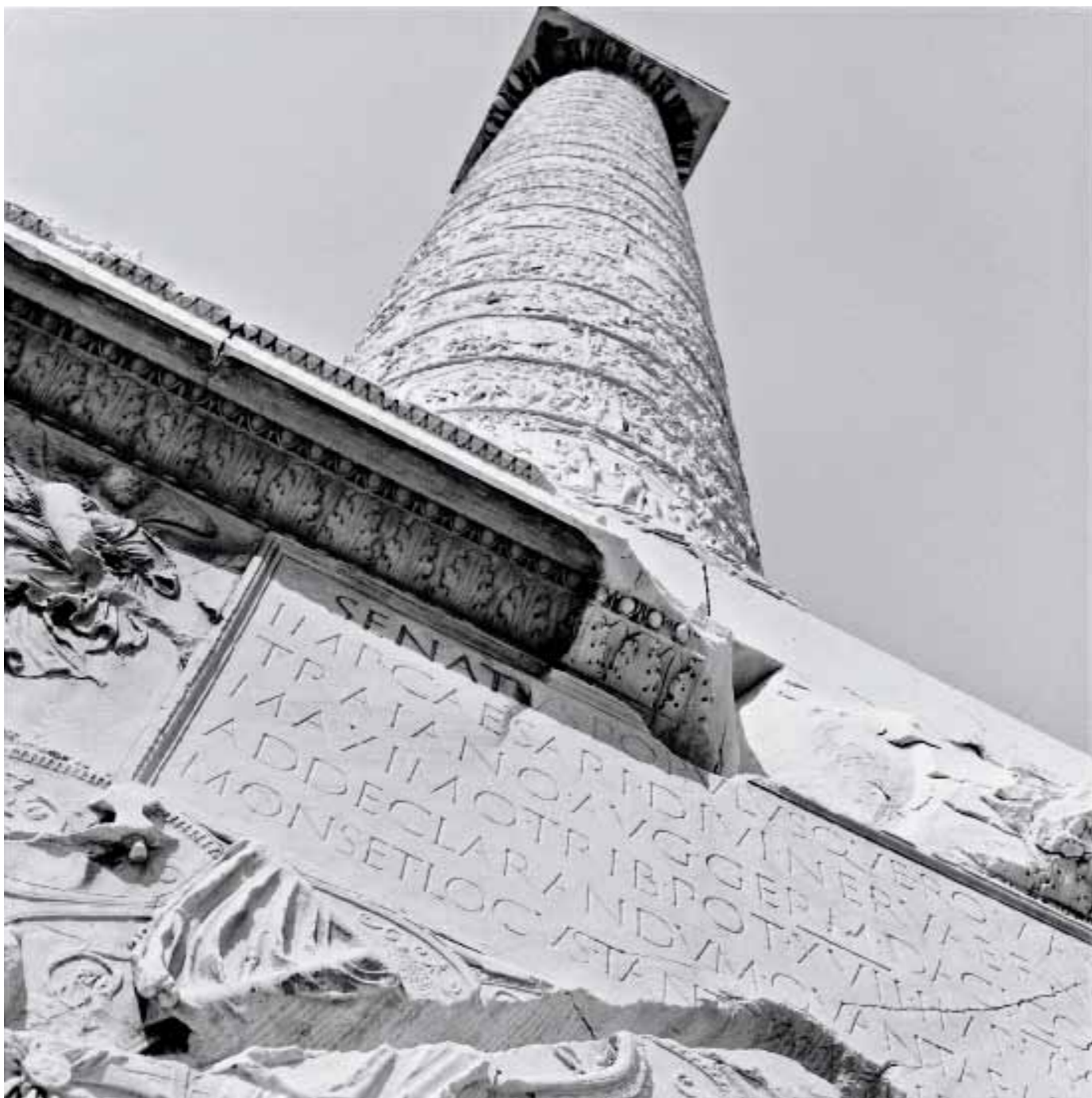


2.16 Vaso etrusco *bucchero*, século VII ou VI aC. Um protótipo do brinquedo educativo, este jarro de brinquedo em forma de galo tem inscrições em alfabeto etrusco.

auge durante o século VI aC. Depois que a letra *G* foi desenhada por um certo Spurius Carvilius (c. 250 aC) para substituir a letra grega *Z* (zeta), que era de pouco valor para os romanos, o alfabeto latino continha 21 letras: *A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R* (que surgiu como uma variação do *P*), *S, T, V* e *X*. Seguindo-se à conquista romana da Grécia durante o século I aC, as letras gregas *Y* e *Z* foram acrescentadas ao final do alfabeto latino porque os romanos estavam se apropriando de palavras gregas que continham esses sons. Três letras adicionais foram acrescentadas ao

2.15 Sinetes de assinatura grega, século V aC. O golfinho brincalhão foi fotografado de uma impressão feita com o sinete sobre gesso. A garça em pé numa perna só, a ovelha se erguendo do chão e o cavalo de corrida com as rédeas partidas foram reproduzidos dos próprios entalhes.





2.17 Inscrição entalhada na base da coluna de Trajano, c. 114 dC. Localizado no fórum de Trajano, em Roma, este exemplo magistral das *capitalis monumentalis* é um testemunho mudo da antiga máxima romana “a palavra escrita permanece”.



2.18 Detalhe, inscrição em uma tumba ao longo da Via Ápia, Roma. O controlado desenho a pincel das formas na pedra combina com a precisão do ofício de canteiro para criar letras de proporção majestosa e forma harmoniosa.

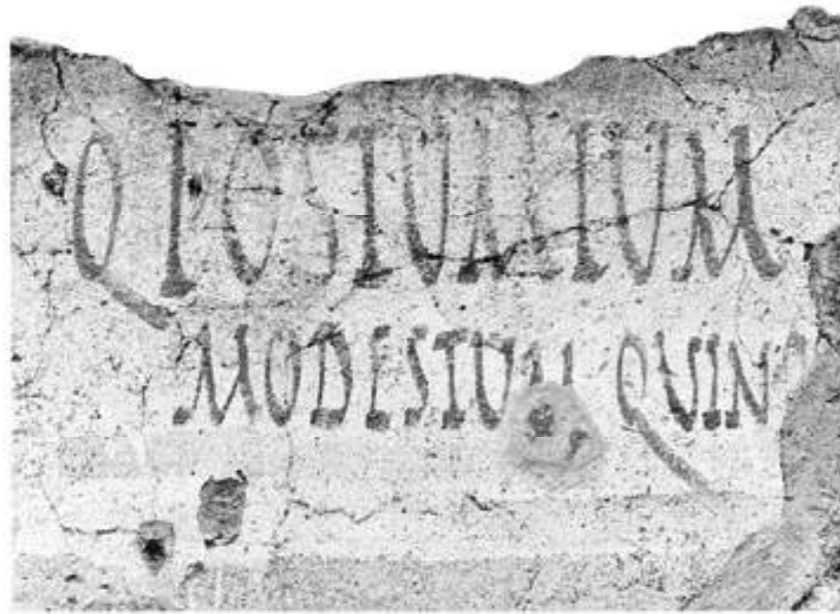
alfabeto durante a Idade Média até chegarem às 26 letras do alfabeto inglês contemporâneo. O *J* é uma extensão do *I*, que foi alongado nos manuscritos do século XIV para indicar uso com força consonantal, particularmente como a primeira letra de certas palavras. Tanto o *U* como o *w* são variantes de *v*, que era usado para dois sons diferentes na Inglaterra medieval. No início do século X, o *U* se destinava a representar o som vogal suave em contraste com o som consonantal mais duro do *v*. O *w* começou como uma ligatura, que é a junção de duas letras. Na Inglaterra do século XII, juntavam-se dois desenhos da letra *v* para representar com *vv* o “double *v*”.

Roma orgulhava-se muito de seus feitos e conquistas imperiais e criou desenhos de letras monumentais para inscrições arquitetônicas celebrando os líderes militares e suas vitórias. As inscrições romanas eram projetadas para ter grande beleza e permanência. As linhas geométricas simples das *capitalis monumentalis* (capitulares ou versais monumentais) eram desenhadas com traços espessos e finos, com linhas retas e curvas organicamente unificadas [2.17, 2.18]. Cada letra era desenhada para tornar-se antes uma forma do que a mera soma de suas partes. Dedicava-se cuidadosa atenção aos contornos dos espaços dentro e entre as letras. Uma inscrição romana tornava-se uma sequência de formas geométricas lineares adaptadas

do quadrado, do triângulo e do círculo. Combinadas numa inscrição, as letras moldavam os contornos negativos ao redor e entre elas numa melodia gráfica ponderada de formas espaciais, alcançando integridade eterna.

Muito se debateu sobre as elegantes *serifas* romanas, que são pequenas linhas estendendo-se das extremidades dos traços principais de uma letra. Uma teoria sustenta que as serifas eram inicialmente marcas de cinzel feitas pelos golpes de “limpeza” dados pelo pedreiro ao terminar de entalhar uma letra. Outros afirmam que as inscrições eram primeiro desenhadas na pedra com um pincel chato do letrista e que este fazia um breve gesto antes de erguer o pincel para fazer ponta no final da pincelada. Seja qual for a ferramenta que iniciou a serifa como elemento do desenho, o que sabemos é que as letras originais eram desenhadas na pedra com um pincel e depois lavradas. Os contornos e as formas desafiam a análise matemática e a construção geométrica. Uma letra encontrada várias vezes numa inscrição terá diferenças sutis de largura e proporção. Em certas inscrições, as linhas com mais letras terão o desenho das letras e o espaço negativo entre elas ligeiramente estreitados para acomodar as informações. Isso representa antes um juízo artístico do letrista do que um cálculo ponderado. Algumas inscrições romanas contêm mesmo partículas diminutas de tinta vermelha que aderiram à pedra ao longo dos séculos, deixando pouca dúvida de que as letras entalhadas eram pintadas com pigmento vermelho. As maiúsculas monumentais eram entalhadas como valas em forma de cunha. As margens das letras não se encontravam em ângulos precisos de 90 graus em relação à superfície plana da pedra; ao contrário, um filete angulado mais suave criava uma margem mais rasa que resistia à fragmentação e ao desgaste.

A escrita romana assumia diversas formas. A mais importante era a *capitalis quadrata* (capitular ou versal quadrada), estilo amplamente usado desde o século II até o século V de nossa era. Escritas cuidadosas e lentamente com uma pena chata, as versais quadradas [2.19] tinham proporções imponentes e legibilidade distinta. O espaço entre as linhas e letras era generoso, mas não se deixava espaço entre as palavras.



2.21 Escrita mural de Pompeia, século I dC. Mais de 1600 mensagens variando de passagens de Virgílio a obscenidades cruas foram preservadas sob mais de 3,6 metros de cinzas vulcânicas.

As letras eram escritas entre duas linhas horizontais de referência, e o *F* e o *L* se estendiam ligeiramente acima da linha. O desenho das letras era bastante parecido com o das letras que hoje chamamos de versais. Serifas eram adicionadas com uma caneta e fortaleciam as terminações dos traços.

As *capitalis rustica* (capitulares ou versais rústicas) eram usadas durante o mesmo período [2.20]. Essas letras estreitas eram escritas rapidamente e poupavam

**NIMARTISQ'DOLOSETD
CHAODENSOSDIVVMN
NEQVOCAPTAEDVMFV**

espaço. O pergaminho e o papiro eram caros e o estilo permitia ao autor incluir cinquenta por cento mais letras do que era possível com as versais quadradas.

Como evidenciam as ruínas de Pompeia e Herculano, os letristas romanos escreviam avisos [2.21], material para campanhas políticas e anúncios de pu-

**IOCEANISPRETOSPERDEREPUV
DEMSIDUSFUGIENSUBIPISCLIS
ORTUBERNASCALODESCEN**

blicidade nas paredes externas, tanto usando versais quadradas como rústicas. Cartazes com mensagens também eram pintados em painéis de madeira reutilizáveis colocados nas ruas. Placares e placas com imagens eram executados por letristas profissionais. Marcas eram amplamente empregadas na identificação da firma ou lugar de origem de produtos artesanais. Registros comerciais, documentos de Estado e literatura eram escritos em múltiplos suportes. O papiro do Egito era complementado por madeira, argila, chapas de metal e plaquetas de cera presas em armações de madeira. A escrita era riscada na cera com um estilete, cuja ponta chata era usada para apagar a escrita na cera macia, assim a plaqueta podia ser utilizada novamente.

Por volta de 190 aC, o *pergaminho* entrou em uso geral como suporte para a escrita. A tradição sustenta que Ptolomeu V de Alexandria (que governou de c. 205 a 181 aC) e o rei Eumenes II de Pérgamo (que governou de c. 197 a 160 aC) se envolveram numa feroz rivalidade pela edificação de bibliotecas; por isso, Ptolomeu impôs um embargo aos carregamentos de papiro para impedir que Eumenes continuasse sua rápida produção. O pergaminho, superfície própria para a escrita feita das peles de animais domésticos – particularmente bezerras, carneiros e cabras –, foi inventado

para superar o embargo. Essas folhas de couro beneficiado são produzidas, primeiro, pela lavagem da pele e a remoção de todo pelo ou lã. Em seguida, a pele é firmemente esticada em uma moldura e raspada para eliminar todos os vestígios de pelo e carne. Após ser branqueada com giz, é amaciada com pedra-pomes. Maior, mais macio e mais durável e flexível que as folhas de papiro, o pergaminho se tornou muito popular como superfície de escrita. O *velino*, o mais refinado, é feito da pele macia de bezerro recém-nascido.

O *códice*, um formato revolucionário, começou a suplantiar o rolo (chamado de *rotulus*) em Roma e na Grécia, aproximadamente a partir do tempo de Cristo. O pergaminho era reunido em cadernos de duas, quatro ou oito folhas. Estes eram dobrados, costurados e combinados em códices com páginas como as de um livro moderno. O códice de pergaminho tinha diversas vantagens sobre o rolo de papiro. O incômodo processo de desenrolar e enrolar pergaminhos para consultar informações deu lugar ao rápido processo de abrir um códice na página desejada. O papiro era frágil demais para ser dobrado em páginas e as tiras verticais no verso de um papiro tornava impraticável escrever nos dois lados. Ambos os lados das páginas do pergaminho num códice podiam ser usados para escrever; isso representava economia no espaço para armazenagem e nos custos do material.

Durante a ascensão do cristianismo, depois do ano 1 dC até por volta de 400, pergaminhos e códices eram usados simultaneamente. A durabilidade e a permanência do códice atraíam os cristãos, por seus escritos serem considerados sagrados. Com todo um panteão de deuses e pouca distinção clara entre deus e homem, os eruditos pagãos eram menos propensos a venerar seus escritos religiosos. Por tradição, os escritos pagãos se encontravam em pergaminhos. Os cristãos também se dedicavam ao estudo comparativo de diferentes textos. É fácil abrir vários códices numa mesa, mas praticamente impossível abrir vários rolos para referência comparativa. Os cristãos procuraram o formato códice para se distanciarem do rolo pagão; os pagãos se apegaram a eles em resistência ao cristianismo. Por isso, o formato gráfico se tornou um símbolo de convicção religiosa durante as últimas décadas do Império Romano. O cristianismo, adotado

como religião oficial do Estado romano em 325 pelo imperador Constantino (morto em 337), elevou os livros e a escrita a uma posição muito mais importante do que aquela que ocupavam no mundo antigo.

No primeiro século da era cristã, Roma começou a sofrer ações hostis de povos tribais (chamados pelos gregos de bárbaros), que viviam além dos rios Danúbio e Reno. No ano 325, o imperador Constantino mudou a capital de Roma para a cidade grega de Bizâncio (mais tarde rebatizada de Constantinopla), nas duas margens da foz do mar Negro. Isso enfraqueceu as províncias ocidentais, e os belicosos hunos começaram a exercer grande pressão sobre os vizinhos imediatos de Roma. O Império Romano foi permanentemente dividido ao meio em 395 e a própria Roma foi saqueada pelos visigodos em 410. O imperador transferiu sua corte para Ravena, que se tornou a capital do Império Romano do Ocidente até sua queda em 476, marcando a dissolução final do Império Romano. O legado de Roma inclui arquitetura, engenharia, língua, direito e literatura. Seu alfabeto se tornou a forma padrão para as linguagens visuais do mundo ocidental.

O ALFABETO COREANO

O monarca coreano Sejong (1397-1450) introduziu o Hangul, o alfabeto coreano, por decreto real em 1446. O Hangul é um dos mais científicos sistemas de escrita já inventados. Embora as línguas faladas coreana e chinesa sejam totalmente diferentes, os coreanos utilizaram os complexos caracteres chineses para sua língua escrita. Sejong desenvolveu um alfabeto vernacular simples, de catorze signos para consoantes e dez para vogais, para colocar a alfabetização ao alcance dos cidadãos comuns coreanos. Ele montou uma equipe de jovens eruditos talentosos para empreender um estudo sistemático dos sistemas de escrita existentes e desenvolver uma inovadora língua visível.

Catorze consoantes [2.22] são representadas por figuras abstratas da posição da boca e língua ao falar as consoantes, que são classificadas em cinco grupos de sons aparentados. Dez vogais [2.23] são simbolizadas por pontos posicionados próximo a linhas ho-

2.19 *Capitalis quadrata* (capitulares ou versais quadradas) de um manuscrito, Virgílio, c. 400 dC. A inclinação da pena chata produzia traços grossos e finos e serifas.

2.20 *Capitalis rustica* (capitulares ou versais rústicas) de um manuscrito, Virgílio, c. 400 dC. A pena chata era segurada numa posição quase vertical, criando um ritmo *staccato* de verticais finas contrastando com traços elípticos redondos e diagonais arqueadas.

SÍMBOLO DO HOMEM Linha vertical	SÍMBOLO DA TERRA Linha horizontal	SÍMBOLO DO PARAÍSO Ponto circular
·	—	•
⋮	≡	
·	—	
⋮	≡	

2.23 Dez vogais do alfabeto Hangul são simbolizadas pela colocação de pontos adjacentes às linhas verticais ou horizontais.

horizontais e verticais. A linha vertical simboliza uma pessoa, a linha horizontal sinaliza a terra, e o ponto redondo é visto como um símbolo do céu.

O alfabeto Hangul não é escrito em uma sequência linear à maneira dos alfabetos grego e romano; ao contrário, as letras são combinadas dentro de um retângulo imaginário para formar blocos silábicos. Essas sílabas são produzidas pela combinação de pelo menos uma consoante e uma vogal [2.24]. Sílabas contendo um signo vertical de vogal são compostas e lidas horizontalmente da esquerda para a direita, enquanto as que contêm um signo horizontal de vogal são compostas e lidas na vertical de cima para baixo. Sílabas complexas são construídas pela adição de letras às sílabas simples ou pela combinação de sílabas elementares em configurações mais complexas. A singularidade do Hangul entre as línguas escritas deriva em parte desse sistema de agrupamento de caracteres do alfabeto para construir sílabas. Na Coreia contemporânea, as 24 letras são usadas para compor mais de 2 mil sílabas de uso comum no dia a dia.

Tal como a invenção da imprensa desencadeou uma revolução silenciosa na cultura chinesa, a escrita alfabética no papiro lentamente transformou a sociedade ocidental. A escrita alfabética foi espalhada por todo o mundo por exércitos conquistadores, comerciantes e, especialmente, por missionários religiosos. Fácil de escrever e aprender, os sistemas de signos simples para sons elementares tornaram a alfabetização acessível a grandes contingentes populacionais.

2.22 As consoantes do alfabeto Hangul representam a estrutura da boca ao falar o coreano.

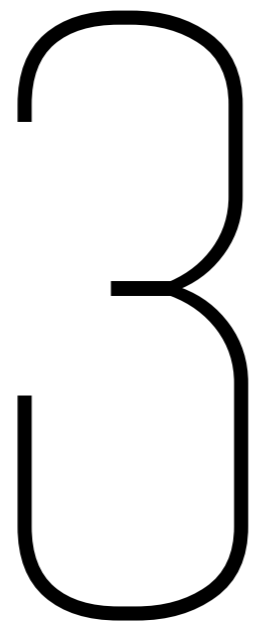
	LABIAL	ALVEOLAR	DENTAL	VELAR	UVULAR
Simbolização dos órgãos da fala					
Letras básicas	ㅁ	ㄴ	ㄷ	ㄱ	ㅇ
Adição de um traço	ㅂ	ㄸ	ㄲ	ㅋ	ㆁ
Adição de um traço	ㅃ	ㄹ	ㄴ		
Modificação das letras básicas		ㄹ			

	ㅏ	ㅑ	ㅓ	ㅕ	ㅗ	ㅛ	ㅜ	ㅠ	ㅡ	ㅣ
ㄱ	가	카	갸	갓	고	코	구	쿠	기	키
ㄴ	나	나	냐	냐	노	노	누	누	니	니
ㅇ	다	다	댜	댜	도	도	두	두	디	디
ㅌ	타	타	탸	탸	토	토	투	투	티	티
ㅃ	마	마	먜	먜	모	모	무	무	미	미
ㅆ	싸	싸	샤	샤	소	소	수	수	시	시
ㅈ	자	자	쟈	쟈	조	조	주	주	지	지
ㅊ	차	차	챤	챤	초	초	추	추	치	치
ㅋ	카	카	커	커	코	코	쿠	쿠	키	키
ㅌ	타	타	터	터	토	토	투	투	티	티
ㅃ	마	마	머	머	모	모	무	무	미	미
ㅆ	싸	싸	셔	셔	소	소	수	수	시	시

2.24 Esta matriz mostra como os caracteres Hangul são combinados em blocos para corresponder às sílabas faladas na língua coreana.

Os alfabetos são escritos democráticos; eles colocam a alfabetização ao alcance das pessoas comuns, em contraste com a escrita teocrática dos sacerdotes dos templos da Mesopotâmia e do Egito. À medida que os escribas e sacerdotes perderam seu monopólio sobre o conhecimento escrito, seu poder político e influência declinaram. Líderes seculares e militares passaram ao primeiro plano como timoneiros no mundo clássico da Grécia e de Roma.

Os alfabetos continuam a ser um dos maiores feitos da humanidade. A escrita alfabética se tornou a argamassa que aglutina comunidades inteiras contra limitações impostas pela memória, pelo tempo e pelo lugar. O maior acesso às informações permitiu participação mais ampla na esfera pública.



A contribuição asiática

A civilização ocidental despontou de origens obscuras ao longo das margens do Tigre e do Eufrates, na Mesopotâmia, e ao longo do curso do rio Nilo, no Egito. As origens da civilização extraordinária que se desenvolveu no vasto e antigo território da China estão envoltas em mistério similar. A lenda sugere que por volta do ano 2000 aC uma cultura estava surgindo em verdadeiro isolamento dos bolsões da civilização do Ocidente. Entre as muitas inovações desenvolvidas pelos antigos chineses, algumas mudaram o curso dos acontecimentos humanos. A bússola possibilitou a exploração e a navegação. A pólvora, usada pelos chineses para fogos de artifícios, alimentou um aspecto bélico do temperamento humano e alterou a natureza da guerra. A caligrafia chinesa, antigo sistema de escrita, é usada hoje por mais pessoas do que qualquer outro sistema de linguagem visual. O papel, suporte magnífico e econômico para transmitir informações, e a impressão, a reprodução de palavras e imagens, possibilitaram a ampla comunicação de pensamento e ação. Os europeus adotaram essas invenções e as utilizaram para conquistar grande parte do mundo:

a bússola (que também pode ter sido desenvolvida de forma independente na Europa) dirigiu os primeiros exploradores pelos mares e pelo globo terrestre; armas de fogo possibilitaram aos europeus subjugar as populações da África, Ásia e Américas; e a impressão em papel tornou-se o método para disseminar a língua, a cultura, a religião e as leis por todo o mundo.

A CALIGRAFIA CHINESA

Tal como os hieróglifos egípcios e a escrita maia na América Central, o sistema de escrita chinesa é uma linguagem puramente visual. Não é alfabética e cada símbolo é composto por uma série de linhas em diferentes configurações dentro de um quadrado imaginário. Diz a lenda que o chinês foi escrito pela primeira vez por volta de 1800 aC por Tsang Chieh, que se inspirou ao contemplar as marcas das garras dos pássaros e pegadas de animais. Tsang Chieh passou a desenvolver pictografias elementares do que via na natureza. Essas imagens são altamente estilizadas e constituídas de um número mínimo de linhas, mas são facilmente decifradas. Os chineses sacrificaram o realismo encontrado nos hieróglifos por desenhos mais abstratos.

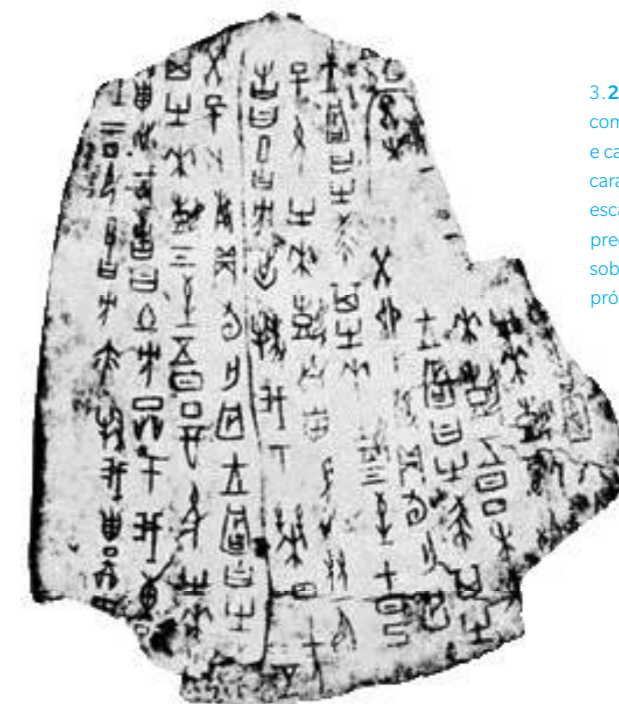
Considerações estéticas parecem ter interessado os chineses desde os primórdios de sua escrita. Primeiro foram desenvolvidos os substantivos mais simples e a língua escrita lentamente amadureceu e passou a enriquecer-se à medida que se inventavam caracteres para expressar sentimentos, ações, cores, tamanhos e tipos. Os caracteres chineses são logogramas, sinais gráficos que representam uma palavra inteira. (O sinal S, por exemplo, é um logograma que representa a palavra *cifrão*). Desenvolveram-se ideografias e empréstimos fonéticos – tomando emprestado o sinal de uma palavra com som parecido –, mas o chinês escrito nunca foi dividido em sinais silábicos, como o cuneiforme, ou sinais alfabéticos para sons elementares. Consequentemente, não há relação direta entre as línguas chinesas falada e escrita. Ambas são sistemas independentes para transmitir pensamento: um som da boca para o ouvido e um sinal da mão para o olho. Aprender o vocabulário total

de 44 mil caracteres era sinal de sabedoria e erudição. Os japoneses adaptaram os logogramas chineses para sua língua escrita, apesar das grandes diferenças entre as duas línguas faladas. Da mesma forma, diferentes dialetos chineses falados são escritos com os mesmos logogramas.

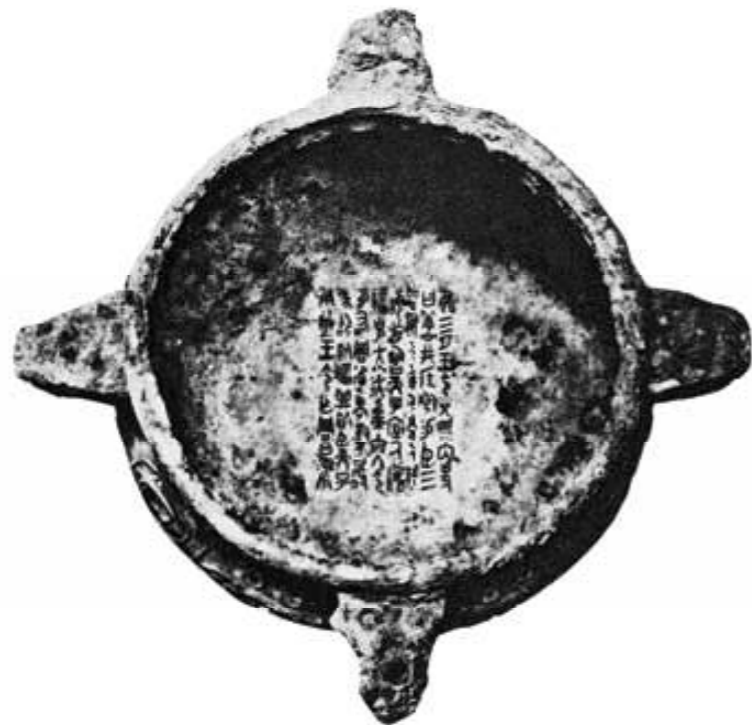


3.1 A linha superior das pictografias são *chiaku-wen*, ou grafia osso e casco, atribuída ao lendário Tsang Chieh. A linha inferior mostra as mesmas palavras do *hsiao chuan* unificado de Li Ssu, ou estilo pequeno-sinete. Da esquerda para a direita: sol, lua, água, chuva, madeira e cachorro.

A mais antiga escrita chinesa conhecida é chamada *chiaku-wen*, ou grafia “osso e casco” [3.1, 3.2], usada de 1800 a 1200 aC. Ela era intimamente vinculada à arte da adivinhação, um esforço para prever acontecimentos por meio da comunicação com os deuses ou ancestrais falecidos muito tempo atrás. Essa antiga escrita – tal como a hieroglífica e a cunei-



3.2 Osso de oráculo inscrito com *chiaku-wen*, ou grafia osso e casco, c. 1300 aC. Os 128 caracteres inscritos nesta escápula dizem respeito às predições de um adivinho sobre calamidades para os próximos dez dias.



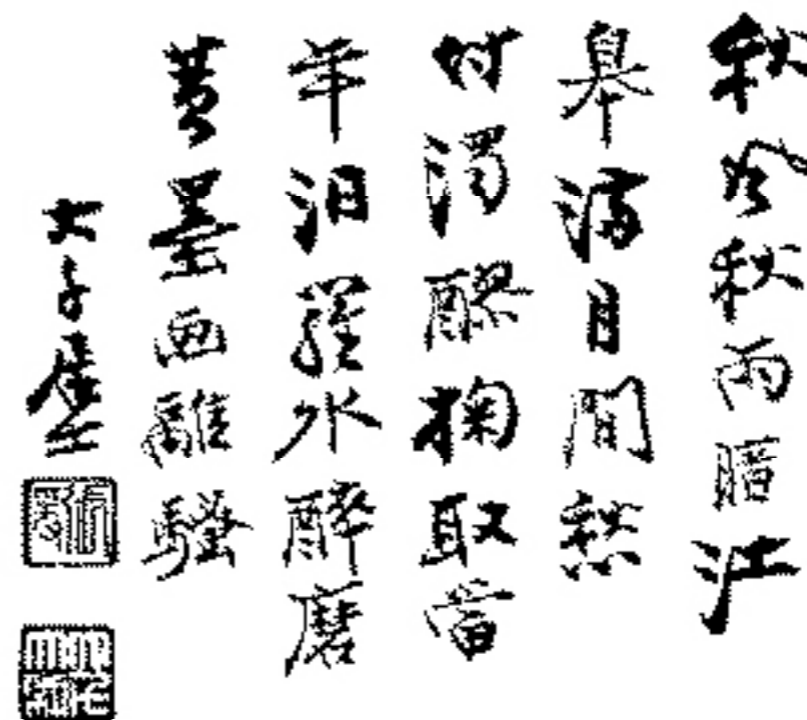
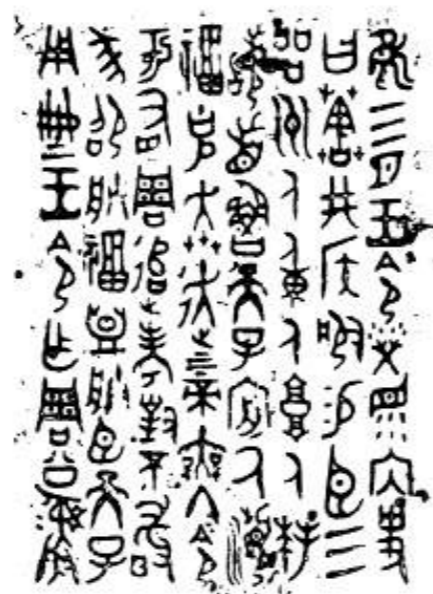
3.3 Vaso de quatro alças com *chin-wen*, ou grafia de bronze, inscrição, século XI aC. Traços espessos, regulares, são usados para formar os 64 caracteres de uma dedicatória de oito linhas, que em si mesma forma um retângulo no fundo do vaso.

forme – era pictográfica. Pictografias chinesas são encontradas entalhadas em cascos de tartaruga e ossos planos de espáduas de grandes animais, chamados ossos de oráculo, que transmitem comunicações entre os vivos e os mortos. Quando se desejava consultar um ancestral exaltado ou um deus, o adivinho real era solicitado a inscrever a mensagem em um osso polido de animal. O adivinho enfia uma barra de metal incandescente num furo no osso inscrito e o calor produz uma intrincada rede de rachaduras. O adivinho então lia ou interpretava essas gretas que, segundo se acreditava, eram mensagens dos mortos.

A etapa seguinte da caligrafia chinesa, chamada *chin-wen*, ou grafia de “bronze”, consistia em inscrições em objetos fundidos em bronze, como vasilhas para comida e água, instrumentos musicais, armas, espelhos, moedas e sinetes. As mensagens eram inscritas nos moldes fundidos para preservar respostas recebidas dos deuses e ancestrais durante a adivinhação. A permanência do bronze também o tornava conveniente para tratados importantes, códigos penais e contratos legais. Vasos cerimoniais usados para oferendas de alimentos durante o culto a ancestrais e va-

silhas inscritas com dedicatórias [3.3] continham caracteres bem formados em sistemático alinhamento. A maioria das inscrições era feita no interior dos vasos e os caracteres eram mais estudados e regulares que nas inscrições osso e casco.

Artistas em diversos locais desenvolveram diferentes estilos de escrita até que a caligrafia chinesa foi unificada no reinado do poderoso imperador Shih Huang Ti (c. 259-210 aC). Durante seu reinado, eruditos confucionistas foram enterrados vivos e seus livros foram queimados. Milhares de vidas foram sacrificadas na construção da Grande Muralha da China para proteger o imperador e seu império. Mas ele também unificou o povo chinês em uma única nação e emitiu decretos reais padronizando pesos, medidas, a largura do eixo das carroças, leis e escrita. O primeiro-ministro Li Ssu (c. 280-208 aC) foi encarregado da concepção do novo estilo de escrita. Essa terceira etapa na evolução do desenho da caligrafia chinesa é chamada de *hsiao chuan*, ou estilo “pequeno-sinete” [3.1]. As linhas são traçadas em pinceladas mais espessas e mais uniformes. Mais curvas e círculos são usados nesse estilo gracioso, fluente, que é muito



3.4 Esse detalhe em tamanho real de um poema chinês é um excelente exemplo de *chen-shu*, ou caligrafia de estilo regular. Dois sinetes de assinatura na parte inferior esquerda são chops, analisados adiante neste capítulo.

mais abstrato que os dois anteriores. Cada caractere é equilibrado com elegância e preenche plenamente seu quadrado imaginário.

A etapa final na evolução da caligrafia chinesa é *chen-shu* (também *kai-shu*, ou estilo “regular”) [3.4], em uso permanente há quase 2 mil anos. No estilo regular, cada linha, ponto e nuance do pincel podem ser controlados pela sensibilidade e habilidade do calígrafo. Há uma gama infinita de possibilidades de desenho para cada palavra. A estrutura, composição, forma, grossura do pincel e a relação das pinceladas entre si e com os espaços em branco que as circundam são fatores de desenho determinados pelo autor. A caligrafia de estilo regular possui uma beleza abstrata comparável às realizações mais elevadas da humanidade em termos de arte e design. De fato, ela é considerada a mais nobre forma de arte na China, mais importante até do que a pintura. A pintura e a caligrafia orientais mantêm laços estreitos entre si. Ambas são executadas com tinta sobre papel ou seda usando golpes gestuais do pincel.

A evolução da escrita chinesa pode ser acompanhada desde suas origens pictográficas por meio de

um dos primeiros caracteres – por exemplo, o caractere pré-histórico para o recipiente de três pernas chamado *li*, que é hoje a palavra para tripé [3.5]. O *li* foi um produto de design inovador, pois as manchas desbotadas em alguns exemplares remanescentes denotam que ele ficava no fogo para aquecer rapidamente seu conteúdo. Na grafia do osso de oráculo, era uma pictografia facilmente reconhecida. Na grafia de

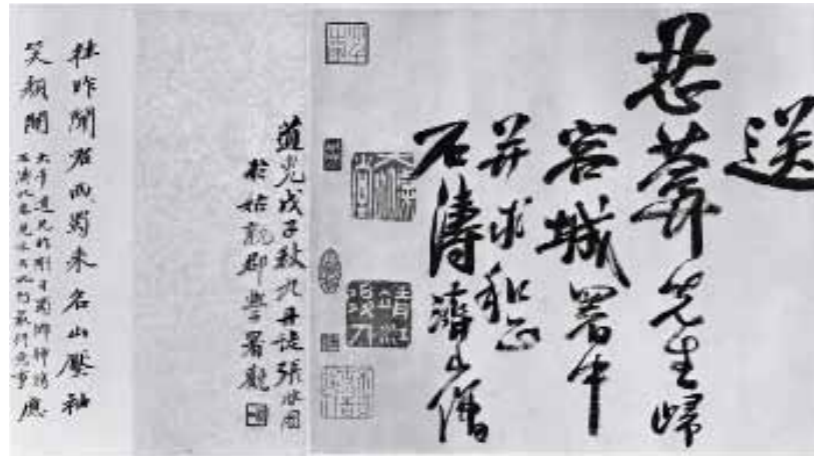


3.5 *Li* (vasilha de cerâmica de três pernas), período Baixo Neolítico. A evolução do caractere caligráfico *Li* originou-se desse recipiente: pictografia de osso de oráculo, grafia de bronze, 1000 aC, e estilo regular, 200 aC.





3.6 Li Fangying, do *Álbum de oito folhas*, número seis, 1744. O projeto da página inteira, com o bambu curvando-se para o espaço livre em contraste com a coluna da escrita, é surpreendente.



3.7 Shitao Yuanji, *Paisagem de montanha e rio*, detalhe de rolo, dinastia Qing. As qualidades visuais da caligrafia – de delicada e rendilhada a estrondosa e abrupta – são contrastadas neste rolo.

bronze do ano 1000 aC, esse caractere havia evoluído para uma forma mais simples. O caractere de estilo regular faz eco com o fundo tripartido e o tempo chato das primeiras formas.

A pintura de bambu do *Álbum de oito folhas* [3.6], de Li Fangying (1695-1754), mostra como os traços vividamente descritivos com um pincel de bambu unem caligrafia e pintura, poema e ilustração, numa comunicação unificada. A natureza é a inspiração para ambas e cada traço e ponto recebem a energia de algo vivo. As crianças iniciam sua instrução desenhando folhas e caules de bambu com o pincel para aprender os traços básicos.

Estados espirituais e sentimentos profundos podem ser expressos em caligrafia. Traços espessos e lânguidos condizem com a tristeza, e poemas compostos em celebração da primavera possuem luminosa exuberância. Certa vez se perguntou a um mestre calígrafo por que ele cravava seus dedos manchados de tinta tão fundo nos fios de seu pincel. Ele respondeu que somente assim conseguia sentir o Tao (espírito cósmico que opera em todo o universo e seres animados e inanimados) fluir de seu braço, passar pelo pincel e chegar ao papel.

Acreditava-se que a caligrafia tinha ossos (autoridade e tamanho), carne (a proporção dos caracteres),

sangue (a textura da tinta fluida) e músculo (espírito e força vital). A exuberante *Paisagem de montanha e rio* [3.7], do mestre calígrafo Shitao Yuanji (1630-c.1707), mostra quanto a caligrafia pode ser dinâmica e criativa, com traços amplos investindo pela página abaixo em contraste com traços leves e delicados de caracteres menores. Ela demonstra a habilidade da caligrafia chinesa de evocar objetos naturais, criando movimento e energia num todo orgânico.

A INVENÇÃO DO PAPEL

Registros dinásticos atribuem a invenção do papel ao eunuco e alto funcionário do governo Ts'ai Lun, que comunicou sua invenção ao imperador Ho no ano 105 da era cristã. Não se sabe ao certo se Ts'ai Lun realmente inventou o papel, aperfeiçoou uma invenção anterior ou patrocinou sua invenção. Entretanto, ele foi deificado como o deus dos fabricantes de papel.

Em épocas anteriores, os chineses escreviam em ripas de bambu ou tiras de madeira usando uma caneta de bambu com uma tinta densa e permanente, cujas origens são obscuras. Negro de fumo ou fuligem eram depositados numa tampa em forma de domo sobre uma vasilha de óleo com várias mechas incandescentes. A fuligem era recolhida, meticulosamente misturada com uma solução de goma usando um almofariz e pilão e depois moldada em bastões ou cubos. Para escrever, esse bastão ou cubo era devolvido ao estado líquido, esfregando-o com água em uma pedra de entintar. As tiras de madeira eram utilizadas para mensagens curtas; peças de bambu de 23 centímetros unidas com tiras de couro ou cordão de seda eram usadas para comunicações mais longas. Embora esses suportes fossem abundantes e fáceis de preparar, eram pesados. Após a invenção do tecido de seda trançada, este também foi usado como uma superfície de escrita, mas era muito caro.

O processo de Ts'ai Lun para fazer papel continuou quase inalterado até que a fatura de papel foi mecanizada na Inglaterra do século XIX. Fibras naturais, entre elas a casca de amoreira, redes de cânhamo e trapos, eram embebidas em uma cuba d'água e socadas até virarem polpa. Um operador de fôrma mer-

gulhava um molde com formato de quadro e fundo de tela na solução de polpa, tirando dela apenas o suficiente para a folha de papel. Com habilidade e discernimento rápido, o operador de forma levantava o molde da tina oscilando-o e sacudindo-o para cruzar e entremear as fibras enquanto a água escorria pelo fundo. Em seguida o papel era estendido ou apertado sobre um tecido de lã, ao qual aderiria enquanto secava. O molde ficava liberado para reutilização imediata. As folhas estendidas eram empilhadas, prensadas e depois penduradas para secar. O primeiro grande aperfeiçoamento do processo foi o uso de engomagem com amido ou gelatina para enrijecer e reforçar o papel e aumentar sua capacidade de absorver tinta.

Nas primeiras décadas do papel, alguns chineses o consideraram substituto barato da seda ou do bambu, mas, à medida que o tempo passava, seu peso leve, fabricação econômica e versatilidade suplantaram todas as reservas. A qualidade áspera e fibrosa do papel primitivo não era problema, porque o pincel de pelos, inventado muitos séculos antes, era o instrumento principal de escrita. Rolos para escrita eram feitos colando juntas as folhas de papel, às vezes delicadamente manchadas de azul ardósia, amarelo limão ou amarelo-claro e cálido. Essas folhas eram enroladas em eixos de sândalo ou marfim, que eram ocasionalmente adornados nas pontas com jade ou âmbar. Além de escrever nesse novo material, os chineses o usavam como papel de embrulho, papel de parede, papel higiênico e guardanapos.

A DESCOBERTA DA IMPRESSÃO

A impressão, um dos principais feitos na história humana, foi inventada pelos chineses. A primeira forma foi a impressão em relevo; os espaços em volta de uma imagem sobre uma superfície plana são extraídos, aplica-se tinta sobre a superfície remanescente em alto-relevo e uma folha de papel é colocada sobre a superfície e friccionada para transferir a imagem tingida para o papel. Duas hipóteses foram propostas para a invenção da impressão. Uma é que o uso de sinetes entalhados para produzir marcas de identificação evoluiu para a impressão. Já no século III aC, usavam-se sinetes ou

3.8 O chop chinês. O tradicional carimbo chinês de identificação é inscrito na base de uma pequena escultura decorativa esculpida em pedra macia.



carimbos para produzir impressões em argila mole. Muitas vezes, tiras de bambu ou madeira contendo escrita eram envolvidas em seda, que era depois selada com argila carimbada com uma impressão.

Durante a dinastia Han (século III dC), sinetes chamados *chops* [3.8] eram feitos mediante o entalhe de caracteres caligráficos numa superfície plana de jade, prata, ouro ou marfim. O usuário entintava essa superfície plana comprimindo-a em uma tinta vermelha em pasta, feita de cinabre; depois, pressionava-a sobre um suporte para formar uma impressão, como se faz hoje com carimbos de borracha. A impressão era uma forma vermelha com caracteres brancos. Por

volta do ano 500 dC passaram a ser usados *chops* dos quais o artesão havia recortado a área negativa que circundava os caracteres, de modo que estes pudessem ser impressos em vermelho circundados pelo papel branco [3.4]. A técnica fundamental para a xilografia achava-se agora disponível. A pintura do século XIV de Yuan Chao Meng-fu que retrata uma cabra e uma ovelha [3.9] tem ambos os tipos de *chops* impressos em sua superfície: caracteres brancos invertidos de uma base sólida e caracteres sólidos circundados por uma base branca.

A segunda teoria sobre as origens da impressão gira em torno da antiga prática chinesa de fazer de-

3.9 Yuan Chao Meng-fu, cabra e ovelha, século XIV dC. Eram usados *chops* para imprimir o nome dos donos ou espectadores de uma pintura.



calques à tinta de inscrições entalhadas em pedra [3.10]. A partir de 165 dC, os clássicos de Confúcio eram entalhados em pedra para garantir um registro preciso e permanente. As desvantagens desses “livros” em pedra eram seu peso e o espaço que ocupavam. Um livro histórico necessitava de 5,2 hectares para armazenar as tabuletas, dispostas como fileiras de lápides. Logo foram tiradas cópias dessas inscrições por decalques à tinta. Uma folha úmida de papel fino era estendida sobre a pedra. O papel era apertado para dentro das depressões da inscrição com um pincel duro. Em seguida, uma almofada de pano com tinta era ligeiramente esfregada sobre a superfície para gerar uma imagem tingida a partir da inscrição entalhada. Embora nesse método a tinta fosse aplicada antes na saliência do papel do que na imagem em relevo, o processo é aparentado à impressão em relevo.

Já no segundo século da era cristã, também se faziam decalques a partir de esculturas de pedra em relevo entalhadas como santuários de oferendas e tumbas [3.11]. Em certo sentido, esses relevos eram mais próximos da pintura que da escultura, pois as figuras que povoavam os complexos desenhos eram tratadas como silhuetas chapadas com detalhe linear e muito pouca profundidade espacial. Em retrospecto, esses entalhes votivos e tumulares não se assemelham tanto com escultura ou pintura como com placas de impressão xilográfica.

Não se sabe ao certo se a impressão em relevo evoluiu dos *chops*, dos decalques das inscrições em pedra ou de uma síntese de ambos. Exatamente quem inventou a impressão em relevo e quando e onde ela começou continuam a ser um mistério. A trajetória é marcada por relíquias não datadas: tecidos impressos, imagens estênceis e milhares de impressões carimbadas da figura de Buda. Por volta de 770 dC, quando foi produzida a mais antiga impressão em relevo datável, a técnica estava bem desenvolvida. Usando pincel e tinta, o material a ser impresso era preparado numa folha de papel fino. A caligrafia era escrita, as imagens desenhadas. O abridor de blocos aplicava essa página fina ao bloco de madeira liso, com o lado da imagem para baixo, após umedecer a superfície com uma pasta ou goma. Quando a pasta



3.10 Estela devocional budista, c. 562 dC. Esta tabuleta votiva em pedra calcária ilustra a antiga prática chinesa de fazer inscrições permanentes e precisas mediante entalhe em pedra.

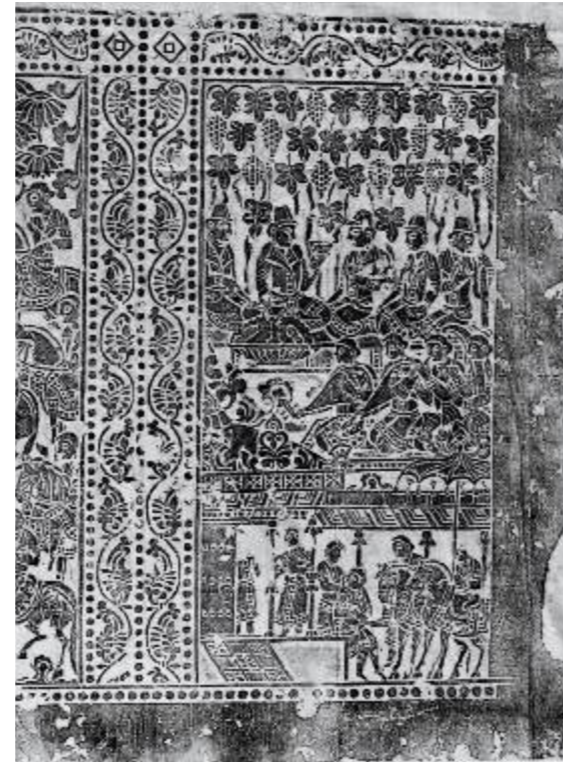
ou goma estava rigorosamente seca, o papel era cuidadosamente esfregado. Uma frágil marca tingida da imagem, que agora estava invertida, permanecia na superfície do bloco.

Trabalhando com incrível velocidade e precisão, o abridor de blocos entalhava a superfície em volta da imagem tingida, deixando-a em alto-relevo. O impressor entintava a superfície em alto-relevo, aplicava uma folha de papel sobre ela, depois esfregava o verso do papel com uma borracha ou pincel rígido para transferir a tinta para a página, que em seguida era levantada do bloco. O método era tão eficiente que um impressor qualificado conseguia tirar mais de duzentas impressões por hora.



3.11 Escultura tumular chinesa em relevo e decalque, dinastia Qi do norte (550-577 dC). Imagens ilustrativas da vida do falecido são captadas em pedra e tinta sobre papel.

Durante o século VIII, a cultura chinesa e a religião budista foram exportadas para o Japão, onde foi produzida a mais antiga impressão datável existente. Consciente da terrível epidemia de varíola ocorrida três décadas antes, a imperatriz japonesa Shotoku decretou que 1 milhão de cópias dos *dharani* (mantras) budistas fossem impressos e colocados dentro de 1 milhão de pagodes em miniatura de cerca de 11,5 centímetros de altura [3.12]. A imperatriz estava tentando seguir os ensinamentos de Buda, que havia aconselhado seus discípulos a escrever 77 cópias de um *dharani* e depositá-las num pagode ou colocar cada um em seu próprio pequeno pagode de argila. Isso prolongaria a vida da pessoa e por fim a levaria ao paraíso. Os esforços da imperatriz Shotoku fracassaram, pois ela morreu por volta da época em que os mantras estavam sendo distribuídos, enrolados em seus pequenos pagodes de madeira de três andares. Mas a enorme quantidade produzida, associada ao seu valor sagrado, possibilitou que inúmeras cópias sobrevivessem até hoje.



O mais antigo manuscrito impresso encontrado é o Sutra do Diamante [3.13]. Ele consiste em sete folhas de papel coladas para formar um rolo de 4,9 metros de comprimento e 30,5 centímetros de altura. Seis folhas de texto transmitem as revelações de Buda a seu discípulo mais velho, Subhuti; a sétima é uma complexa ilustração linear entalhada em madeira mostrando o Buda e seus discípulos. Buda decretava que “aquele que repetir este texto será edificado”. Aparentemente um certo Wang Chieh respondeu ao encargo de Buda, pois as linhas finais do texto declaram que ele fez o Sutra do Diamante para uma distribuição ampla e gratuita em honra de seus pais na data equivalente a 11 de maio de 868 da era cristã. A excelência da impressão indica que o ofício havia alcançado um alto nível no momento em que foi produzida.

Durante o início do século IX o governo chinês começou a emitir certificados de depósito em papel para mercadores que depositassem no estado moeda corrente de metal. Quando ocorreu uma crítica escassez de moeda em ferro na província pouco antes do



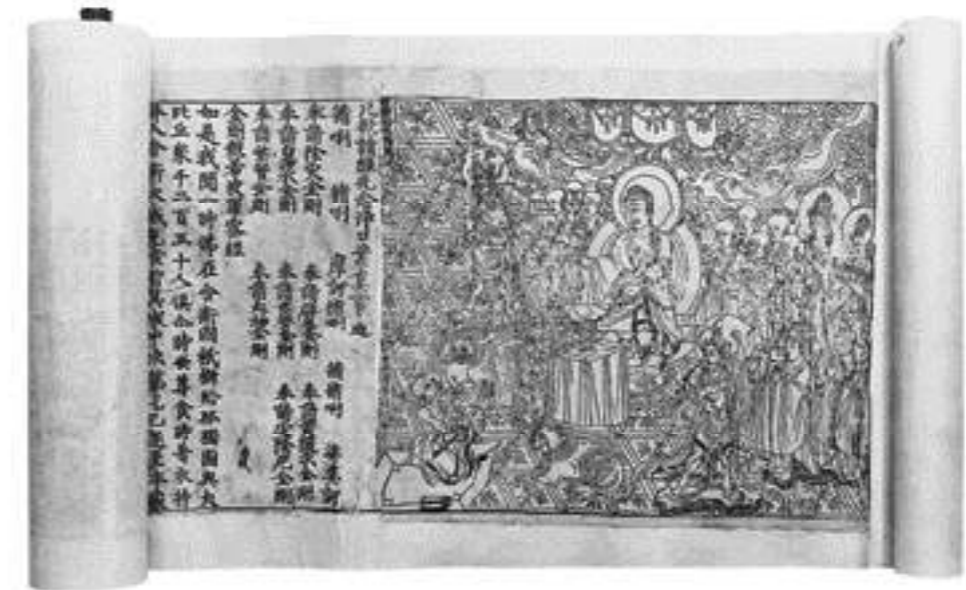
3.12 Amuletos budistas chamados *dharani*, c. 770 dC. Enroladas e inseridas em pequenos pagodes, estas primeiras amostras de impressão em relevo tinham o texto impresso em caligrafia chinesa de um lado e em sânscrito do outro.

ano 1000, o papel-moeda foi desenhado, impresso e usado em lugar das moedas de metal. O governo assumiu o controle da produção de moeda corrente e milhões de notas por ano foram impressas. A inflação e a desvalorização logo se seguiram, bem como esforços para restabelecer a confiança: imprimiu-se dinheiro em papel perfumado com alto teor de seda, outro tanto foi impresso em papel colorido, e a falsificação era punida com pena de morte. Dessa forma, a China tornou-se a primeira sociedade na qual pessoas comuns tinham contato diário com imagens

impressas. Além de papel-moeda, xilogravuras exibindo imagens e textos religiosos tiveram ampla distribuição [3.14].

No século X, constataram-se erros nos clássicos confucionistas. O primeiro-ministro chinês Fang Tao ficou profundamente preocupado e achou que tinham de ser feitos novos textos do mestre. Sem os recursos necessários para o extenso entalhe de inscrições em pedra, Fang Tao recorreu, para essa tarefa monumental, ao método em rápido desenvolvimento da xilografia. Com os grandes eruditos do século como editores

3.13 O Sutra do Diamante, 868 dC. Wang Chieh buscou aprimoramento espiritual encomendando a reprodução impressa do Sutra do Diamante; a ampla disseminação do conhecimento era quase acessória.





3.14 Impressão xilográfica chinesa, c. 950 dC. Um texto de oração é colocado sob uma ilustração de Manjusri, a personificação budista da suprema sabedoria, cavalgando um leão.

e um famoso calígrafo supervisionando a redação das cópias matrizes, a produção dos 130 volumes dos nove clássicos confucianos e mais os comentários consumiu vinte anos, de 933 a 953. Embora o objetivo original não fosse disseminar conhecimento para as massas, mas autenticar os textos, Fang Tao elegeu um ofício relativamente desconhecido e o introduziu na corrente principal da civilização chinesa.

O rolo foi substituído por formatos paginados no século IX ou X. Primeiro, foram feitos livros pregueados que se abriam como um acordeão. Pareciam rolos dobrados como um fôlder em vez de enrolados. No século X ou XI, desenvolveram-se os livros costurados. Duas páginas de texto eram impressas a partir de um bloco. Depois a folha era dobrada ao meio com o seu lado não impresso voltado para dentro e as duas páginas impressas viradas para fora. Sequências dessas folhas dobradas e impressas eram reunidas e

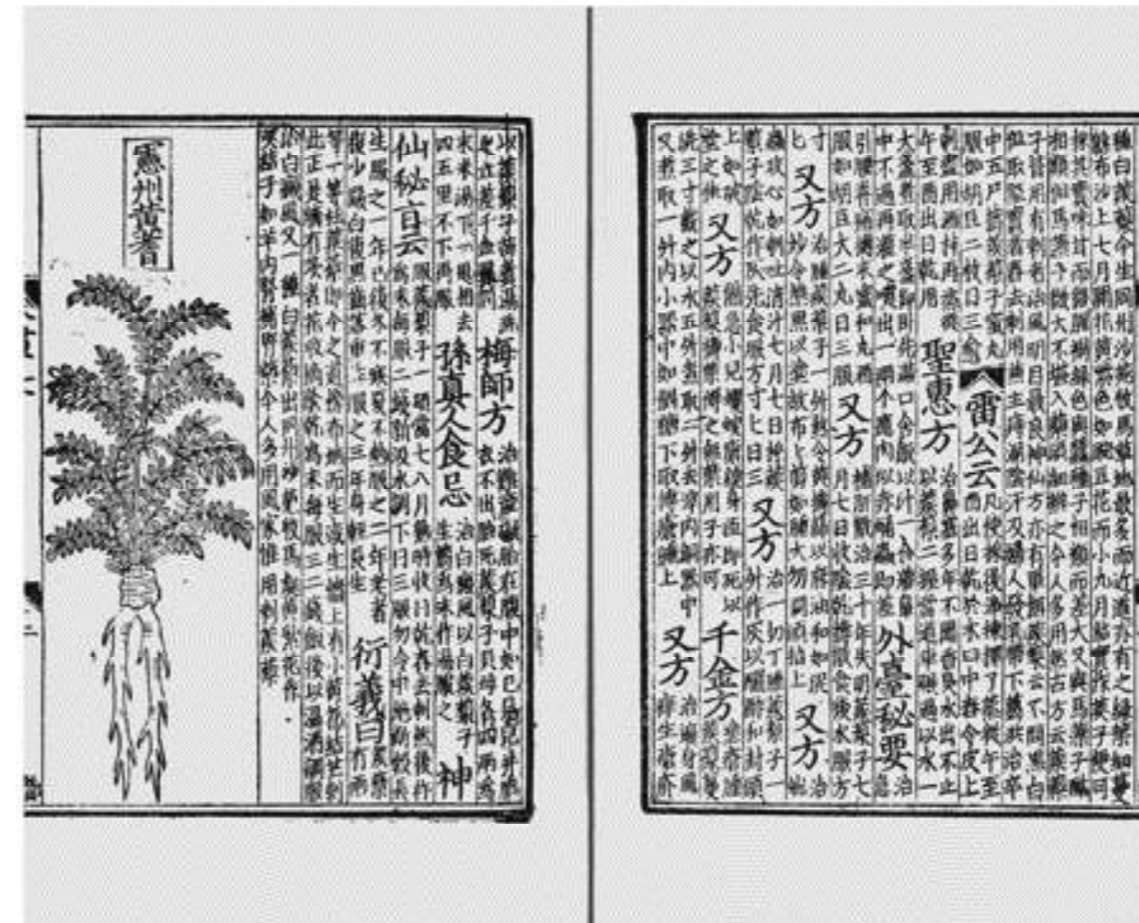
costuradas como um livro no formato de códice. As páginas do herbário medicinal *Pen ts'ao* [3.15] foram montadas dessa maneira. Ilustrações e caligrafia eram usadas para os cabeçalhos. Um desenho usado para separar o texto em seções era mostrado no centro da página do lado direito.

Outra forma antiga de design gráfico e tipografia chineses foi o baralho [3.16]. Esses “dados em forma de folha” foram impressos inicialmente em pesado papel-cartão mais ou menos na época em que os livros paginados estavam substituindo os rolos manuscritos.

Um marco na xilografia – reproduzindo com perfeição uma maravilhosa caligrafia – foi estabelecido na China por volta do ano 1000 e jamais foi superado. Em seu colofão, o nome do calígrafo figurou ao lado dos nomes do autor e do gráfico. Aos gráficos do Estado se juntaram os gráficos particulares à medida que histórias e herbários, ciência e ciência política, poesia e prosa eram entalhados em blocos de madeira e impressos. A revolução silenciosa que a impressão operou na vida intelectual chinesa provocou um renascimento do aprendizado e da cultura tal como o que certamente provocou no Ocidente a invenção do tipo móvel por Johann Gutenberg mais de quatrocentos anos depois.

A INVENÇÃO DO TIPO MÓVEL

Numa impressão por xilografia, como a da figura 3.14, a madeira em volta de cada caractere caligráfico é laboriosamente recortada. Por volta de 1045, o alquimista chinês Bi Sheng (1023-1063) ampliou esse sistema desenvolvendo o conceito de tipo móvel, processo inovador que nunca se generalizou na Ásia. Se cada caractere fosse uma forma individual em alto-relevo, raciocinou ele, qualquer quantidade de caracteres poderia ser colocada em sequência numa superfície, entintada e impressa. Ele produziu seus tipos a partir de uma mistura de argila e cola. Esses caracteres caligráficos tridimensionais eram cozidos sobre uma fogueira de palha até que enrijecessem. Para compor um texto, Bi Sheng os colocou lado a lado sobre uma placa de ferro revestida por substância cerosa para manter os caracteres no lugar. A placa era suavemente aque-

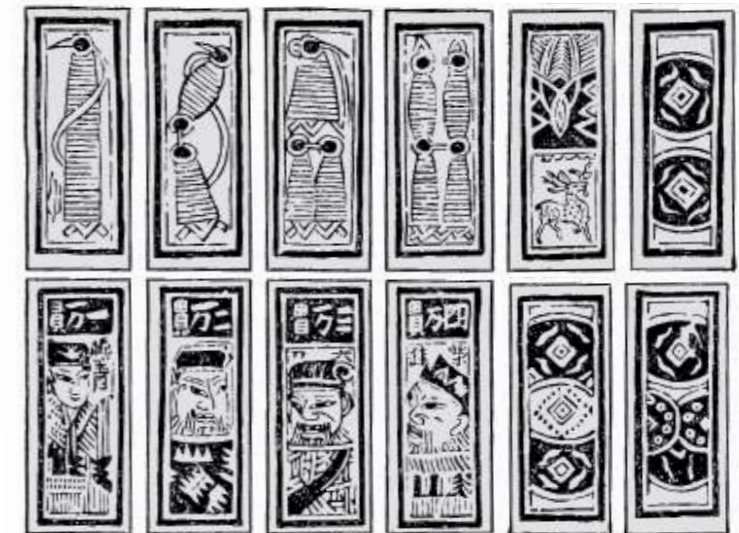


3.15 Páginas do *Pen ts'ao*, 1249 dC. Neste livro de medicina herbária chinesa ilustrado por impressão xilográfica, margens generosas e linhas pautadas trazem ordem à página.

3.16 Baralho chinês, não datado. Muitas convenções aqui utilizadas – sequências numéricas de imagens significando os naipes e a descrição da realeza – sobrevivem nos baralhos até hoje.

cida para amolecer a cera e uma prancha plana era apertada sobre os tipos para encaixá-los firmemente no lugar e igualar sua altura em relação à superfície da fôrma. Após a cera esfriar, a página de tipos caligráficos era impressa exatamente como uma xilogravura. Depois de concluída a impressão, a fôrma era aquecida novamente para amolecer a cera e os caracteres poderiam ser guardados em caixas de madeira.

Como a escrita chinesa não é alfabética, os tipos eram organizados segundo as rimas. O grande número de caracteres nas línguas asiáticas dificultava a tarefa de arquivar e recuperar os caracteres. Mais tarde, os chineses chegaram a fundir letras em estanho e a abri-las em madeira [3.17], mas, no Oriente, os tipos móveis não chegaram a substituir o bloco de madeira cortado à mão.





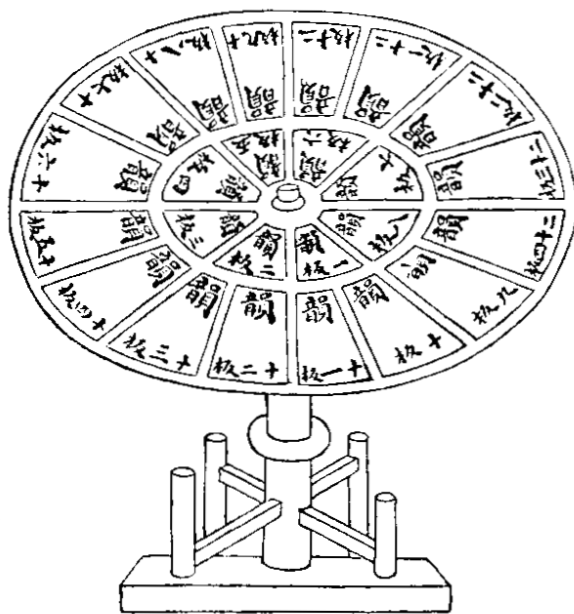
3.17 Tipos móveis chineses, c. 1300 aC. Este grupo de tipos entalhados em madeira variam, em tamanho, de cerca de 1,25 a 2,5 centímetros de altura.

Um esforço notável para fazer impressões a partir de tipos móveis de bronze teve início na Coreia sob o patrocínio do governo em 1403. Caracteres cortados de faias eram pressionados dentro de uma gamela cheia de areia fina, produzindo uma impressão em baixo-relevo. Uma tampa com furos era colocada sobre a impressão e vertia-se bronze derretido dentro dela. Após esfriado o bronze, formava-se um caracte

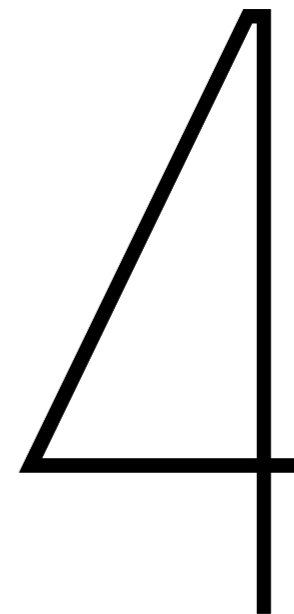
tere tipográfico. Esses caracteres de metal, naturalmente, eram menos frágeis do que os tipos de argila de Bì Sheng.

É curioso que o tipo móvel fosse inventado inicialmente em culturas cujos sistemas de linguagem escrita não eram constituídos por centenas, mas por milhares de caracteres. Com um total de mais de 44 mil caracteres, não admira que o tipo móvel jamais entrasse em uso generalizado no Extremo Oriente. Um esforço interessante para simplificar a classificação e a definição de tipos foi a invenção de uma mesa com um tampo giratório de 2,13 metros de diâmetro [3.18]. O tipógrafo podia sentar-se a essa mesa e girá-la para alcançar a seção com o caractere desejado.

Foi imensa a contribuição chinesa à evolução da comunicação visual. Durante o milenar período medieval da Europa, a invenção do papel e da impressão pela China se disseminou lentamente para o Ocidente, chegando à Europa quando começava o Renascimento. Esse período de transição na história europeia começou na Itália do século XIV e foi marcado por uma redescoberta do conhecimento clássico, um florescimento das artes e os primórdios da ciência moderna. Tudo isso contou com a ajuda da impressão.



3.18 Imagem xilográfica de uma caixa de tipos rotativa, c. 1313 dC. Esta ilustração curiosamente estilizada mostra a caixa rotativa projetada para dar mais eficiência à composição.



Manuscritos iluminados

A vibrante luminosidade da folha de ouro, quando refletia luz das páginas de livros escritos à mão, dava a sensação de uma página literalmente iluminada. Esse belo efeito deu origem ao termo *manuscrito iluminado*. Hoje ele é usado para todos os livros decorados e ilustrados à mão produzidos desde o final do Império Romano até que os livros impressos substituíssem os manuscritos depois que a tipografia foi desenvolvida na Europa por volta de 1450. Duas grandes tradições de iluminação de manuscritos são a oriental, nos países islâmicos, e a ocidental, na Europa, tendo origem na Antiguidade clássica. Os escritos sacros continham grande significado para judeus, cristãos e muçulmanos. O uso de embelezamento visual para difundir a palavra tornou-se muito importante, e os manuscritos iluminados eram produzidos com extraordinária atenção e sensibilidade em relação ao design.

A produção de manuscritos era dispendiosa e demorada. O pergaminho ou papel velino demandava horas para ser preparado e um livro volumoso podia exigir a pele de trezentas ovelhas. A tinta preta para as letras era preparada de fuligem fina ou negro de

fumo. Goma e água eram misturadas com giz sanguíneo ou vermelho para produzir tinta vermelha para cabeçalhos e marcas de parágrafo. Uma tinta marrom foi formulada a partir de “irongall”, mistura de sulfato de ferro e nozes-de-galha, que são excrescências do carvalho provocadas por larvas de vespa. As cores eram criadas de uma multiplicidade de matérias minerais, animais e vegetais. Um azul vibrante, profundo, era feito de lápis-lazúli, mineral precioso extraído apenas no Afeganistão, que ia parar em mosteiros tão distantes quanto os irlandeses. O ouro (e, com menor frequência, a prata) era aplicado de duas maneiras: às vezes era moído até virar pó e misturado para formar uma tinta dourada, mas esta deixava uma superfície ligeiramente granulada e, por isso, o método preferido de aplicação era martelar o ouro até transformá-lo numa lâmina fina e aplicá-lo sobre uma base adesiva. Polir para conseguir textura, bater e trabalhar com ferramentas de serralheria eram procedimentos comumente empregados sobre a folha de ouro para obter efeitos de desenho. Os livros eram encadernados entre placas de madeira normalmente revestidas de couro. Padrões decorativos eram aplicados trabalhando o couro e manuscritos litúrgicos importantes muitas vezes continham joias preciosas, trabalho em ouro e prata, desenhos esmaltados ou entalhes de marfim nas capas.

Durante o início da era cristã, praticamente todos os livros eram criados no *scriptorium* monástico ou escritório. O chefe do *scriptorium* era o *scrittore*, estudioso com boa formação, que entendia grego e latim e era tanto editor como diretor de arte, com responsabilidade geral pelo projeto e produção dos manuscritos. O *copista* era um letrista de produção que todo dia se curvava sobre uma mesa escrevendo página após página num estilo de inscrição de letras disciplinado. O *illuminator*, ou ilustrador, era um artista responsável pela execução do ornamento e da imagem em apoio visual ao texto. A palavra era suprema e o *scrittore* controlava o *scriptorium*. Ele fazia o leiaute das páginas para indicar onde as ilustrações deveriam ser acrescentadas depois de escrito o texto. Às vezes isso era feito com um ligeiro croqui, mas em geral uma anotação feita à margem instruíva o ilustrador sobre o que desenhar no espaço.

O *colofão* de um manuscrito ou livro é uma inscrição, normalmente no final, contendo fatos sobre sua produção. Em geral se identificavam o escriba, o designer ou, mais tarde, o impressor. Diversos colofões descrevem o trabalho do copista como difícil e cansativo. No colofão de um manuscrito iluminado, um escriba chamado George declarava: “Como o marinheiro anseia por um porto seguro ao fim de sua viagem, o escriba anseia pela última palavra”. Outro escriba, o prior Petris, descrevia a escrita como uma terrível provação que “enfraquece os olhos, faz doer as costas e juntar o peito ao estômago”. O leitor era então aconselhado a virar as páginas cuidadosamente e manter seu dedo longe do texto.

Além de preservar a literatura clássica, os escribas que trabalhavam nos mosteiros medievais inventaram a notação musical. É o que descreve Leo Treitler em seu livro *With Voice and Pen: Coming to Know the Medieval Song and How It Was Made* (Com voz e pena: conhecendo a canção medieval e como era feita) (Oxford, 2003). Já no século IX marcas de pontuação passaram a ser pouco a pouco usadas para denotar pausas e mudanças de tom para cânticos, chegando por fim à pauta de cinco linhas. Lance Hidy observou com acerto que, além da minúscula carolíngia e da adaptação dos algarismos árabicos, a notação musical é uma das contribuições mais importantes do design gráfico medieval.

A ilustração e a ornamentação não eram mera decoração. Os líderes monásticos tinham consciência do valor educacional das figuras e da capacidade do ornamento para criar nuances místicas e espirituais. A maioria dos manuscritos iluminados era pequena o bastante para caber num alforje. Essa portabilidade possibilitava a transmissão de conhecimento e ideias de uma região para outra e de um período para outro. A produção de manuscritos durante o curso de mil anos da era medieval criou um vasto repertório de formas gráficas, leiautes de página, estilos de ilustração e letras, e técnicas. O isolamento regional e a dificuldade de viajar resultavam numa disseminação muito lenta de inovações e influências, e com isso surgiram estilos regionais identificáveis. Algumas das mais distintas escolas de produção de manuscritos podem ser classificadas como grandes inovadoras do design gráfico.

O ESTILO CLÁSSICO

Na Antiguidade clássica, os gregos e romanos desenhavam e ilustravam manuscritos, mas poucos destes sobreviveram. O Livro dos Mortos egípcio provavelmente foi uma influência. Supõe-se que a fabulosa biblioteca grega em Alexandria, onde o final da cultura egípcia se encontrou com o início da cultura clássica, continha muitos manuscritos ilustrados. Um incêndio na época de Júlio César (100-44 aC) destruiu essa grande biblioteca e seus 700 mil pergaminhos. Nos poucos fragmentos de pergaminhos ilustrados que restaram, o método de leiaute apresenta inúmeras e pequenas ilustrações desenhadas com uma técnica precisa e simples e inseridas ao longo do texto. Sua constância cria uma sequência gráfica cinemática que até certo ponto lembra a história em quadrinhos contemporânea.

A invenção do pergaminho, muito mais durável que o papiro, e o formato códice, que aceitava tinta mais espessa porque não precisava ser enrolado, abriam novas possibilidades para o design e a ilustração. Fontes literárias referem-se a manuscritos em velino, tendo como *frontispício* um retrato do autor.

O mais antigo manuscrito ilustrado da Alta Antiguidade e início da era cristã é o Vergilius Vaticanus. Criado no final do século IV ou início do século V da era cristã, esse volume contém duas obras importantes do maior poeta de Roma, Públio Virgílio Maro (70-19 aC): suas *Geórgicas*, poemas sobre a vida agrícola e rural; e a *Eneida*, narrativa épica sobre Eneias, que abandonou as ruínas de Troia em chamas e partiu para fundar uma nova cidade no oeste. Nesta ilustração [4.1], duas cenas retratando a morte de Laocoonte, sacerdote punido com a morte por profanar o templo de Apolo, são apresentadas em sequência numa só imagem. À esquerda, Laocoonte se prepara calmamente para sacrificar um touro no templo de Poseidon, inconsciente da aproximação de duas serpentes no lago no canto superior esquerdo. À direita, Laocoonte e seus dois jovens filhos são atacados e mortos pelas serpentes.

No Vergilius Vaticanus é empregado um método de design equilibrado. O texto é escrito em maiúsculas rústicas precisas, com uma coluna larga em cada

uma das páginas. As ilustrações, emolduradas em faixas de cores vivas (frequentemente vermelho), têm a mesma largura que a coluna do texto. Elas são colocadas no alto, no meio e na base da página, adjacentes à passagem ilustrada. Existem seis ilustrações de página inteira e o ilustrador inscreveu os nomes das principais personagens sobre suas figuras à moda dos cartunistas políticos da atualidade.

O Vergilius Vaticanus é totalmente romano e pagão em sua concepção e execução. As letras são romanas e as ilustrações repetem as cores vivas e o espaço



ilusionista dos afrescos murais preservados em Pompeia. Esse método figurativo e histórico de ilustração de livros, tão parecido com a pintura romana tardia, combinado com maiúsculas rústicas, representa o *estilo clássico*. Foi usado em muitos manuscritos cristãos primitivos e caracteriza o desenho dos livros do período tardio de Roma.

4.1 O Vergilius Vaticanus, *A morte de Laocoonte*, início do século V. Duas cenas da vida de Laocoonte são mostradas em uma só ilustração.

4.2 Unciais do Evangelho de São Mateus, século VIII. Os traços arredondados eram feitos com a pena mantida na posição horizontal.

Após o colapso do Império Romano do Ocidente em 476, seguiu-se uma era de desarticulação e incerteza. As cidades degeneraram e tornaram-se pequenas aldeias; os funcionários abandonaram suas obrigações e mudaram-se para suas propriedades rurais; governo e direito deixaram de existir. A troca e o comércio entraram em depressão e quase desapareceram, pois as viagens se tornaram extremamente perigosas. As línguas regionais, costumes e divisões geográficas da Europa começaram a formar-se nesse período. A população geral debilitou-se no analfabetismo, pobreza e superstição.

A milenar era medieval durou da queda de Roma, no século V, até o Renascimento, no século XV. Os séculos que se seguiram ao declínio de Roma assistiram às influências bárbaras e romanas se combinando para produzir um repertório de design fecundo e multicolorido nas artes e ofícios. Embora a era medieval já tenha sido chamada de Idade das Trevas, nada havia de obscuro nos ofícios do período. O conhecimento e o ensino do mundo clássico se perderam quase por completo, mas a crença cristã nos escritos religiosos sagrados tornou-se o ímpeto dominante para a preservação e a confecção de livros. Os mosteiros cristãos eram os centros culturais, educacionais e intelectuais.

Já no século III, desenhos de página majestosos eram obtidos nos primeiros manuscritos cristãos tingindo-se o pergaminho com uma cor carregada e suntuosamente púrpura e as letras do texto em prata e ouro. Os artistas gráficos monásticos que produziam essas obras foram severamente repreendidos por São Jerônimo (c. 347-420), que, em seu prefácio a um Livro de Jó manuscrito, condenou a prática como uma extravagância inútil e perdulária.

A evolução dos estilos de letra se baseava numa busca contínua de construção de formas de letras mais simples, rápidas e fáceis de escrever. Duas novas técnicas importantes ganharam destaque durante o curso do fim da Antiguidade e início do período cristão. Ambas foram usadas sobretudo pela Igreja cristã do século IV ao século IX e mantiveram essa associação. Conforme mencionado anteriormente, as unciais [4.2], assim chamadas porque eram escritas entre as pautas que ficavam afastadas

INTERUIOS CONQU
DENS UNUS D ETU
ACISTER AD TULI PI

uma *úncia* (polegada) entre si, foram na verdade inventadas pelos gregos já no século III aC. Numa tableta grega de madeira de 326 da era cristã [2.12], são visíveis as características principais das unciais. As unciais maiúsculas arredondadas, traçadas livremente, eram mais adequadas à escrita rápida do que as maiúsculas quadradas ou rústicas. As curvas reduziam o número de pinceladas necessárias para fazer muitas formas de letras, e o número de junções angulares – que tendem a ficar congestionadas ou obstruídas pela tinta – tinha significativamente diminuído. Certas letras no estilo uncial ameaçavam desenvolver *ascendentes* (hastes que se elevam acima da pauta superior) ou *descendentes* (hastes descendo abaixo da linha de base), mas o design permaneceu o de uma letra maiúscula ou capitular. Um passo adiante no desenvolvimento de minúsculas (formas pequenas de letra ou “caixa-baixa”) foi a semiuncial ou meia-uncial [4.3]. Eram usadas quatro pautas em

de illo dicitur quem mittit
in terra semina sicut in campo
quia seminat in terra sicut in campo

lugar de duas, e admitia-se que os traços subissem ou descessem bastante em relação às duas linhas principais, criando verdadeiras ascendentes e descendentes. A pena era segurada completamente paralela à pauta, o que dava às formas um forte eixo vertical. As semiunciais eram fáceis de escrever e tinham maior legibilidade porque a diferenciação entre as letras era maior. Embora surgissem algumas semiunciais no século III da era cristã, elas apenas prosperaram no final do século VI.

4.3 Semiunciais, século VI. Este exemplar, escrito em um mosteiro na Itália meridional, demonstra o surgimento de ascendentes e descendentes.

O DESIGN CELTA DE LIVROS

O período do colapso de Roma até o século VIII foi um tempo de migração e convulsão em toda a Europa, à medida que diferentes tribos étnicas lutavam por território. Esses tempos inquietos foram as décadas mais obscuras da era medieval. Mas as hordas nômades de bárbaros germânicos não invadiram a ilha da Irlanda, confinada num canto distante da Europa, e os celtas que lá viviam desfrutaram relativo isolamento e paz. No início do século V da era cristã, o lendário São Patrício e outros missionários começaram rapidamente a converter os celtas ao cristianismo. Numa fascinante combinação de cultura e religião, os templos pagãos foram convertidos em igrejas e os ornamentos celtas foram aplicados a cálices e sinos levados para a Irlanda pelos missionários.

O design celta é abstrato e extremamente complexo; desenhos geométricos lineares se entrelaçam, torcem e preenchem um espaço com espessas texturas visuais e cores claras e puras são utilizadas em estreita justaposição. Essa tradição artesanal celta de padrões decorativos intrincados e altamente abstratos foi aplicada ao design de livros nos *scriptoria* monásticos e surgiu um novo conceito e imagem do livro. Uma série de manuscritos contendo as quatro narrativas da vida de Cristo é o apogeu do design de livros celta. Inicialmente se supunha que o *Book of Durrow* (Livro de Durrow) fora criado na Irlanda, mas hoje ele é tido como originário das ilhas britânicas e escrito e decorado por escribas irlandeses.

Os *Lindisfarne Gospels* (Evangelhos de Lindisfarne), escritos antes de 698 da era cristã por Eadfrith, bispo de Lindisfarne, representa o pleno florescimento do estilo celta. A obra-prima da época é o *Leabhar Cheanannais* (Livro de Kells), criado no mosteiro insular de Iona por volta do ano 800. Horas incontáveis de trabalho foram despendidas em cada uma de suas páginas, cujas cores e formas vibrantes estão em incrível contraste com o ambiente austero, recluso e regrado pelo silêncio encontrado no *scriptorium* monástico.

Havia três maneiras de utilizar o ornamento: molduras ou margens ornamentais eram criadas para cercar ilustrações de página inteira [4.4]; as páginas de abertura de cada evangelho e de outras passagens



importantes eram selecionadas para receber iluminuras, particularmente no desenho de capitulares ricamente adornadas [4.5]; e páginas inteiras de desenho decorativo chamadas de páginas-tapete (*carpet pages*) eram atadas dentro do manuscrito. Esse nome se desenvolveu porque o desenho densamente preenchido teve seus padrões intrincados associados aos tapetes orientais. Como evidência uma página-tapete dos *Lindisfarne Gospels* [4.6], uma cruz celta do século VII – ou outro motivo geométrico – tornava-se uma forma ordenadora que conferia estrutura aos entrelaçados e lacertilhos que preenchiam o espaço. O *entrelaçado* era uma decoração bidimensional formada por várias fitas ou tiras tecidas num desenho complexo e normalmente simétrico. É evidente que eram utilizados instrumen-

4.4 O *Book of Durrow*, o homem, símbolo de Mateus, 68o. Chapada como uma pintura cubista e construída a partir de formas geométricas simples, esta figura, ao lado da página de abertura do Evangelho de São Mateus, veste um padrão xadrez com quadrados vermelhos, amarelos e verdes e texturas desenhadas em forma de azulejos.

4.5 O *Book of Durrow*, página de abertura, o Evangelho de São Marcos, 68o. Vinculados numa ligatura, um "I" e um "N" se tornam uma forma estética de linhas entrelaçadas e motivos enrolados em espiral.



tos de traçado para construir muitos dos desenhos dos manuscritos celtas. Entrelaçados criados por formas animais eram chamados de *lacertílios*. A maioria das formas ou era criada pela imaginação ou baseada em modelos anteriores. A cuidadosa observação da natureza não era exigida do designer ou ilustrador celta.

À medida que as décadas se passavam, nos livros mais novos as grandes capitulares nas páginas de abertura se tornavam maiores. Sua integração com o restante do texto era um problema de design desafiador. Os monges o resolveram com um princípio gráfico chamado *diminuendo*, que é uma escala



4.6 Os *Lindisfarne Gospels*, página-tapete ao lado da página de abertura de São Mateus, c. 698. Um grid perfeito sob lacertílios de pássaros e quadrúpedes propicia estrutura para as áreas com texturas. Uma cruz de contornos vermelhos, com botões" circulares brancos, confere estabilidade atemporal a sua agitada energia.

4.7 O *Leabhar Cheanannais*, a página *Chi-Rô*, 794-806. Em meio às complexas espirais e lacertílios, o artista desenhou treze cabeças humanas, dois gatos, dois ratos calmamente observando dois outros ratos disputando uma hóstia, e uma lontra segurando um salmão.



decrecente de informação gráfica. Na página de abertura do Evangelho de São Marcos no *Book of Durrow*, as primeiras letras da palavra *Initium* criam um grande monograma que avança pela página abaixo. A capitular dupla é seguida, em tamanho decrescente, por uma capitular menor, as últimas quatro letras da primeira palavra, as duas palavras seguintes e o texto. Essa escala descendente une a capitular ao texto. Linhas de S ou pontos vermelhos ligam cada linha de texto à inicial e promovem a unificação dos elementos. O padrão de pontos vermelhos transforma as três primeiras letras em retângulos e contorna as primeiras letras de cada versículo. O resultado é um harmonioso sistema visual. Esses pontos vermelhos eram usados em abundância e aguadas de aquarela geralmente preenchiam os espaços negativos dentro e entre as letras. Os pigmentos eram às vezes tratados de maneira densa e opaca; outras vezes eram finos e tão translúcidos quanto verniz.

Nos Evangelhos o nome de Cristo é mencionado pela primeira vez no versículo dezoito do primeiro capítulo de Mateus. O iluminador criou uma explosão gráfica usando o monograma *XPI*. Essa combinação de letras – usada para escrever Cristo nos manuscritos – é chamada de *Chi-Rô*, em função das duas primeiras letras da palavra grega para Cristo, *chi* (x) e *rô* (p). A *Chi-Rô* no *Leabhar Cheanannais* [4.7] é composta de cor reluzente e forma intrincada e convoluta desabrochando por uma página inteira. Os autores dos quatro evangelhos foram representados por seres simbólicos [4.8]. Representar São Marcos por um leão, São Lucas por um boi e São João por uma águia é parte de uma tradição pagã que tem sua origem na cultura egípcia.

Uma inovação radical no design dos manuscritos celtas foi deixar um espaço entre as palavras para permitir ao leitor separar mais depressa a feira de letras em palavras. A escrita semiuncial viajou para a Irlanda com os primeiros missionários e foi sutilmente redesenhada na *scriptura scottica* – ou *escrita insular* [4.5 – 4.9], como é hoje chamada – para adequar-se às tradições visuais locais. Essas meio-unciais tornaram-se o estilo nacional de desenho de letras na Irlanda e são ainda utilizadas para escritos especiais e como um estilo tipográfico. Escritos com a caneta ligeiramente inclinada, os caracteres plenos,

4.8 O *Leabhar Cheanannais*, símbolos para autores dos quatro evangelhos, c. 794-806. Alados e estilizados beirando a abstração, o homem de Mateus, o leão de Marcos, o boi de Lucas e a águia de João flutuam em quatro retângulos envoltos em uma moldura densamente ornamentada.



4.9 O *Leabhar Cheanannais*, página de texto com capitulares ornamentais, c. 794-806. A notável originalidade das centenas de capitulares ilustradas é sugerida pela multiplicidade de formas imaginativas nas seis capitulares desta única página.



arredondados, possuem um forte arco, com as ascendentes curvando-se para a direita. Um pesado triângulo pousa no topo das ascendentes e a barra horizontal da última letra da palavra, particularmente *e* ou *t*, se projeta no espaço entre as palavras. A página de texto do *Leabhar Cheanannais* mostra o cuidado com que as letras da escrita insular eram feitas. Os caracteres são frequentemente ligados na linha média ou na linha de base.

Por ironia, essas semiunciais maravilhosas, cuidadosamente grafadas, transmitem um texto descuidado e contêm erros ortográficos e interpretações errôneas. Mesmo assim, o *Leabhar Cheanannais* é o auge da iluminação celta. Seu design nobre tem margens generosas e capitulares enormes. Muito mais ilustrações de página inteira do que em qualquer

outro manuscrito celta são executadas com notável densidade e complexidade de forma; mais de 2100 capitulares adornadas fazem de cada página um deleite visual. No curso de suas 339 folhas, as sentenças intermitentemente desabrocham em iluminuras de página inteira.

A esplêndida escola celta de design de manuscritos terminou abruptamente antes que o *Leabhar Cheanannais* fosse concluído. Em 795, invasores do norte surgiram pela primeira vez na costa irlandesa e seguiu-se um período de conflitos intensos entre os celtas e os viquingues. Tanto Lindisfarne como Iona, sedes dos dois maiores *scriptoria* da história medieval, foram destruídas. Quando os invasores nórdicos congestionaram a ilha de Iona, onde o *Leabhar Cheanannais* estava sendo concluído no *scriptorium*

monástico, os monges em fuga o levaram para Kells e ali continuaram a trabalhar nele. Apenas se pode conjecturar se majestosos manuscritos iluminados foram perdidos ou não, ou que volumes esplendorosos poderiam ter sido concebidos caso a paz e a estabilidade tivessem continuado para os celtas da Irlanda.

A RENOVAÇÃO GRÁFICA CAROLÍNGIA

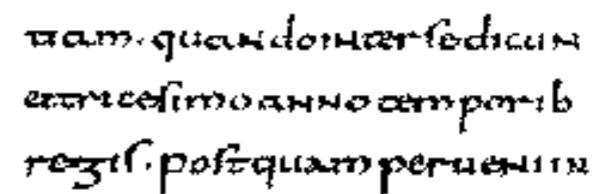
Quando Carlos Magno (742-814), rei dos francos desde 768 e principal monarca da Europa Central, levantou-se após a prece na catedral de São Pedro em Roma, no dia de Natal de 800, o papa Leão III (m. 816) o coroou e declarou imperador do que passou a ser conhecido como Sagrado Império Romano. A totalidade da Europa central foi unificada sob Carlos Magno em um império que não era romano nem particularmente sagrado. Mesmo assim, o império tentava recapturar a grandeza e a unidade do Império Romano em uma federação germânica e cristã. Além de restabelecer o conceito de império do Ocidente, Carlos Magno introduziu o sistema feudal, em que os nobres proprietários de terra detinham poder ditatorial sobre os camponeses que labutavam nos campos, num esforço para trazer a ordem à caótica sociedade medieval.

Embora segundo algumas versões ele fosse analfabeto exceto para assinar seu nome, Carlos Magno fomentou uma restauração do ensino e das artes. A Inglaterra do século VIII havia assistido a muita atividade intelectual, e Carlos Magno recrutou o erudito inglês Alcuíno de York (c. 732-804) para vir ao seu palácio em Aachen (na atual Alemanha) e fundar uma escola. Exceto pela tradição celta de modelagem, o design de livros e a iluminação haviam refluído para uma maré baixa na maior parte da Europa. As ilustrações eram toscamente desenhadas e compostas e a escrita se tornara localizada e indisciplinada nas mãos de escribas de fraca formação. Muitos manuscritos eram de leitura difícil, se não impossível. Carlos Magno ordenou uma reforma por decreto real em 789. Na corte em Aachen, uma *turba scriptorium* (“multidão de escribas”, como Alcuíno os chamou) foi reunida para preparar cópias mestras de importantes textos religiosos. Em

seguida, livros e escribas foram despachados por toda a Europa para disseminar as mudanças.

Intentou-se a padronização do leiaute de páginas, estilo de escrita e decoração. Esforços para reformar o alfabeto tiveram sucesso. Como modelo, foi escolhida a grafia comum de escrita do final da Antiguidade, combinada com inovações celtas – entre as quais o uso de quatro pautas, ascendentes e descendentes – e moldada em letras manuscritas uniformes e ordenadas chamadas de minúsculas carolíngias [4.10].

A minúscula carolíngia é a precursora das minúsculas de nosso alfabeto contemporâneo. Esse conjunto preciso de letras era prático e fácil de escrever. Os caracteres eram afastados em lugar de unidos e o



número de ligaturas foi reduzido. Grande parte da escrita havia se tornado garrancho borrado; o novo alfabeto restabeleceu a legibilidade. A minúscula carolíngia passou a ser o padrão em toda a Europa durante certo tempo, mas, à medida que décadas se passaram, a escrita em muitas áreas derivou para características regionais. As capitulares romanas foram estudadas e adotadas para cabeçalhos e iniciais de grande beleza. Elas não eram caligráficas, mas cuidadosamente desenhadas e construídas com mais de um traço. O uso de um alfabeto dual (minúsculas e maiúsculas) não foi inteiramente desenvolvido da maneira que usamos hoje, mas um processo nessa direção havia começado. Além das reformas gráficas, a corte em Aachen revisou a estrutura de sentenças e parágrafos, bem como a pontuação. A restauração carolíngia da erudição e do ensino interrompeu uma perda grave de conhecimento humano e de escritos que vinha ocorrendo durante o início do período medieval.

Quando os primeiros manuscritos do período final da Antiguidade e da cultura bizantina foram importados para estudo, os iluminadores ficaram chocados e admirados quando viram o naturalismo

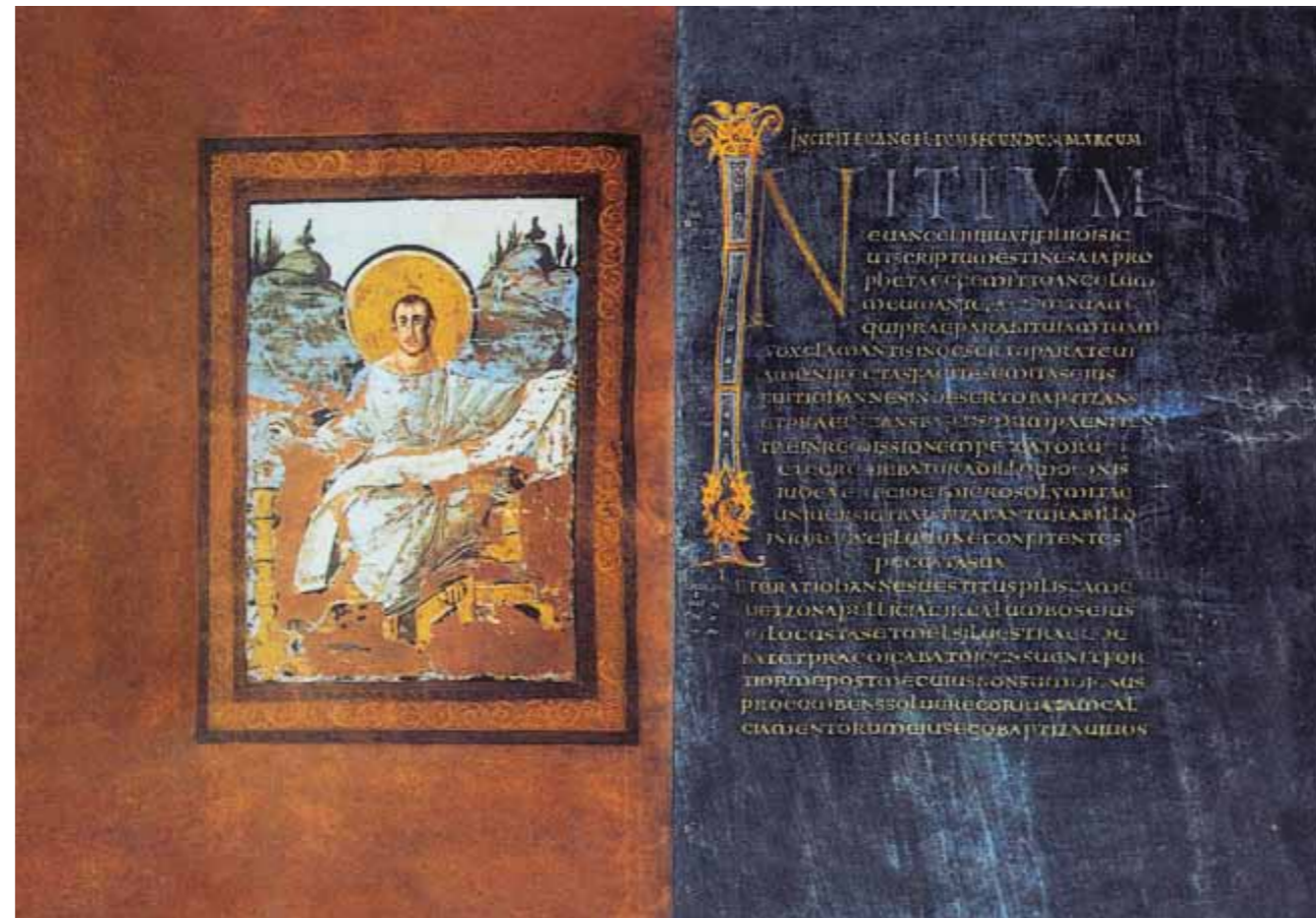
4.10 Minúsculas carolíngias da Bíblia de Alcuíno, século IX. Este novo estilo de escrita era caracterizado por uma economia de execução e boa legibilidade.

e a ilusão de profundidade nas ilustrações. O estilo bidimensional subitamente pareceu antiquado em face desse estilo “quadro-janela”, no qual o espaço recuava da página a partir de uma moldura decorativa e as roupas pareciam ocultar as formas das figuras humanas vivas. Carecendo da habilidade ou do conhecimento básico dos artistas da Antiguidade, os iluminadores carolíngios começaram a copiar essas imagens com resultados às vezes irregulares. A herança clássica era restaurada à medida que o desenho preciso e as técnicas ilusionistas eram dominados por alguns iluminadores. Imagens figurativas e ornamentos, que haviam se misturado desordenadamente na iluminação medieval anterior, separavam-se em distintos elementos de design.

Em um livro manuscrito como os Evangelhos da Coroação [também conhecidos como Schatzkammer Gospels] [4.11], projetado e produzido na corte de Carlos Magno no final do século VIII, emerge uma elegância clássica, ainda que um tanto primitiva. As duas páginas opostas são unificadas por margens idênticas. As iniciais imitam as monumentais versais romanas e o texto parece se basear de perto na escrita insular da Irlanda. As capitulares rústicas são usadas para materiais complementares, como listas de capítulos, palavras introdutórias e prefácios. Não se sabe se esse livro foi projetado, escrito e iluminado por escribas trazidos da Itália, da Grécia ou de Constantinopla. Os seus criadores entenderam os métodos de escrita de letras e pintura da cultura clássica. A lenda diz que, no ano 1000, o imperador Oto III (980-1002), do Sagrado Império Romano, viajou para Aachen, abriu a tumba de Carlos Magno e o encontrou sentado num trono com os Evangelhos da Coroação em seu colo.

EXPRESSIONISMO FIGURATIVO ESPANHOL

Na península espanhola, isolada do resto da Europa por montanhas, os *scriptoria* não vivenciaram o impacto inicial da renovação carolíngia. Em 711, um exército mouro sob o governador árabe de Tânger atravessou o Estreito de Gibraltar e esmagou o exército espanhol. Entre as baixas do combate estava até o rei da Espanha. Os colonizadores mouros mesclaram



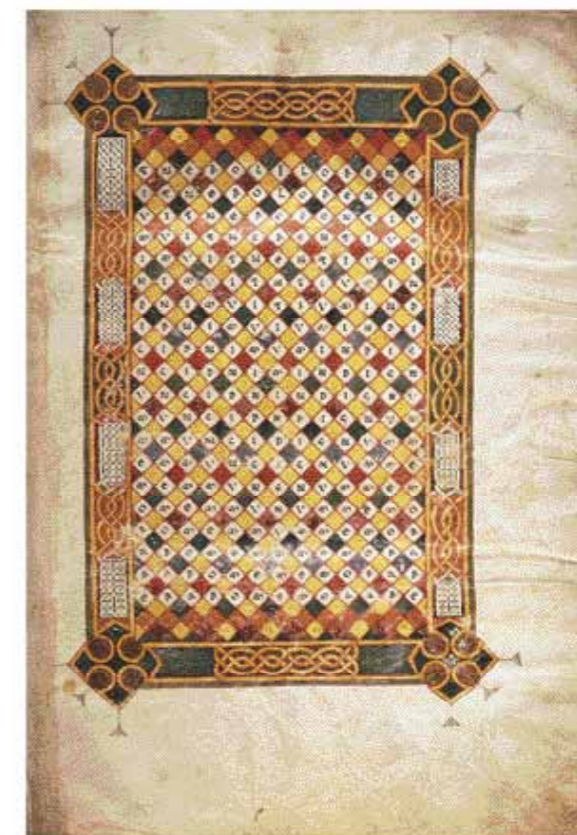
motivos islâmicos com tradições cristãs para criar manuscritos visualmente excepcionais.

Diversos motivos de desenho islâmico se insinuaram nos manuscritos cristãos espanhóis. Usavam-se formas chapadas de cor intensa, às vezes salpicadas por estrelas, rosetas, polígonos ou guirlandas em cores de contraste vibrante. O desenho plano, esquemático, tinha contornos proeminentes. A cor agressiva bidimensional criava uma intensidade frontal que obliterava toda sugestão de atmosfera ou ilusão. Uma tradição pagã de animais totêmicos remonta, através da África Setentrional islâmica, à antiga Mesopotâmia, e essas criaturas horripilantes empinavam suas cabeças assustadoras nas iluminuras espanholas. Molduras decorativas encerravam a maioria das ilustrações, com padrões intrincados evocando os

desenhos geométricos de colorido vivo aplicados na arquitetura mourisca em treliça e adornos moldados e cinzelados.

Havia um fascínio por desenhos de geometria emaranhada e cores puras e intensas. No labirinto comemorativo dos *Moralia in Iob* (Comentários sobre Jó) do papa Gregório, de 945, o escriba Florentius desenhou uma *página labirinto* [4.12] contendo as palavras *Florentius indignum memorare*, que pedia modestamente ao leitor para “lembrar-se do indigno Florentius”. A humildade de Florentius é desmentida pelo tratamento gráfico deslumbrante e pelo posicionamento em oposição ao monograma de Cristo. Arranjos labirínticos de mensagens comemorativas datam da antiga Grécia e Roma e eram muito populares nos manuscritos medievais.

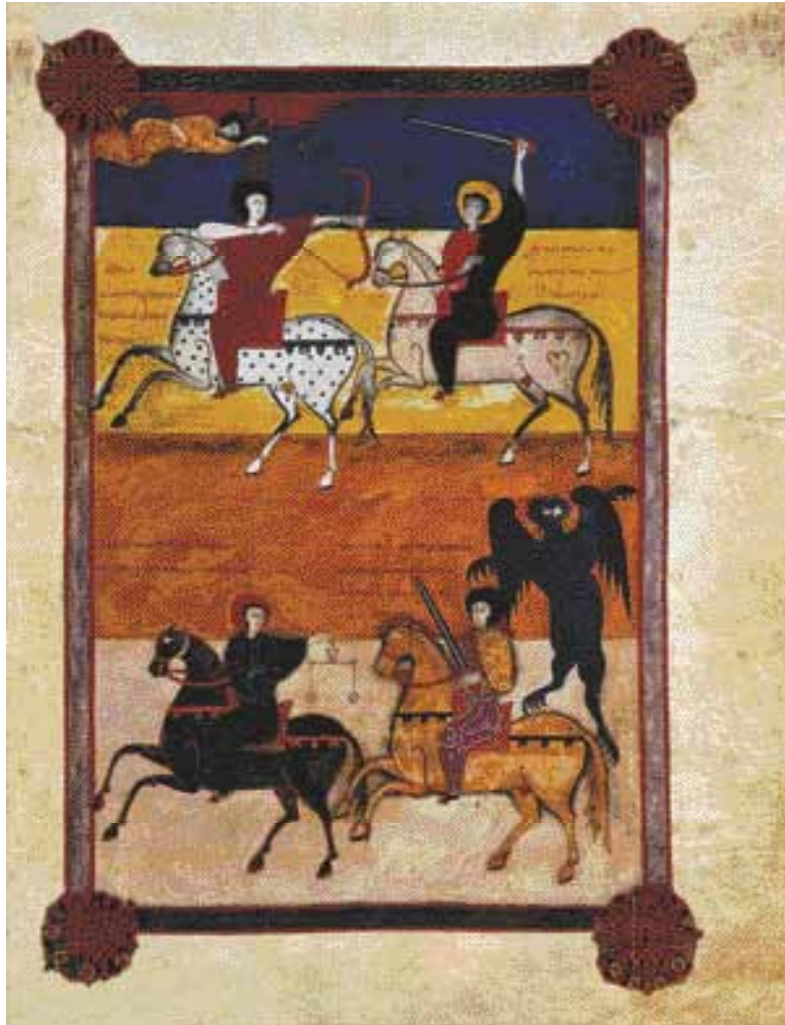
Para o fiel medieval, a vida não passava de um prelúdio à salvação eterna, se o indivíduo conseguisse triunfar na batalha entre o bem e o mal que assolava a terra. Explicações sobrenaturais ainda eram atribuídas aos fenômenos naturais não compreendidos; eclipses, terremotos, pragas e fome eram vistos como sinistros avisos e punições. O povo acreditava que uma terrível destruição aguardava a terra conforme anunciado pelo Livro do Apocalipse, que sugeria uma data: “Quando os mil anos tiverem expirado”, como um tempo provável para o Juízo Final. Muitos consideravam o ano 1000 como o provável fim do mundo; a preocupação aumentava à medida que o ano se aproximava. Entre inúmeras interpretações do Apocalipse, o *Commentaria in Apocalypsin*, de Beatus (Comentário de Beatus sobre o Apocalipse de São João o Divino), era de leitura generalizada. O monge Beatus (730-798) de Liebana, no norte da Espanha, escreveu essa pungente inter-



4.11 Evangelhos da Coroação, páginas de abertura do Evangelho de São Marcos, c. 800. O autor está representado em meio a uma paisagem natural em uma página de pergaminho manchada por tons escuros de carmesim; a página oposta é manchada por fortes tons purpúreos e com letras em ouro.

4.12 Labirinto comemorativo de *Moralia in Iob*, 945. Começando no centro da linha superior, a inscrição é lida para baixo, para a esquerda e para a direita, estabelecendo um labirinto de letras.

pretação em 776. Os artistas gráficos davam forma visual ao temível fim do mundo em inúmeros exemplares escritos e ilustrados em toda a Espanha. A sentença monástica *Pictura est laicorum literatura* (O quadro é a literatura do leigo) evidencia a motivação para ilustrações que transmitiam informa-



4.13 Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse do Beato de Fernando e Sancha, 1047. Ao contrário de outros intérpretes do Apocalipse, Beato via o primeiro cavaleiro como enviado de Deus, cujas setas perfuram o coração dos infiéis.

ções aos iletrados. Combinando profecia cristã e influências mouriscas, elas encontraram admirável sucesso. O *Commentaria in Apocalypsin* é adornado com imagens expressivas e as figuras assumiram importância comparável à dos textos. Eram frequentes as ilustrações de página inteira.

Mais de sessenta passagens diferentes são ilustradas nos 23 exemplares que restaram. Descrições sombrias, simbólicas, desafiavam a mente do artista à medida que a interpretação de Beatus para essa profecia era visualizada. É a mais contundente interpretação do Apocalipse em arte gráfica antes das complexas ilustrações de Albrecht Dürer em xilogravuras no início do século XVI [6.13].

Em 999, na véspera do Ano-Novo, muitos europeus se reuniram para aguardar o Juízo Final. Conta-se que muitos passaram a noite nus sobre o telhado de suas casas à espera do fim. Quando nada aconteceu, novas interpretações foram feitas da expressão “mil anos” e cópias manuscritas do *Commentaria*, de Beatus, continuaram a ser produzidas. No magistral Beato de Fernando e Sancha de 1047, o escriba e iluminador Facundo desenhou figuras esquemáticas encenando a tragédia final em um espaço quente e sufocante criado por faixas horizontais chapadas de matiz puro. A cor espessa é limpa e vibrante. Amarelo de cromo, azul cobalto, ocre vermelho e verde vivo chocam-se em contrastes estridentes. Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse [4.13], tradicionalmente a Guerra, a Fome, a Peste e a Morte, avançam a cavalo para espalhar seu terror sobre o mundo.

No Apocalipse 8:12 se lê: “E o quarto Anjo soou... Um terço do sol, um terço da lua e um terço das estrelas foram atingidos, de modo que uma terça parte deles se ofuscou: o dia perdeu um terço de sua luz, bem como a noite” [4.14]. O sol e a lua são um terço brancos e dois terços vermelhos, para ilustrar que um terço de cada um havia desaparecido. Uma águia sinistra voa para o espaço gritando: “Ai, ai, ai dos que moram na terra”. Como um símbolo icônico, esse anjo está muito distante do puro anjo branco da esperança da imaginária cristã posterior. Inspirado por palavras do Apocalipse, “sou o alfa e o ômega, o princípio e o fim”, Facundus desenhou a primeira página do Beato de Fernando e Sancha como um enorme alfa (a primeira



4.14 O quarto anjo do Beato de Fernando e Sancha, 1047. As penas da asa são afiadas e ameaçadoras como punhais. A trombeta, as asas e a cauda introduzem um contraponto angular nas faixas horizontais de cor.

letra do alfabeto grego) iluminado e a última página como um enorme ômega (a última letra) iluminado.

Durante o início do século XI, o equilíbrio de poder na Espanha oscilou dos mouros para os cristãos. As comunicações com outros países europeus melhoraram e o design gráfico espanhol inclinou-se para a corrente principal do continente, que se desenvolvia a partir do estilo carolíngio. As imagens expressionistas que preenchiam Bíblias, comentários e, mais especificamente, o *Commentaria*, de Beatus, deram lugar a outras abordagens gráficas.

OS MANUSCRITOS ROMÂNICOS E GÓTICOS

O período românico (c. 1000-1150) assistiu a um renovado fervor religioso e a um feudalismo ainda mais forte. Os europeus lançaram cerca de dez cruzadas num vigoroso esforço para conquistar as Terras Santas. A vida monástica alcançou seu pico e grandes livros litúrgicos – Bíblias, Evangelhos e salmos – eram produzidos nos florescentes *scriptoria*. Pela primeira vez, parecia possível o surgimento de características de projeto universais, à medida que as ideias visuais



4.15 A multidão venerando Deus, do Douce Apocalypse, 1265. São João, o repórter errante da destruição final, é mostrado à esquerda da cena, perscrutando, curioso, a imagem retangular.

iam e voltavam pelas rotas de peregrinação. A restauração ilusionista da era carolíngia deu lugar a uma nova ênfase no desenho linear e a uma disposição para distorcer figuras e fundi-las no desenho global da página. A representação da profundidade se tornou ainda menos importante e as figuras eram colocadas contra panos de fundo de folha de ouro ou padrões texturizados.

Ao longo da metade do século XII o período românico evoluiu para o gótico, que durou de 1150 até o começo do Renascimento europeu na Itália do século XIV. Esse período de transição assistiu à restrição do poder dos senhores feudais por leis sensatas. Vilas e aldeias se convertiam em cidades. A agricultura dava lugar ao comércio internacional como fundamento do poder político e o dinheiro substituiu a terra como indicador principal de riqueza. A sociedade europeia era lentamente transformada. Particularmente na França e Inglaterra, as monarquias eram apoiadas por nobres poderosos, possibilitando o surgimento de governos centrais mais estáveis. A incerteza e o medo, durante séculos companheiros cotidianos dos povos medievais, diminuía à medida que o ambiente social e econômico se tornava mais previsível, superando as condições totalmente inconsequentes que reinaram nos tempos românicos.

No decurso do século XIII, a ascensão das universidades criou um mercado crescente para os livros. Dos 100 mil residentes em Paris, por exemplo, 20 mil eram estudantes que afluíam à cidade para frequentar a universidade. A capacidade de ler e escrever estava em alta e iluminadores profissionais leigos surgiram para ajudar a atender à demanda crescente por livros.

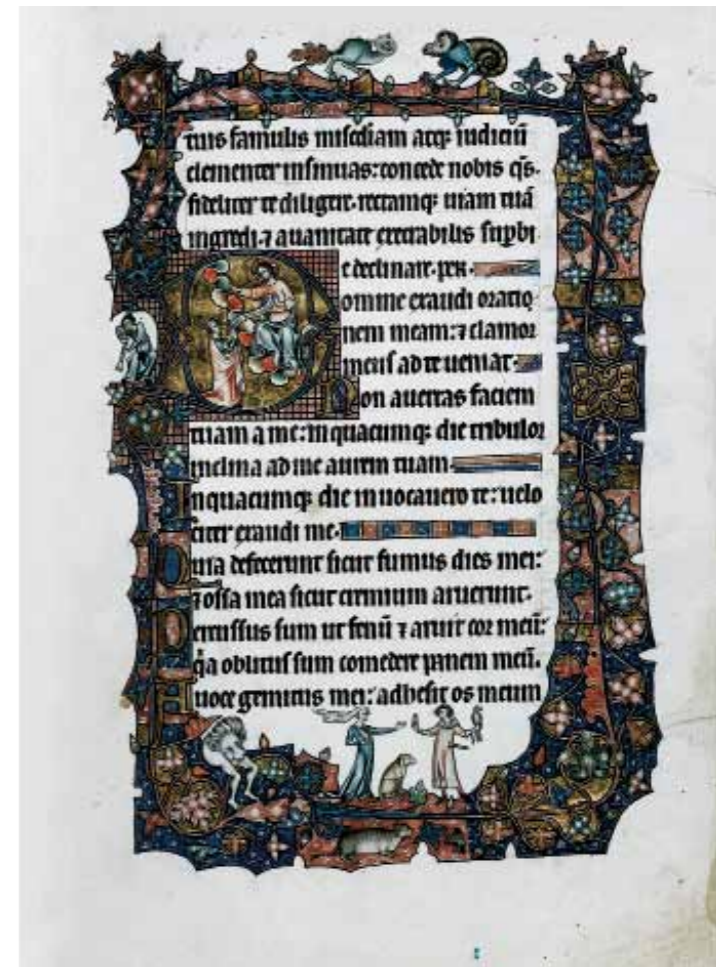
O Livro do Apocalipse teve um surto de inexplicável popularidade na Inglaterra e na França durante o século XIII. Um *scriptorium* em Saint Albans com elevados padrões artísticos parece ter desempenhado papel de destaque nesse desenvolvimento. Pelo menos 93 cópias do Apocalipse que sobreviveram são desse período. Um naturalismo direto ancorado mais neste mundo do que num mundo futuro suplantava o horror e a ansiedade das primeiras edições espanholas.

O Douce Apocalypse (Doce Apocalipse) [4.15], escrito e ilustrado por volta de 1265, é uma das muitas obras mestras da iluminação gótica. Cada uma das

cem páginas ilustradas (três estão perdidas) tem uma ilustração acima de duas colunas de texto maravilhosamente grafado. O escriba utilizou um estilo de letra cuja repetição de verticais coroadas por serfas pontiagudas já foi comparada a uma cerca de ripas. *Textura* (do latim *texturum*, no sentido de tecido ou textura urdida) é o nome preferido para esse modo dominante de letras góticas. Outros termos, como o *lettre de forme* francês e o *blackletter* e *Old English* inglês, são vagos e equívocos. Em sua época, a textura era chamada de *littera moderna* (termo latino para “letra moderna”). A textura era muito funcional, pois todos os traços verticais de uma palavra eram feitos primeiro, sendo depois adicionados as serfas e os outros traços necessários para transformar o grupo de verticais numa palavra. Traços arredondados eram quase eliminados. As letras e os espaços entre elas eram estreitados em um esforço para poupar espaço no precioso pergaminho. O efeito global é o de uma densa textura negra.

Em cada página do Douce Apocalypse foi deixado um quadrado livre no canto superior esquerdo para uma inicial, mas essas letras não chegaram a ser adicionadas. Algumas ilustrações, desenhadas mas nunca pintadas, mostram um traço regular de grande sensibilidade e decisão. As ilustrações são divididas em segmentos por meio de elaboradas molduras. Na ilustração para a última passagem do sétimo capítulo do Apocalipse, a multidão triunfante em togas brancas que sobreviveu à grande tribulação é mostrada circundando um Deus de aparência muito humana com seu Cordeiro. A toga azul-celeste e o manto marrom ferrugem de São João dão o tom para uma paleta suave de azuis, verdes, vermelhos, marrons, cinzas e amarelos.

O Douce Apocalypse representa uma nova linguagem de livro ilustrado que estabeleceu o design de página dos livros xilogravados do século XV, surgidos após a imprensa chegar à Europa. Não se conhecem o escriba nem o iluminador; de fato, existem debates entre os estudiosos em torno de ter sido esse livro criado na Inglaterra ou na França. Essa indistinção de origem nacional evidencia a tendência rumo a um estilo gótico internacional que perpassou o período gótico tardio. Ele se caracteriza por figuras alonga-



4.16 Página do Salmo de Ormesby, c. início do século XIV. Decoração, ilustração e capitulares são reunidas em uma única moldura de texto complexa. Vermelho e azul prevalecem em muitos manuscritos do período gótico tardio.

das que se erguem num movimento vertical, muitas vezes trajando costumes elegantes e populares ou togas soltas. Embora as figuras sejam alçadas na vertical, há uma convicção de peso sólido, quase monumental, e uma expressão de dignidade humana. Um naturalismo maior era visto em temas humanos, animais e botânicos. Elementos dos estilos nacionais de vários países eram combinados e números crescentes de encomendas para livros privados, particularmente de clientes da realeza, permitiam a escribas e iluminadores viajar e disseminar convenções e técnicas artísticas.

Os livros litúrgicos do fim da era medieval ostentavam projetos extraordinários. O Salmo de Ormesby [4.16], criado durante o início do século XIV na Inglaterra,

terra, é um exemplar magnífico. Sua generosa altura de 33,6 centímetros dava margem para capitulares ilustradas contendo cenas bíblicas sobre fundos de folha de ouro. O texto em tamanho grande é escrito no estilo textura e circundado por uma moldura intrincada com capitulares em padrão decorativo e abundante *marginália*, que são considerados como deixas visuais sugerindo parábolas e histórias adequadas para o pastor contar à congregação após concluir a leitura das Escrituras. A página ilustrada na figura 4.16 tem no topo uma coruja/cavalo conferenciando com um homem/caracol. Na base, um demônio observa, complacente, um noivado. A jovem donzela estende avidamente a mão para o anel de noivado do falcoeiro; o gato e rato simbólicos abaixo do casal sugerem que alguém está sendo vitimado. A vida cotidiana das pessoas migrara para as margens dos livros religiosos. Alguns historiadores viram nisso uma indicação inicial de aproximação do humanismo do Renascimento, com sua preocupação com a qualidade da vida humana na Terra.

MANUSCRITOS JUDAICOS

Após o Exílio babilônico em 587 aC, e novamente após os romanos aniquilarem as revoltas judaicas no ano 70 e 135 da era cristã, a população judia em Israel foi dispersada. Em seguida à segunda revolta contra os romanos, Israel deixou de existir como entidade política. O povo, a religião e a cultura judaicas viviam na Diáspora (termo de origem grega para “dispersão” ou “debandada”). Os manuscritos iluminados que deles sobreviveram, produzidos em toda a Europa durante a época medieval, são preciosas obras-primas do design gráfico. A crença comum de que as tradições judaicas rejeitavam a arte figurativa não é totalmente verdadeira. O embelezamento artístico por motivos educacionais ou para adornar objetos religiosos, inclusive os manuscritos, era incentivado como meio de manifestar reverência por objetos e escritos sagrados.

Muitos dos mais refinados manuscritos iluminados judaicos são *Haggadot* (hagadás), contendo literatura judia religiosa, como casos e provérbios histó-



ricos – especialmente a saga do êxodo judeu do Egito. O Hagadá de Washington [4.17] é um representante exemplar do gênero. É um dos onze manuscritos iluminados conhecidos criado pelo prolífico artista e escriba Joel ben Simeon, que trabalhou no norte da Itália e na Alemanha durante o final do século xv. A caligrafia hebraica magistralmente executada, muitas vezes acompanhada por iniciais de ouro sobre placas ornamentadas em azul luminoso, ocupa a área central de cada página. A palavra era suprema; as figuras desempenhavam papel coadjuvante e eram empurradas para margens generosas nas laterais ou na base. Ben Simeon desenhou suas ilustrações utilizando uma técnica de caneta e tinta colorida delicadamente detalhada. Desenhos de pessoas, animais e pássaros são executados com grande sensibilidade.

Os manuscritos judaicos iluminados são relativamente raros, mas os exemplares que restaram evidenciam notável erudição, ilustrações meticulosas e beleza caligráfica.

MANUSCRITOS ISLÂMICOS

O Islã, uma das grandes religiões do mundo, surgiu dos ensinamentos de Maomé, registrados no Corão. Esse livro sacro constitui a autoridade divina para a vida religiosa, social e civil das sociedades que se estendem para o sul do mar Báltico até a África Equatorial e a leste, da costa africana do Atlântico até a Indonésia. Centenas de milhares de exemplares manuscritos do Corão foram produzidos, desde livrinhos em tamanho de bolso [2.7] a edições imperiais faustosamente ornamentadas. Maomé convocou seus seguidores a aprender a ler e escrever e a caligrafia rapidamente se tornou uma ferramenta importante para a religião e o governo. Sua defesa da alfabetização das mulheres resultou em muitas calígrafas e eruditas importantes. Um amor pelos livros permeia as culturas islâmicas; as bibliotecas eram maiores nas regiões islâmicas e a produção de manuscritos era, de longe, mais prolífica que na Europa. Do século VIII ao século XVI a ciência islâmica não encontrava rival e dessa época mais de 10 mil manuscritos científicos sobrevivem.

A decoração islâmica de manuscritos teve origens modestas. Os primeiros calígrafos que escreveram cópias do Corão nos séculos VII e VIII adornavam suas marcas de vogais e traçavam rosetas para separar os versos. Ao longo dos séculos, a ornamentação se tornou cada vez mais elaborada, com intrincados desenhos geométricos e arabescos preenchendo o espaço para tornar-se expressões transcendentais do caráter sagrado do Corão [4.18]. Formas geométricas contendo caligrafia são circundadas por desenhos orgânicos rítmicos, que vão de formas vegetais a arabescos abstratos.

As ilustrações figurativas não eram utilizadas porque a sociedade islâmica era adepta do aniconismo, que é a oposição religiosa a representações de criaturas vivas. Isso se baseava numa crença de que apenas Deus podia criar vida e que os mortais não deviam produzir figuras de seres vivos ou criar imagens que pudessem ser usadas como ídolos. Embora esse princípio fosse rigorosamente obedecido em muitas áreas muçulmanas, tais como a África Setentrional e o Egito, em certas regiões islâmicas as figuras eram

4.18 Mustafa Al-Khalil, frontispício de um exemplar manuscrito do Corão, 1739. Os padrões intrincados com formas entrelaçadas e cores vibrantes compartilham motivos com as decorações arquitetônicas e os tapetes islâmicos.



toleradas desde que fossem restritas a recintos privados e haréns palacianos.

Provavelmente antes do ano 1000 da era cristã, surgiram pinturas em miniatura em livros persas e tornaram-se um aspecto importante da iluminação de livros. Artistas na Pérsia (hoje Irã) desenvolveram os atributos definidores dos manuscritos islâmicos ilustrados porque os xás reinantes patrocinaram a criação de obras consagradas contendo detalhes elaborados, desenhos precisos e cores vibrantes. Alguns dos melhores manuscritos islâmicos foram desenhados durante a dinastia safávida (1502-1736); a influência de artistas persas se disseminou para o Império Otomano (um domínio fundado por tribos turcas que conquistaram Constantinopla em 1453 e governaram um vasto império por mais de quatrocentos anos) e para os *mughals* (também chamados de mongóis – muçulmanos da Mongólia, Turquia e Pérsia que conquistaram e governaram a Índia de 1526 a 1857). Os imperadores mughal estabeleceram uma grande escola de iluminação islâmica após levarem artistas persas para a Índia no século xvi para formar artistas locais. Pássaros, animais, plantas e arquitetura nativos da região foram incorporados aos manuscritos mughal.

A figura 4.19 é emblemática do manuscrito islâmico ilustrado. A vida profissional e pessoal do imperador mughal indiano Shah Jahan (reinou de 1627-1658), que construiu obras-primas de arquitetura, entre elas o Taj Mahal, é recontada e ilustrada com figuras de páginas inteiras e páginas duplas. A escrita caligráfica é contida em painéis intrincados. Espaços livres entre as linhas da caligrafia são preenchidos com configurações orgânicas em ouro determinadas pelas formas das palavras. Esses espaços negativos se tornam formas concretas. Texto e ilustrações são emoldurados com linhas múltiplas e circundados por complexas bordas ornamentais que vão dos arabescos florais a padrões repetitivos e estruturas geométricas arquitetônicas.

As ilustrações meticulosamente pintadas estão na grande tradição da pintura persa, que foi sobretudo uma arte do ilustrador de livros iniciada no século xiv. O espaço é plano e raso; o plano do chão é paralelo ao plano da pintura. Figuras e objetos são descritos por meticulosas linhas de contorno contendo planos de

cor chapados ou às vezes sutilmente modulados. Em geral, a modulação tonal e os padrões de luz e sombra são mínimos ou inexistentes. A arquitetura é definida por planos geométricos. Padrões decorativos intrincados são aplicados a tapetes, vestuário e estruturas. As plantas são estilizadas, com cuidadosa atenção ao detalhe e profusa repetição de flores e folhas. A energia cromática é obtida mediante combinações de cores quentes/frias e claras/escuras.

O design dos manuscritos islâmicos tinha uma tradição longa e variada, com diversas escolas, influências e abordagens estéticas. A proximidade geográfica com a Ásia no leste e com a Europa a oeste permitiu uma assimilação de concepções projetuais de ambas culturas. Durante mais de mil anos os manuscritos islâmicos mantiveram tradições de excelência artística, com a produção continuando muito tempo depois que a impressão tipográfica, em outras partes, substituiu completamente os livros manuscritos. Obras importantes foram encomendadas até recentemente, no século xix.

MANUSCRITOS ILUMINADOS DO ALTO PERÍODO MEDIEVAL

Durante as décadas de transição, à medida que a era medieval dava lugar ao Renascimento europeu, a produção de manuscritos iluminados para uso privado tornou-se cada vez mais importante. No início do século xv, o Livro de Horas tornou-se o livro mais popular da Europa. Esse volume de devoção pessoal continha textos religiosos para cada hora do dia, orações e calendários listando os dias santos importantes. O pináculo do livro iluminado europeu foi alcançado no início do século xv, quando um apaixonado amante de belos livros, o nobre francês e irmão do rei Carlos v, Jean, duque de Berry (1340-1416), que possuía uma vasta porção da França central, instalou em seu castelo os irmãos Limbourg, holandeses de origem, para estabelecer um *scriptorium* particular. O duque de Berry possuía uma das maiores bibliotecas particulares do mundo na época, com 155 livros, incluindo catorze Bíblias e quinze Livros de Horas.

Pouco se sabe sobre a curta vida de Paul, Herman e Jean Limbourg. Acredita-se que os três nasceram após

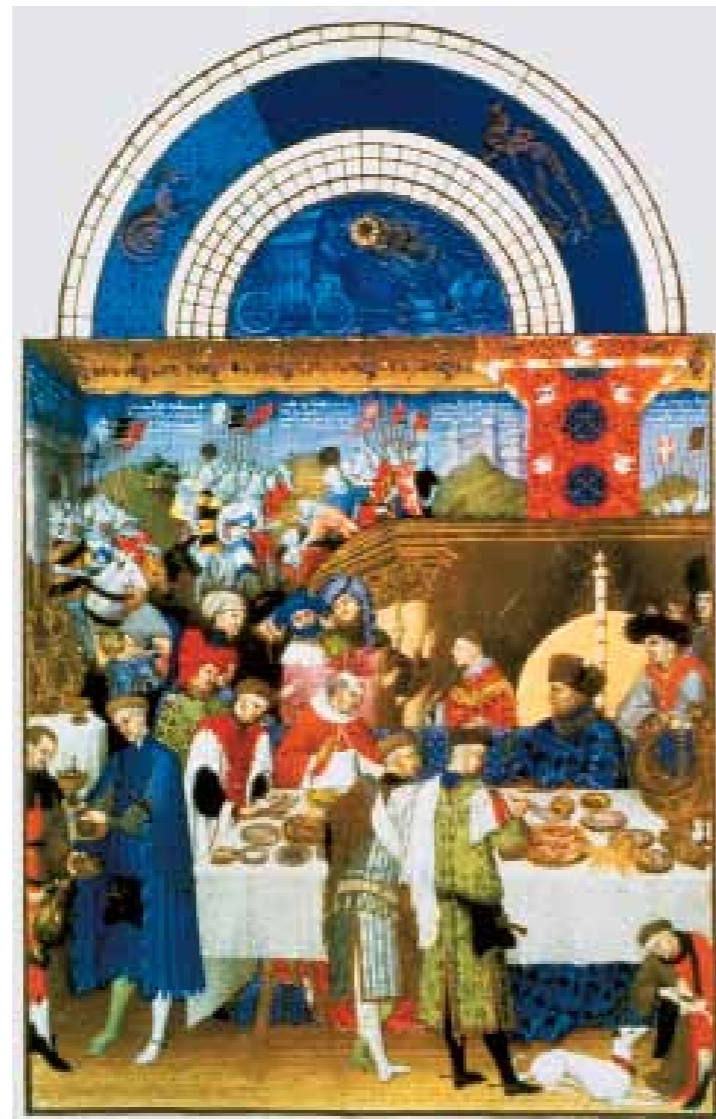
1385. Filhos de um escultor em madeira holandês, os três foram aprendizes de ourives, depois provavelmente receberam instrução em um importante *scriptorium* parisiense após 1400. O duque de Berry empregou Paul Limbourg em 1408 para chefiar sua oficina. Provavelmente Paul era o designer responsável pelos leiautes e projetos. Pelo visto, desenvolveu-se uma estreita relação entre patrono e designer/ilustrador, pois no dia de Ano-Novo de 1411, os irmãos Limbourg deram ao duque um livro falso que consistia em um bloco de madeira encadernado em veludo branco e lacrado com uma fivela esmaltada e adornada com o brasão do duque.

No início do século xv, os Limbourg estavam na vanguarda de uma evolução na interpretação da experiência visual. A tendência gótica rumo à abstração e à apresentação estilizada foi invertida à medida que eles procuravam um realismo convincente. A perspectiva aérea era usada para fazer recuar para o espaço profundo os planos e volumes, e um esforço foi feito para obter a perspectiva linear. Os talentos excepcionais dos Limbourg combinados com uma extraordinária técnica de pintura possibilitaram que eles impelisse o design e a ilustração de livros ao seu apogeu. Seu trabalho transmite um forte sentido de massa e volume – em algumas ilustrações, por meio de uma única fonte de luz são criados reflexos e projeções de sombras.

A obra-prima dos irmãos Limbourg foi *Les Très riches heures du duc de Berry* (As três ricas horas do duque de Berry) [4.20, 4.21]. As primeiras 24 páginas são um calendário ilustrado. Cada mês tem uma página dupla com uma ilustração de gênero relativa a atividades sazonais do mês na página da esquerda e um calendário dos dias santos na página da direita. As ilustrações são coroadas com diagramas gráficos astronômicos representando as constelações e as fases da lua. Fevereiro é

4.19 Muhammad Amin ibn Abi Al-Husain Kazvini, manuscrito islâmico chamado *Padishahnamah*, início do século xviii. O imperador indiano Shah Jahan, que reinou de 1627 a 1658, preside a corte e faz apresentações cerimoniais.





representado por uma cena invernal de fazenda que inclui uma vista seccionada de uma edificação mostrando pessoas se aquecendo junto ao fogo. A página do calendário relaciona os dias santos e usa tintas vermelho vivo e azul para as letras. Uma estrutura quadriculada a lápis estabelecia a posição das informações.

Les Très riches heures é um livro de imagens. As ilustrações dominam os leiautes de página. Algumas páginas têm meras quatro linhas de texto escrito em duas colunas sob as ilustrações. Iniciais decoradas brotam de folhagem de acanto, que é às vezes acompanhada por anjos, animais ou flores nas margens generosas.

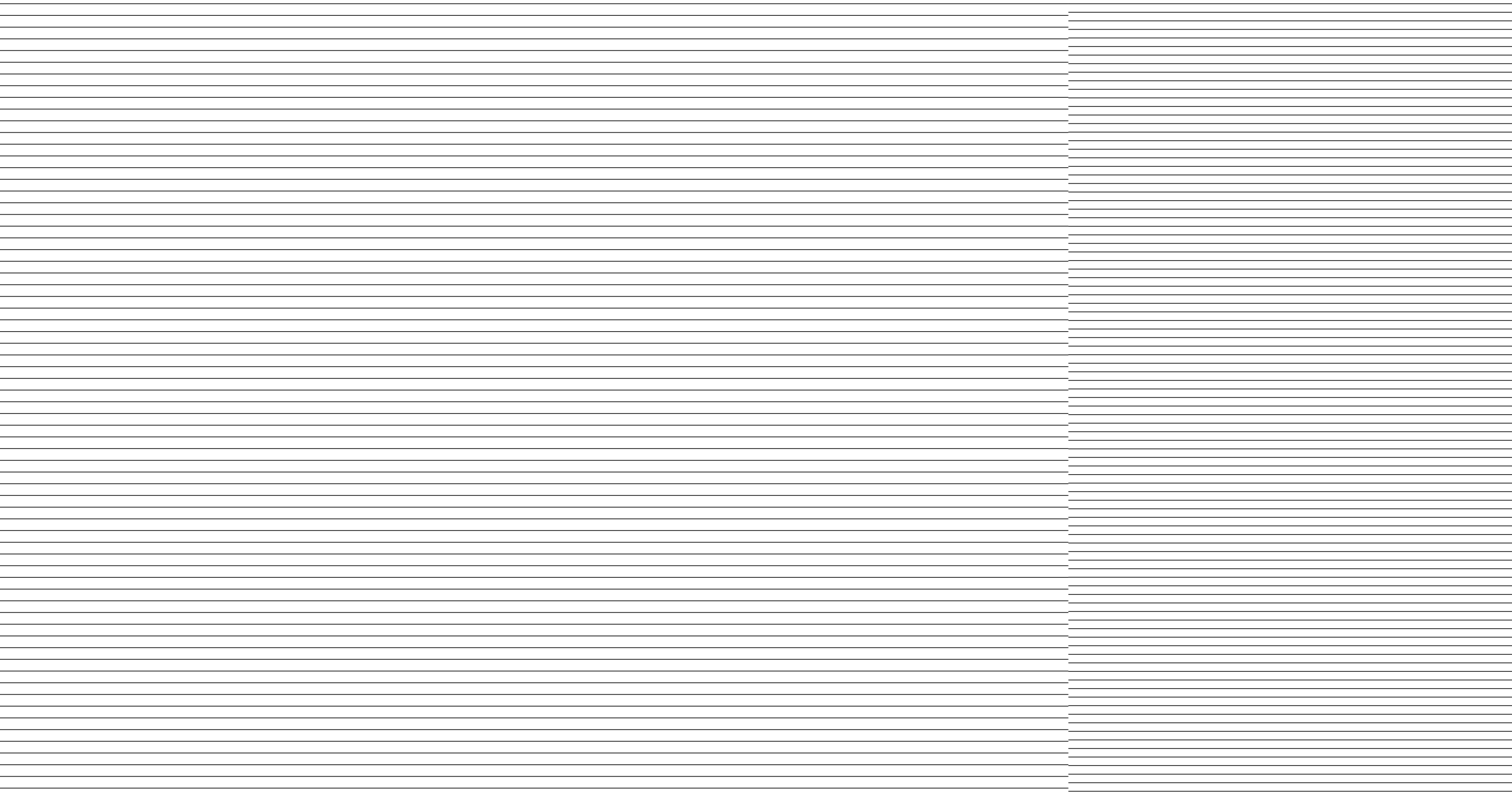
Os aprendizes eram mantidos ocupados moendo pigmentos numa prancha de mármore com uma moleta. A técnica consistia em água misturada com goma arábica ou de alcatira como aglutinante para aderir o pigmento ao velino e preservar a imagem. Os irmãos Limbourg usavam uma paleta de dez cores, mais o preto e o branco. As cores incluíam azul cobalto e ultramarino e dois verdes, um feito de carbonato de cobre e o outro, de folhas de lírio. A folha de ouro e a

tinta de pó de ouro eram usadas em profusão. O detalhe minúsculo obtido sugere que se usava uma lupa.

Os irmãos Limbourg não viveram para concluir essa obra-prima, pois os três morreram antes de fevereiro de 1416, e o duque de Berry morreu em 15 de julho de 1416; talvez tenham sido vítimas de uma terrível epidemia ou praga que, segundo se supõe, teria assolado a França naquele ano. O inventário da biblioteca do duque, realizado após sua morte, indica que metade de seus livros eram obras religiosas, um terço eram livros de história e o acervo era completado com livros sobre geografia, astronomia e astrologia.

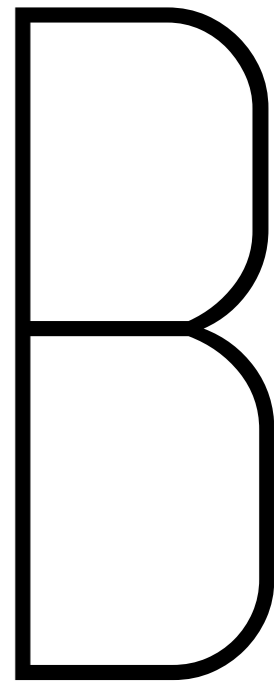
Durante os mesmos anos em que os Limbourg estavam criando livros feitos à mão, um novo meio de comunicação visual – a impressão xilográfica – surgia na Europa. A invenção do tipo móvel no Ocidente somente aconteceria três décadas depois. A produção de manuscritos iluminados continuou pelo século xv e chegou até às primeiras décadas do século xvi, mas esse ofício milenar, que datava da Antiguidade, estava fadado à extinção em virtude do livro tipográfico.

4. 20 e 4. 21 Irmãos Limbourg, páginas de janeiro e fevereiro de *Les Très riches heures du duc de Berry*, 1413-1416. Tanto as informações figurativas como as escritas são apresentadas com clareza, evidenciando alto nível de observação e organização visual.



Um Renascimento impresso

As origens da tipografia europeia





A IMPRESSÃO CHEGA À EUROPA

1200

1276 • **Criada fábrica de papel em Fabriano, Itália**

1300

c.1300 • **Na Europa, impressão em relevo em tecidos**

c.1306 • *Giotto conclui afrescos da Capela da Arena*
1321 • *Dante conclui A divina comédia*
1348 • *Peste Negra dizima Florença, Itália*

1400

1423 • **Xilogravura de São Cristóvão, uma das primeiras datadas**

c.1450 • **Gutenberg aperfeiçoa impressão tipográfica**

• **O Mestre do Baralho aperfeiçoa**

gravação em lâmina de cobre

c.1456 • **Gutenberg e Fust concluem Bíblia de 42 linhas**

1457 • **Fust e Schoeffer, Salmo em Latim com**

capitulares impressas em duas cores

c.1460 • **Livros xilográficos são produzidos**

na Holanda

1468 • **Morre Gutenberg**

1484 • *Boticelli*, Nascimento de Vênus



O LIVRO ILUSTRADO ALEMÃO

c.1460 • **Pfister, primeiro livro com ilustrações impressas**

1462 • *Mainz, Alemanha, saqueada por Adolfo de Nassau*

1465 • **Sweynheym e Pannartz, primeira imprensa italiana**

• **Primeira música impressa**

1470 • **Freiburger, Gering e Kranz, primeira**

imprensa na França

1475 • **Caxton, primeiro livro tipográfico em**

língua inglesa

1486 • **Reuwich ilustra viagem à Terra Santa**

1493 • **Koberger publica Liber Chronicarum**

1498 • **Dürer, Die Apokalypse**



O DESIGN GRÁFICO DO RENASCIMENTO

1469 • **De Spira, primeira imprensa**

em Veneza

1470 • **Tipos romanos de Jenson**

1476 • **Ratdolt: Calendarium tem primeira**

folha de rosto completa

1492 • *Colombo parte para a América*

1494 • *França invade a Itália*

• **Manuzio estabelece a Imprensa**

Aldina em Veneza

1495 • **Griffo projeta e abre tipos Bembo**

para Manuzio

1500

1514-17 • **De Brocar, Bíblia Poliglota**

1528 • **Morre Albrecht Dürer**

1534 • *A primeira Bíblia em língua alemã, de Lutero*

1538 • **Primeira imprensa no México**

1501 • **Griffo projeta e abre primeiros**

tipos itálicos para “livro de bolso”

de Manuzio

1503 • *Da Vinci, Mona Lisa*

1505 • **Geoffroy Tory volta da Itália**

para a França

• *Henrique VIII torna-se rei da Inglaterra*

1512 • *Michelangelo conclui teto da Capela Sistina*

1517 • *Lutero lança a Reforma*

1522 • *Expedição de Magalhães dá a volta ao mundo*

• **Escrita manual de Arrighi**

1525 • **Tory, primeiro Livro de Horas**

1527 • *Exército francês saqueia Roma*

1529 • **Tory, Champ Fleury**

c.1530 • **Garamond estabelece uma fundição de tipos independente**

1555 • **Plantin estabelece sua gráfica**

em Antuérpia

c.1557 • **Granjon, tipos Civillité**

1561 • **Kerver, versão francesa de Polifilo**

1569 • *Mercator, cartografia moderna*

1569-72 • **Plantin, Bíblia Poliglota**

1594 • *Shakespeare, Romeu e Julieta*

1605 • *Cervantes, Dom Quixote*

• *Shakespeare, Macbeth*

1621 • **Weekly Newses, primeiro jornal inglês**

1640 • **Daye, The Whole Booke of Psalms**

1667 • **Schipper, Comentário de Calvino**

1721 • *Bach, Concertos de Brandemburgo*

1700



UMA ÉPOCA DE GENIALIDADE TIPOGRÁFICA

1689 • *Pedro o Grande torna-se tsar da Rússia*
1692 • **Luis XIV encomenda o Romain du Roi**

1700 • *Sewall, Story of Joseph, primeiro protesto nas Américas contra a escravidão*

1702 • **Primeiro livro impresso com o**

Romain du Roi

1719 • *Daniel/Defoe, Robinson Crusoe*

1722 • **Primeira fonte Caslon Old Style**

1726 • *Swift, Viagens de Gulliver*

1737 • **Tipos de tamanho padronizado de**

Fournier le Jeune

• **John Phe, Opera Horatii**

1742 • **Fournier le Jeune, Modèles des**

caractères de l’Imprimerie

1757 • **Baskerville, Bucolica, Georgica et Aeneis**

1760 • *George III torna-se rei da Inglaterra*

1764 • **Fournier le Jeune, Manuel**

typographique

1769 • *Watt patenteia máquina a vapor*

1770 • *Massacre de Boston*

1771 • **Luce, Essai d’une nouvelle typographie**

1774 • *Luis XVI se torna rei da França*

1776 • *Declaração da Independência*

dos EUA

1784 • **Didot, tipo com estilo**

verdadeiramente moderno

• *David, Juramento aos Horácios*

1788 • *Washington, primeiro presidente*

norte-americano

1789 • *Começa a Revolução Francesa,*

tomada da Bastilha

• **Blake, Songs of Innocence**

1790 • **Bewick, General History of Quadrupeds**

c.1790

• **Bodoni, tipos com seu nome**

1793 • *Decapitação de Luis XVI*

1799 • *Napoleão governa a França*

1800

1818 • **Bodoni, Manuale tipografico (póstumo)**

5

A impressão chega à Europa

Xilografia é o termo técnico para a impressão a partir de uma superfície de madeira em relevo, uma técnica originária da Ásia. *Tipografia* é o termo para a impressão com pedaços de metal ou madeira independentes, móveis e reutilizáveis, cada um dos quais com uma letra em alto-relevo em uma de suas faces. Essa definição seca não dá a devida proporção do enorme potencial de conexão entre as pessoas e os novos horizontes para o design gráfico que foram desencadeados por esse extraordinário invento, em meados do século xv, por um incansável inventor alemão cujo retrato e assinatura se perderam na implacável passagem do tempo. A invenção da tipografia pode ser classificada ao lado da criação da escrita como um dos avanços mais importantes da civilização. Escrever deu à humanidade um meio de armazenar, recuperar e documentar conhecimento e informações que transcendiam o tempo e o espaço; a impressão tipográfica permitiu a produção econômica e múltipla da comunicação alfabética. O conhecimento se

disseminou rapidamente e a alfabetização aumentou em decorrência dessa notável invenção.

Diversos fatores geraram na Europa condições que viabilizaram a tipografia. A demanda por livros se tornara insaciável. A classe média letrada emergente e os estudantes nas universidades em rápida expansão haviam capturado do clero o monopólio da faculdade de ler e escrever, criando um novo e vasto mercado para material de leitura. O processo lento e dispendioso da produção de livros havia mudado pouco em um milênio. Um simples livro de duzentas páginas exigia quatro ou cinco meses de trabalho de um escriba, e as 25 peles de carneiro necessárias para o pergaminho eram ainda mais onerosas que o seu trabalho.

Em 1424, havia apenas 122 livros manuscritos na biblioteca da Universidade de Cambridge, Inglaterra, e o acervo de um abastado nobre cujos livros fossem suas posses mais prezadas e cobiçadas provavelmente totalizava menos de duas dúzias de volumes. O valor de um livro era igual ao de uma fazenda ou vinhedo. O crescimento constante da demanda levava os mercadores independentes a desenvolver uma divisão do trabalho como uma linha de montagem, com especialistas treinados em escrita de letras, iniciais decorativas, ornamentação em ouro, revisão e encadernação. Mas mesmo essa produção ágil de livros manuscritos era incapaz de atender à demanda.

Sem papel, a velocidade e a eficiência da impressão seriam inócuas. O fabrico de papel havia concluído sua longa e lenta jornada da China à Europa e, assim, um abundante suporte se achava disponível. Mais de seiscentos anos se passaram até que a fabricação do papel, que se expandiu para oeste pelas rotas de caravanas do oceano Pacífico ao mar Mediterrâneo, alcançasse o mundo árabe. Após repelir um ataque chinês contra a cidade de Samarcanda em 751, as forças de ocupação árabe capturaram alguns papaleiros chineses. Água abundante e fartas colheitas de linho e cânhamo possibilitaram que Samarcanda se tornasse um centro de produção de papel. O ofício se disseminou para Bagdá e Damasco e no século x chegou ao Egito. Daí, espalhou-se pela África Setentrional e foi introduzido na Sicília em 1102 e na Espanha pelos mouros durante a metade do século xii.

Em 1276 foi estabelecida uma fábrica de papel em Fabriano, Itália. Troyes, na França, recebeu uma fábrica de papel em 1348.

A marca-d'água [5.1], emblema translúcido produzido por pressão a partir de um desenho em relevo feito no molde do papel e visível quando a folha de papel é segurada contra a luz, foi usada na Itália em 1282. A origem desse dispositivo é desconhecida. Marcas registradas para fábricas de papel, artesãos individuais e talvez simbolismo religioso foram os primeiros usos. À medida que marcas bem-sucedidas eram imitadas, começaram a ser usadas como referência para tamanhos de folha, molde e classe de papel. Sereias, unicórnios, animais, flores e escudos heráldicos eram temas frequentes.

AS PRIMEIRAS ESTAMPAS COM BLOCOS NA EUROPA

As origens da impressão com blocos de madeira na Europa estão envoltas em mistério. Depois que as Cruzadas abriram a Europa à influência oriental, a impressão em relevo chegou na trilha do papel. Baralhos e estampas de imagens religiosas foram as manifestações iniciais. Provas circunstanciais sugerem que, como o papel, a impressão em relevo a partir de moldes de madeira também se difundiu para o Ocidente a partir da China. Por volta do início do século xiv, desenhos figurativos estavam sendo estampados em tecidos na Europa. O jogo de cartas era popular e, a despeito de ser proscrito e denunciado pelo clero zeloso, esse passatempo estimulou uma próspera indústria de impressão em blocos, talvez antes de 1400.

Em 1415, o duque de Milão jogava cartas com tabuinhas de marfim que traziam imagens pintadas por artistas famosos, e nobres flamengos usavam lâminas de prata entalhadas. Ao mesmo tempo, em toda a

5.1 Projetos franceses de marca-d'água, século xv. Estes desenhos de sereias eram produzidos por arame torcido anexado ao molde usado para fazer papel.





5.2 Valete de ouros, carta de baralho em xilogravura, c. 1400. As convenções de projeto chapadas e estilizadas dos baralhos mudaram pouco em mais de quinhentos anos. Os sinais visuais para designar os naipes partiram das quatro classes da sociedade medieval. Copas significava o clero; espadas (derivado do italiano *spada*) representava a nobreza; o bastão folhado (*paus*) representava o campesinato; e ouros significava os burgueses.

Europa, a classe trabalhadora se reunia em tavernas e à beira da estrada para jogar com cartas encardidas, impressas com blocos de madeira e copiadas por estêncil em papel grosseiro [5.2]. Os baralhos foram as primeiras peças impressas a passar para uma cultura iletrada, fazendo delas a mais antiga manifestação europeia da capacidade de democratização da impressão. Os jogos dos reis podiam então tornar-se jogos de camponeses e artesãos. Como esses baralhos introduziam as massas no reconhecimento de símbolos, sequenciamento e dedução lógica, seu valor intrínseco transcendia a diversão ociosa.

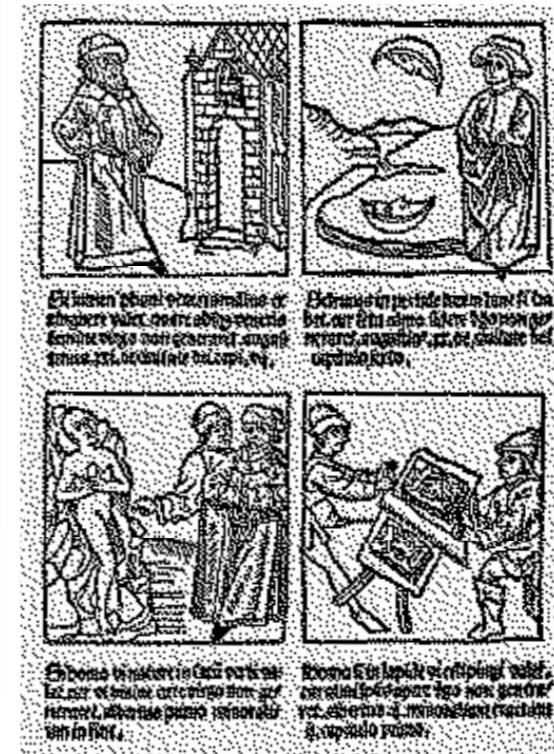
As primeiras impressões xilográficas destinadas à comunicação conhecidas na Europa foram estampas piedosas de santos [5.3, 5.4], variando de pequenas imagens, que cabiam na mão de uma pessoa, a imagens maiores, de 25 a 35 centímetros. Imagem e letras eram escavadas no mesmo bloco de madeira. Essas primeiras estampas evoluíram para livros tabulares ou xilografados [5.5, 5.6], que eram volumes ilustrados feitos de entalhes em madeira com temas religiosos e texto breve. Cada página era entalhada



5.3 Impressão xilográfica de São Cristóvão, 1423. O ilustrador desconhecido retratou o lendário santo, um gigante que transportava viajantes em segurança por um rio, carregando o menino Jesus. Embaixo, a inscrição diz: "Qualquer que seja o dia em que procureis a imagem de São Cristóvão/ nesse mesmo dia ao menos da morte não sofrereis nenhum golpe maligno/ 1423". Uma das mais antigas impressões xilográficas europeias datadas, esta imagem usa com eficácia a largura variável da linha de contorno para evidenciar a forma.



em um bloco de madeira e impressa como uma unidade completa de texto e imagem. Como a maioria dos poucos exemplares existentes foi impressa na Holanda após 1460, não se sabe se o livro xilográfico precedeu o livro tipográfico. Desenhado em um estilo de ilustração simplificado, com os elementos figurativos dominantes como nas histórias em quadrinhos contemporâneas, o livro xilografado era usado para a instrução religiosa de analfabetos. Essa forma declinou pouco a pouco durante o século xv, à medida que cresceu o número de alfabetizados. Entre os temas comuns estava o Apocalipse, um alerta sobre a condenação final e a destruição do mundo. *Ars moriendi* (manual sobre a "arte de morrer") aconselhava as pessoas na preparação para o encontro da hora final. A população da Europa foi dizimada pelos grandes ciclos de peste bubônica, chamada de Peste Negra, que tirou a vida de um quinto dos habitantes do continente durante o século xiv e levou mil aldeias a desaparecer totalmente ou ser gravemente despovoadas; a morte era uma preocupação onipresente.



5.4 Impressão xilográfica da Anunciação, não datada. A área em preto é um ponto focal eficaz unificando as duas figuras. O pergaminho, com uma inscrição em latim, desempenha a mesma função comunicativa de um "balão de fala". (O canto superior esquerdo desta impressão se perdeu.)

5.5 Página de livro xilográfico de *A história da Virgem Abençoada*, século xv. Esta página tenta justificar a Imaculada Conceção por uma série de paralelos "lógicos": se a luz do templo de Vênus não pode ser extinta, se a lua é refletida na água, se uma pessoa pode ser transformada em pedra e se o homem pode ser retratado em pedra, por que a Virgem Abençoada não seria capaz de gerar?

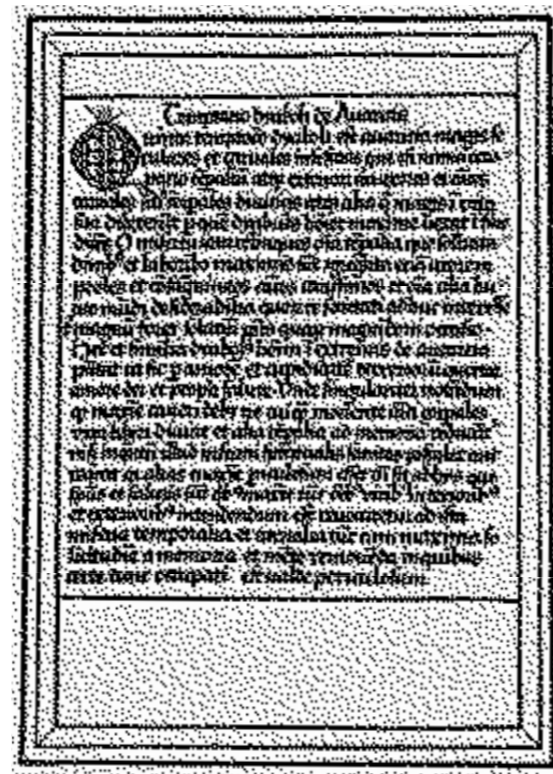


5.6 Letra "K" de um alfabeto grotesco, c. 1464. Esta página é de um livro abecedário xilográfico de 24 páginas que compunha cada letra do alfabeto por meio de figuras humanas.

Na *ars moriendi* mostrada aqui [5.7], onze ilustrações retratam a tentação do diabo e o consolo do anjo sobre temas como a fé, a impaciência, a jactância e a hora final da morte. Treze páginas são de texto xilografado. Embora a justificativa aparente da *ars moriendi* fosse ajudar as pessoas a encontrar a morte, também deve ser considerada um primeiro exemplo de propaganda impressa, pois conclama os moribundos a pôr de lado o desejo de prover a subsistência de suas famílias e legar sua herança para a Igreja. A *Biblia Pauperum* (Bíblia dos Pobres) era um compêndio de eventos da vida de Cristo, incluindo testemunho sobre como foi cumprida a profecia do Antigo Testamento [5.8]. As páginas de *Ars Memorandi per Figuras Evangelistarum* (Livro de figuras religiosas notáveis), c. 1470 [5.9], demonstram o poder gráfico das aguadas fluidas de aquarela, aplicadas manualmente, para dar vida às imagens simbólicas de uma xilogravura.

A maioria dos livros xilografados continha de trinta a cinquenta folhas. Algumas tiragens eram coloridas

à mão e ocasionalmente se empregavam estênceis para aplicar áreas chapadas de cor a tecidos, cartas de jogo e mais tarde xilogravuras de livros. Além disso, há gravuras do século xv em que os blocos de madeira eram usados para imprimir com uma pasta ou goma salpicada com ouro (pequenos fragmentos brilhantes de metal), incrustação (minúsculos cristais de quartzo colorido) ou estofado (lã pulverizada). Esses meios eram utilizados para dar uma qualidade tátil vibrante e luminosidade à imagem. Os mais antigos livros xilografados eram impressos manualmente em tinta marrom ou cinza usando-se um esfregador apropriado: versões posteriores foram estampadas em tinta preta numa prensa. Como o esfregador manual criava marcas demais para permitir impressão frente e verso, os primeiros livros xilografados utilizam apenas um lado do papel. Cada página dupla era seguida por duas páginas em branco, normalmente coladas juntas para preservar o fluxo visual das imagens e texto. Embora o designer monástico também pudesse entalhar sua própria xilogravura, no mundo secular a



5.8 Página de uma *Biblia Pauperum*, 1465. Neste leiaute típico, uma estrutura arquitetônica em forma de cruz confere ordem a uma página complexa. Versículos da Bíblia figuram nos cantos superiores; Davi e três profetas estão acima e abaixo, cada um com sua própria citação em seu pergaminho. Ao centro são mostrados a criação de Eva, a Crucificação de Cristo e Moisés golpeando a pedra para tirar água.

sem resultados conhecidos. O holandês Laurens Janszoon Coster, da cidade de Harlem, explorou o conceito de tipo móvel recortando letras ou palavras de seus blocos de madeira para reutilização. Em seu livro monumental *Dutch Type* (Tipografia holandesa) (2004), Jan Middendorp afirma que os holandeses

conseguiram fortalecer o mito Coster durante vários séculos. Por fim, acreditou-se que o gráfico de Harlem era o único concorrente sério de Gutenberg. Coster e sua oficina eram retratados por artistas famosos e louvados por historiadores italianos; seu engenho tornou-se fonte de orgulho e confiança para os holandeses em geral e para a atividade gráfica de Harlem em particular. No século XIX, peças teatrais sobre o gênio gráfico eram encenadas em Paris, Antuérpia e Londres. Em Harlem, organizaram-se enormes festivais Coster em acirrada competição com as comemorações dos centenários de Gutenberg na Alemanha; em 1856, foi instalada na praça principal de Harlem uma estátua de bronze que ainda hoje ali se encontra.

distinção entre designer e entalhador (*Formschneider*) era vigorosamente defendida pelas guildas de ofícios. Os entalhadores, que trabalhavam a partir do leiaute à tinta do designer em papel ou bloco de madeira, geralmente eram membros das guildas de carpintaria.

A TIPOGRAFIA MÓVEL NA EUROPA

Com a disponibilidade de papel, a impressão em relevo com blocos de madeira e a demanda crescente por livros, a mecanização da produção por meios como o tipo móvel foi buscada por gráficos na Alemanha, Holanda, França e Itália. Em Avignon, França, o ourives Procopius Waldvoghel se envolveu na produção de “alfabetos de aço” por volta de 1444, mas

O julgamento da história, porém, é que Johan Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg (n. final do século XIV, m. 1468), da cidade de Mainz, Alemanha, reuniu pela primeira vez os complexos sistemas e subsistemas necessários para imprimir um livro tipográfico por volta de 1450. Terceiro filho do abastado aristocrata de Mainz, Friele Gensfleisch, Johan Gutenberg

5.9 Páginas de *Ars Memorandi per Figuras Evangelistarum*, c. 1470. Cada imagem se tornava uma sugestão visual para o orador e uma ilustração simbólica para o público.



foi aprendiz de ourives, desenvolvendo as habilidades de trabalho em metal e gravação necessárias para fazer tipos. Em setembro de 1428, foi banido de Mainz por seu papel de liderança numa luta pelo poder entre os nobres rurais e os burgueses das guildas de ofícios que buscavam maior expressão política. Transferiu-se para Estrasburgo, cerca de 150 quilômetros a sudoeste, e tornou-se um bem-sucedido e próspero joalheiro e trabalhador em metal.

No início de 1438 Gutenberg formou uma parceria contratual com os cidadãos estraburgueses Andreas Dritzehen (que recebera de Gutenberg a instrução em joalheria) e Andreas Hellmann (que possuía uma fábrica de papel). Ele concordou em lhes ensinar um processo secreto de fabricação de espelhos para vender em uma feira de peregrinação em Aachen no ano seguinte. Os espelhos, na época, eram raros e difíceis de fabricar. O chumbo derretido era vertido sobre

vidro, formando uma superfície reflexiva quando esfriava; a dificuldade era evitar que o vidro rachasse com o calor. Quando a feira foi adiada até 1440, Gutenberg firmou um novo contrato de cinco anos para ensinar a seus sócios outro processo secreto.

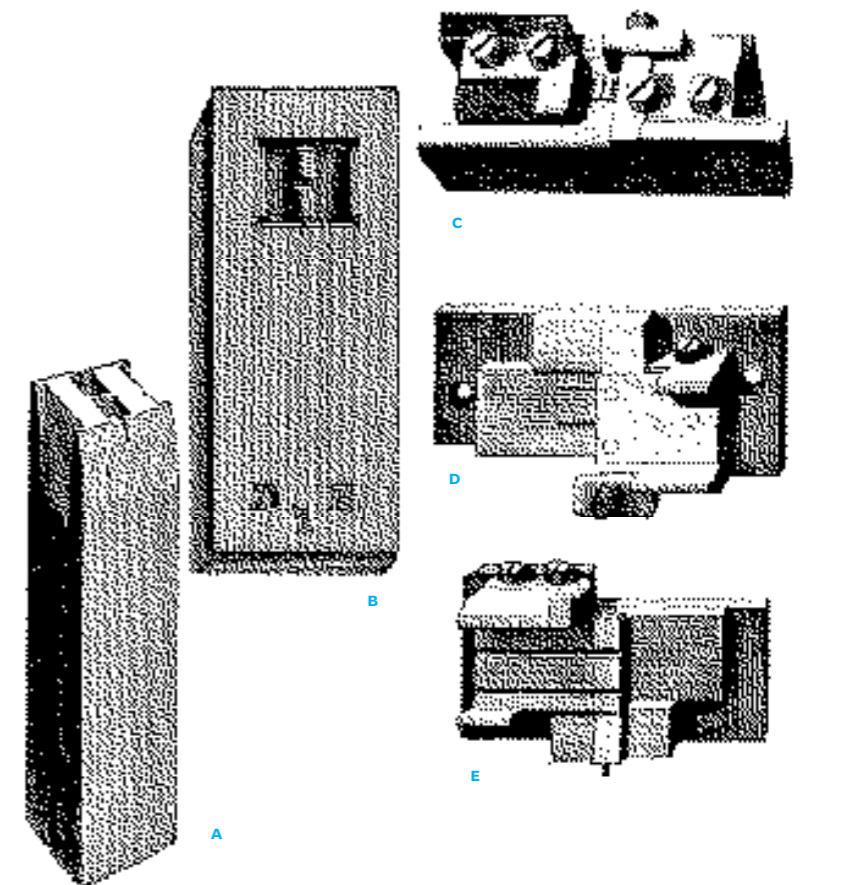
Quando Dritzehen morreu, no final de 1438, seus irmãos Georg e Claus processaram Gutenberg, exigindo que fossem admitidos à sociedade ou recebessem reembolso. No dia 12 de dezembro de 1439, o tribunal decidiu em favor de Gutenberg, porque seu contrato original especificava que apenas seriam pagos cem florins aos herdeiros de qualquer um dos sócios. O registro desse processo mostra conclusivamente que Gutenberg estava envolvido com impressão. Diversas testemunhas mencionam que os sócios possuíam uma gráfica; o torneador Conrad Saspach testemunhou que a gráfica fora construída por ele. O depoimento menciona tipos, um estoque de chumbo

e outros metais e um misterioso instrumento de quatro peças preso por sargentos duplos (provavelmente um molde de tipos). O ourives Hans Dünne testemunhou que já em 1436 havia vendido a Gutenberg o equivalente a cem florins holandeses em material “exclusivamente para aquilo que pertencia à gráfica”. Em meados dos anos 1440, Gutenberg voltou para Mainz, onde solucionou os problemas técnicos, organizacionais e de produção que haviam frustrado esforços anteriores de impressão tipográfica. Ele trabalhou durante dez anos para obter sua primeira impressão e vinte anos até imprimir o primeiro livro tipográfico, chamado de Bíblia de 42 linhas [5.13].

A impressão tipográfica não se desenvolveu diretamente da xilografia porque a madeira era frágil demais. Essa técnica permaneceu popular entre os chineses porque o alinhamento entre os caracteres não era decisivo e era inconcebível ordenar mais de 5 mil caracteres. Por outro lado, a necessidade de alinhamento exato e o modesto sistema alfabético de cerca de duas dúzias de letras tornavam a impressão de textos a partir de tipos independentes, móveis e reutilizáveis, altamente desejável no Ocidente.

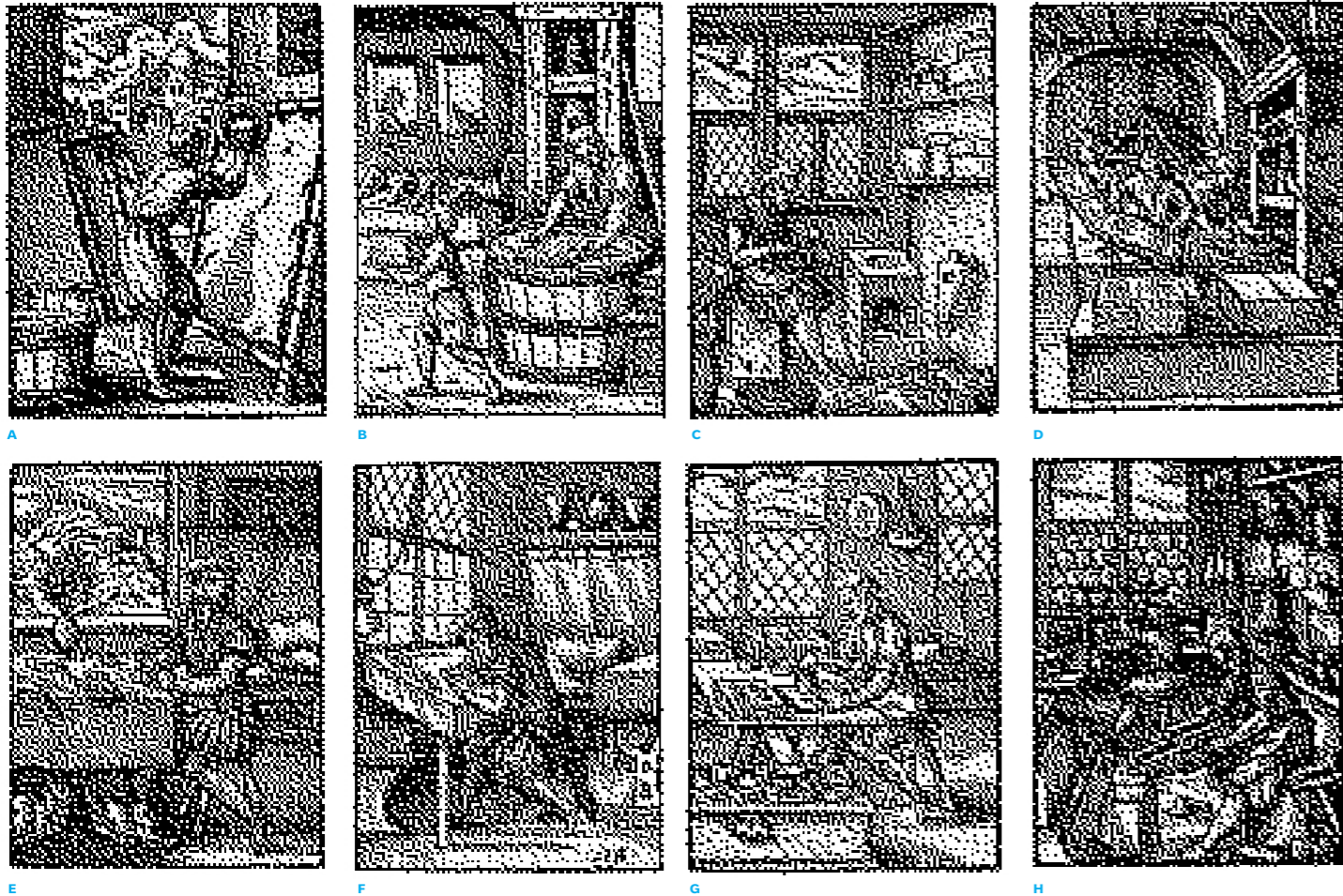
Vários passos foram necessários para a criação da impressão tipográfica. Era preciso selecionar um estilo de letra. Gutenberg naturalmente escolheu uma textura quadrada e compacta comumente usada pelos escribas alemães de seu tempo. Os primeiros gráficos procuravam competir com os calígrafos imitando o mais próximo possível o seu trabalho. Esse tipo sem curvas sutis foi tão bem desenvolvido que os caracteres na Bíblia de 42 linhas mal podem ser distinguidos de uma boa caligrafia. Em seguida, cada caractere na fonte – letras minúsculas e maiúsculas, números, pontuação, ligaturas – tinha de ser gravado no topo de uma barra de aço para compor um punção, que por sua vez era cravado numa matriz de cobre ou latão mais mole para produzir uma impressão negativa da forma da letra.

A chave para a invenção de Gutenberg foi o molde de tipos [5.10], usado para forjar as letras individuais. Cada caractere tinha de ser nivelado paralelamente em todas as direções e ter a mesma altura exata. O molde de tipos de duas partes de Gutenberg, que se ajustava para aceitar matrizes para os caracteres es-



5.10 Estas gravuras do início do século XIX ilustram o sistema de Gutenberg para a fundição de tipos. Um punção de aço é usado para cunhar uma impressão de letra numa matriz de metal mais macio. Depois de a matriz ser encaixada na parte inferior do molde de tipos de duas partes, ele é preenchido com a liga de chumbo derretido para moldar um tipo. Após a liga de chumbo esfriar, o molde de tipos é aberto e o tipo é retirado.

- A punção
- B matriz
- C molde de tipos (com matriz retirada para mostrar o “H” recém-fundido)
- D e E molde de tipos (aberto para que se possa retirar o “H” recém-fundido)



5.11 Jost Amman, ilustrações xilográficas para *Ständebuch* (Livro de Ofícios), 1568. Este pequeno livro apresentava mais de cem ocupações, desde o papa até o amolador de tesouras. As ilustrações nitidas de Amman eram acompanhadas pelas rimas descritivas do prolífico poeta Hans Sachs. Aqui são apresentadas as ocupações das artes gráficas.

A O fabricante de pergaminhos é mostrado raspando peles de animais para produzir uma superfície lisa depois que as peles eram lavadas, esticadas e secas.
B O papelero retira o molde da tina à medida que produz manualmente cada folha.
C O fundidor de tipos é representado despejando o chumbo derretido no molde de tipos para fundir um caractere. A cesta no primeiro plano está cheia de tipos recém-fundidos.

D Um impressor é mostrado retirando da prensa uma folha recém-impressa enquanto outro entinta os tipos. Ao fundo, mostram-se tipógrafos colocando tipos nos caixotins.
E O designer é mostrado desenhando uma imagem em preparação para uma xilogravura ou gravura em cobre. (É provável que seja um autorretrato de Amman.)
F O abridor de blocos cuidadosamente entalha o desenho em um bloco de madeira.

G O iluminador, que originalmente aplicava folha de ouro e cor aos manuscritos, continuou seu ofício na página impressa tipograficamente.
H Um encadernador verifica manualmente a ordem das páginas de um livro. O outro prepara um livro para a aplicação das capas.

treitos (como o 1), bem como para os largos (como o M), permitia que grandes volumes de tipos fossem moldados com variações mínimas. O tipo exigia um metal que fosse macio o bastante para moldar, mas rígido o suficiente para resistir por milhares de impressões, e que não se expandisse e contraísse quando fundido, vertido no molde de tipo, depois devolvido a um estado sólido quando resfriasse. Como serralheiro, Gutenberg sabia que o antimônio, metal branco prateado, se expande quando esfria do estado líquido para o sólido, em comparação com a maioria dos metais, que se contraem quando esfria. Ele desenvolveu uma liga ímpar de 80% chumbo, 5% estanho e 15% antimônio para manter uma massa constante ao longo de todo o processo de manufatura do tipo. Gutenberg precisava de até 50 mil peças independentes de tipo em uso de cada vez, por isso a velocidade, a precisão e a economia obtidos por meio desse molde de tipos e seu processo de moldagem eram decisivos. O tipo era armazenado em caixas compartimentadas e retirado letra por letra para compor as linhas. Após impressa uma página, o tipo voltava aos compartimentos letra por letra.

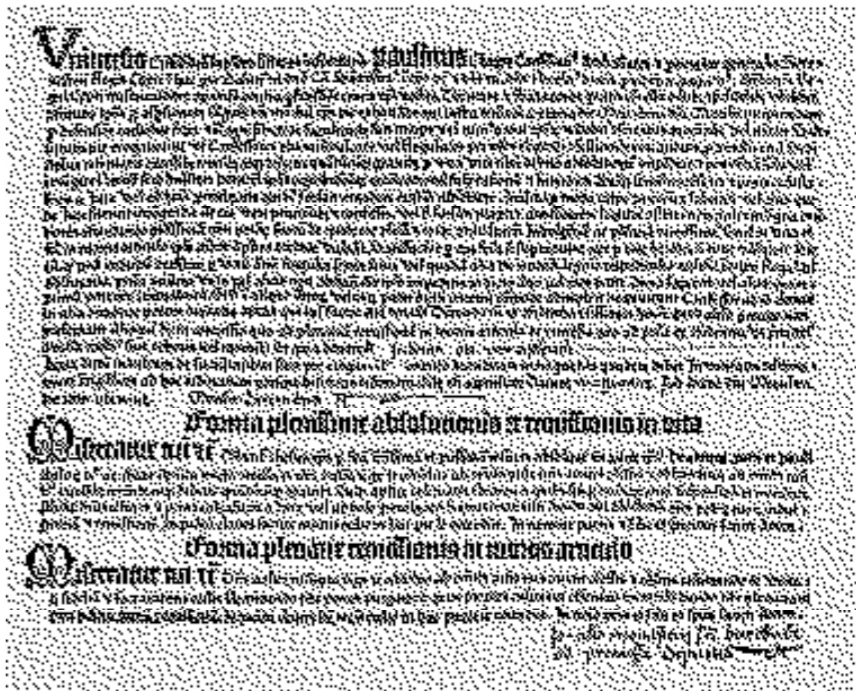
O gráfico medieval usava uma tinta fina, aguada, feita de galhas de carvalho. Essa tinta funcionava bem num bloco de madeira, porque a madeira conseguia absorver o excesso de umidade, mas escorreria ou formaria poças em um tipo de metal. Gutenberg utilizou óleo de linhaça fervido e tingido com negro de fumo, produzindo uma tinta espessa e pegajosa que poderia ser aplicada de maneira uniforme. Para entintar o tipo, um naco de tinta era colocado sobre uma superfície lisa e espalhado com uma bola de couro macio, que ficava com seu fundo todo besuntado. Em seguida a bola era passada sobre o tipo para cobri-lo com uma camada regular de tinta.

Era necessária uma prensa forte, robusta, com força suficiente para pressionar a tinta do tipo contra a superfície de papel. Existiam diversos tipos de prensas usadas na fabricação de vinho, queijo e papel de enfiamento, e Gutenberg adaptou seus designs, que se baseavam em uma grande tarraxa que abaixava e levantava uma prancha, para a impressão. A prensa e o sistema de Gutenberg foram usados durante quatrocentos anos com modestos aprimoramentos. Essa máquina de precisão possibilitava impressionante ve-

locidade e qualidade constante, em comparação com o método de fricção manual do Oriente e das primeiras xilografias europeias. Entre os aperfeiçoamentos posteriores encontram-se uma frásqueta para proteger as margens e outras áreas não impressas, uma modificação da tarraxa para reduzir a energia necessária para imprimir e um dispositivo de liberação rápida de modo que menos energia fosse necessária para erguer a lâmina do que para baixá-la. Por fim, uma peça mecânica substituiu a tarraxa. Os artífices envolvidos na produção de livros são mostrados na figura 5.11.

Entre os primeiros exemplares de impressão tipográfica encontram-se um poema alemão sobre o Juízo Final, quatro calendários e uma série de edições de uma gramática latina de Donato. As amostras mais antigas datadas são as cartas de indulgência de 1454 emitidas em Mainz [5.12]. O papa Nicolau V expediu esse perdão dos pecados a todos os cristãos que tivessem dado dinheiro para apoiar a guerra contra os turcos. Aparentemente, os agentes que vendiam cópias manuscritas no início de 1454 ficaram sabendo do trabalho de Gutenberg e perceberam o valor de imprimir essa carta em quantidade. Sete edições em dois

5.12 Johann Gutenberg, as cartas de indulgência, c. 1454. Os acróscimos por escrito nesta cópia indicam que, no último dia de dezembro de 1454, um certo Judocus Ott von Apspach foi perdoado por seus pecados.



estilos foram encomendadas durante os anos de 1454 e 1455 e chegaram a milhares de exemplares.

Como as despesas incessantes de pesquisa e desenvolvimento eram um sorvedouro constante dos recursos financeiros de Gutenberg, em 1450 ele achou necessário tomar um empréstimo de oitocentos florins de Johann Fust (c. 1400-1466), abastado burguês e comerciante de Mainz, para continuar seu trabalho. O equipamento de impressão era oferecido como garantia. Em dado momento, Gutenberg concebeu a ideia de imprimir uma Bíblia. Por volta de 1452 teve de tomar outro empréstimo de oitocentos florins de Fust “para seu lucro comum”, formando uma sociedade “na produção de livros”.

Um esforço heroico foi exigido para produzir esse primeiro livro tipográfico, que é também um dos mais belos exemplares da arte da impressão [5.13]. As grandes páginas de 30 por 40,5 centímetros têm duas colunas de tipos com uma generosa margem de 2,9 centímetros entre elas. As primeiras nove páginas possuem quarenta linhas por coluna, a décima pá-

gina tem 41 linhas por coluna e o restante 42 linhas por coluna. Não se sabe se Gutenberg seguia um manuscrito nesse formato ou se ele começou uma Bíblia de quarenta linhas e depois aumentou o número de linhas por coluna por economia. Com 1 282 páginas em uma obra de dois volumes, o aumento de duas linhas por coluna poupava um adicional de sessenta páginas. Esse projeto fantástico começou com duas prensas, às quais foram adicionadas mais quatro. Com linhas de cerca de 33 caracteres, cada página tinha mais de 2 500 caracteres compostos a partir de uma fonte de 290 caracteres diferentes. O número generoso de caracteres e ligaturas substitutos permitiu a Gutenberg obter a riqueza e a diversidade da página manuscrita. Para maior enriquecimento, os espaços em branco eram deixados para iniciais decorativas a serem desenhadas depois por um escriba. Uma rigorosa justificação das colunas era possível porque as palavras latinas podiam ser abreviadas livremente. Até seis letras podiam ser substituídas por símbolos de abreviação acima das palavras. A edição de 210



5.13 Johann Gutenberg, páginas da Bíblia de Gutenberg, 1450-1455. A magnífica legibilidade e textura tipográficas, margens generosas e excelente impressão fazem deste primeiro livro impresso um cânon de qualidade que raramente foi ultrapassado. Um iluminador adicionou à mão os cabeçalhos vermelhos e azuis, capitulares e texto.

exemplares consistia em 180 em papel e 30 em velino de ótima qualidade, exigindo 5 mil peles de ovelha cuidadosamente preparadas.

Em 1455, quando o trabalho se aproximava da conclusão, Fust subitamente processou Gutenberg, exigindo o pagamento de 2 026 florins de empréstimos e juros. No dia 6 de novembro de 1455 os tribunais decidiram em favor de Fust, com a exigência de que ele comparecesse ao mosteiro local e jurasse perante Deus que estava pagando juros sobre parte do dinheiro que ele havia emprestado a Gutenberg. Fust compareceu e cumpriu a determinação do tribunal fazendo o juramento. Gutenberg não compareceu. Em vez disso, enviou dois amigos para implorar a Fust que lhe desse mais tempo. Fust se recusou e tomou posse do equipamento de impressão de Gutenberg e de todo o trabalho em andamento. Na véspera da conclusão da imensamente valiosa Bíblia de 42 linhas, que lhe teria possibilitado pagar todas as dívidas, Gutenberg foi banido de sua oficina gráfica.

Fust imediatamente entrou em acordo com o qualificado assistente e capataz de Gutenberg, Peter Schoeffer (c. 1425-1502). Artista e designer experiente como iluminador e negociante de manuscritos, além de escriba na Universidade de Paris em 1449, é bem provável que Schoeffer tenha desempenhado papel-chave no desenvolvimento de formatos e design de tipos para a Bíblia de 42 linhas. Se isso aconteceu, ele pode ter sido o primeiro designer de tipos. Com Fust como gerente comercial e Schoeffer a cargo da impressão, a empresa de Fust e Schoeffer tornou-se a mais importante empresa gráfica do mundo, estabelecendo uma dinastia familiar centenária de gráficos, editores e livreiros. Schoeffer se casou com a filha de Fust, Christina, por volta de 1467. O primeiro empreendimento da nova parceria foi a conclusão da Bíblia de 42 linhas. Como uma das 47 cópias sobreviventes traz uma anotação à margem de que a rubrica à mão, que é a aplicação de iniciais e títulos em tinta vermelha escritos por um escriba, foi concluída no dia 24 de agosto de 1456, Fust provavelmente adquiriu uma produção praticamente completa quando executou a dívida.

As vendas da Bíblia de 42 linhas se aceleraram à medida que Fust viajava por todos os lados para dis-



5.14 Fust e Schoeffer, detalhe de página do Salmo em Latim, 1457. As capitulares vermelhas e azuis são o exemplo mais antigo de impressão em cores na Europa.

tribuí-las. Um antigo autor relata que Fust levou uma quantia de exemplares para Paris e tentou vendê-los como manuscritos. A Bíblia de 42 linhas não tinha página de título, nem números de páginas, nem outras inovações para distingui-la de manuscritos feitos à mão. Provavelmente tanto Gutenberg como seus clientes a queriam dessa maneira. Quando os franceses observaram o número e a semelhança entre os volumes, acharam que havia bruxaria envolvida. Para evitar acusações e condenação, Fust foi obrigado a revelar seu segredo. Supõe-se que esse evento tenha sido a base para a história popular, relatada por diversos autores, do mágico alemão dr. Fausto (Johann Faust numa versão primitiva), que ficou insatisfeito com os limites do conhecimento humano e vendeu sua alma ao diabo em troca de conhecimento e poder.

No dia 14 de agosto de 1457, Fust e Schoeffer publicaram um magnífico Salmo em Latim com o monumental tamanho de página de 30,5 por 43,2 centímetros [5.14]. As grandes iniciais em vermelho e azul foram impressas com blocos de metal de duas partes que ou foram entintados separadamente, remontados e impressos como texto em uma única impressão, ou estampados após o texto estar impresso. Essas famosas iniciais bicolores decoradas foram uma impor-



5.15 Fust e Schoeffer, colofão e marca registrada do Salmo em Latim, 1457. Acredita-se que os dois brasões simbolizem os dois impressores.

tante inovação; sua vitalidade e elegância tipográficas são comparáveis às das mais belas páginas manuscritas. O Salmo em Latim foi também o primeiro livro a trazer a marca registrada e o selo de um tipógrafo, data de publicação impressa e colofão [5.15]. Diz o colofão, traduzido: “Este livro dos Salmos, decorado com belas capitulares e com abundância de rubricas, foi assim confeccionado por uma engenhosa invenção de impressão e estampagem sem uso de pena. E para a adoração de Deus foi diligentemente levada à Conclusão por Johann Fust, cidadão de Mainz, e Peter Schoeffer, de Gernsheim, no ano de Nosso Senhor de 1457, na véspera da Festa da Assunção”.

Outra importante inovação surgiu na edição de 1459, de Fust e Schoeffer, de *Rationale Divinorum Officiorum* (Fundamentos dos Sagrados Ofícios) [5.16]. Esse longo volume explicando as cerimônias religiosas foi o primeiro livro tipográfico que empregou um estilo de tipo de tamanho pequeno para conservar espaço e preservar a quantidade de texto em cada página. Isso possibilitou uma economia importante em trabalho gráfico, tinta e pergaminho.

Outras obras importantes foram uma maravilhosa Bíblia em latim (1462) e uma edição da obra de Cícero, *De Officiis* (Sobre o ofício) (1465), que foi a primeira impressão de um clássico da Antiguidade. A impressão

tipográfica despertou o interesse pelas antigas culturas grega e latina. À medida que o conhecimento do mundo antigo e da era medieval começou a expandir-se por meio da palavra impressa, a interação cultural passou a ser um catalisador para a criação do mundo moderno.

Durante uma viagem a Paris em 1466 para vender livros, Johann Fust morreu, provavelmente acometido pela peste. Peter Schoeffer e seu sócio, Conrad Henkis, que se casou com a viúva de Fust no ano seguinte à morte dele, continuaram essa atividade gráfica altamente próspera, produzindo prospectos, folhetos e livros.

Enquanto Fust e Schoeffer estavam vendendo Bíblias e imprimindo salmos, Johann Gutenberg, que como muitos inovadores estava à frente do seu tempo, entrou em bancarrota e em 1458 deixou de efetuar pagamentos de juros para um empréstimo de 1442. Embora estivesse com mais de 60 anos e na indigência, havia aperfeiçoado seu ofício e concluído suas pesquisas. Acredita-se que, com apoio financeiro do dr. Conrad Homery, cidadão de Mainz, Gutenberg conseguiu estabelecer uma nova oficina tipográfica. Alguns estudiosos o consideram como o tipógrafo da Bíblia de 36 linhas, reimpressão de 1450 da Bíblia de 42 linhas com fonte similar, porém menos refinada. Seu *Catholicon*, dicionário enciclopédico, foi publi-



5.16 Jan Fust e Peter Schoeffer, página de *Rationale Divinorum Officiorum*, 1459. Os inovadores tipos pequenos se combinam com capitulares vermelhas e azuis maravilhosamente elaboradas que reproduzem os esforços do antigo impressor para imitar o projeto do livro manuscrito.



5.17 Mestre do Baralho, *O Três de Pássaros*, c. 1450. O projeto e a disposição magistrais das imagens no espaço realçavam a segurança do desenho e o uso da linha para efeitos tonais.

cado em 1460 com um colofão – talvez com palavras do próprio Gutenberg – afirmando que a obra era publicada “com a proteção do Todo-Poderoso, por cuja vontade as línguas das crianças se tornam eloquentes e que frequentemente revela aos humildes o que ele oculta dos sábios”. No dia 17 de janeiro de 1465, o arcebispo Adolfo de Mainz designou Gutenberg cortesão com a distinção de fidalgo, com o direito de receber roupas, alimentação e “vinte porções de milho e dois tonéis de vinho por ano”. A guarda de um livro de propriedade de um clérigo de Mainz traz uma inscrição afirmando que “o honorável Mestre Johann Gutenberg morreu no dia 3 de fevereiro de 1468”. Com base em acordos prévios, o dr. Homery apresentou uma petição aos tribunais para propriedade das “formas, letras, instrumentos, ferramentas e outras coisas pertencentes ao trabalho de impressão” que pertenciam ao falecido Gutenberg. No dia 26 de fevereiro de 1468, o arcebispo transferiu a posse ao dr. Homery, que prometeu conservar esse equipamento em Mainz e dar a primeira preferência a cidadãos de Mainz na eventualidade de uma futura venda.

Por alguns anos, enquanto Fust e Schoeffer, Gutenberg e ex-aprendizes que haviam estabelecido suas próprias firmas ali se encontravam, a impressão ficou centralizada em Mainz. Por ironia, a rápida expansão da tipografia foi acelerada por um conflito sangrento. Nobres alemães se envolveram em lutas pelo poder que explodiram em uma guerra em grande escala. Liderando um considerável exército, Adolfo de Nassau invadiu Mainz em 1462 e saqueou a cidade. O saque e a pilhagem interromperam os ofícios e o comércio. Avisos procedentes de outras cidades por onde Adolfo passava possibilitaram que muitos comerciantes e artesãos de Mainz carregassem tudo o que era possível em carroças e fugissem. Muitos jovens gráficos e aprendizes não voltaram. Com isso, logo começaram a ser estabelecidas tipografias em locais distantes como a França e a Itália.

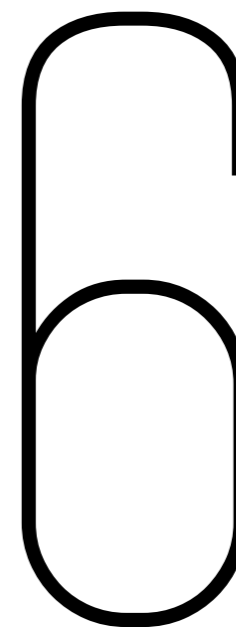
A GRAVURA EM COBRE

Durante a mesma época e na mesma região da Europa em que Johann Gutenberg inventou o tipo móvel, um

artista não identificado chamado Mestre do Baralho criou as primeiras gravuras em cobre [5.17]. Gravar é imprimir a partir de uma imagem que é incisa ou entalhada na superfície de impressão. Para produzir uma gravação em cobre, risca-se um desenho numa lâmina lisa de metal. Aplica-se tinta nas depressões, a superfície plana é esfregada e limpa e o papel é pressionado contra a lâmina para receber a imagem da tinta. O melhor trabalho do Mestre do Baralho é um conjunto de cartas de baralho usando como imagens pássaros, animais e homens selvagens. A qualidade de seu desenho sugere que ele provavelmente adquiriu sua formação mais como artista que como ourives. A habilidosa execução implica que esses baralhos eram desenhados e gravados por alguém que já havia dominado a gravação, não alguém que se esforçava para aprender uma nova técnica gráfica.

Estudiosos conjecturam que Gutenberg, além de inventar a impressão tipográfica, pode ter se envolvido na pesquisa e no desenvolvimento da gravação em cobre. Imagens feitas pelo Mestre do Baralho são hoje associadas a iluminadores de Mainz, entre os quais artistas envolvidos nos trabalhos tipográficos de Gutenberg durante os anos 1450. Os elos que vinculam esses primeiros inovadores gráficos são ilustrações de pássaros, animais, flores e figuras reproduzidas nas cartas gravadas, uma Bíblia com iluminuras produzida em Mainz no início dos anos 1450 e a iluminura acrescentada a um exemplar remanescente da Bíblia de 42 linhas.

Dados circunstanciais sugerem possibilidades instigantes. Estaria Gutenberg empenhado em aperfeiçoar não só a impressão da caligrafia dos escribas mas também da magnífica ornamentação e ilustração do manuscrito medieval? Teria a gravação sido um meio pioneiro de imprimir ilustrações nas páginas tipográficas, que poderiam ser depois coloridas à mão? Teria Gutenberg explorado o uso de lâminas de gravação como moldes para fundir versões em relevo de maneira que as ilustrações pudessem ser impressas com os tipos? Essas perguntas provocativas, ainda sem respostas definitivas, indicam que as pesquisas de Gutenberg poderiam ter levado o livro impresso numa direção diferente da de seu desenvolvimento posterior.



O livro ilustrado alemão

A palavra latina *incunabula* significa “berço” ou “roupa branca de bebê”. Suas conotações de nascimento e primórdios levaram os autores do século XVII a adotá-la como nome para os livros impressos desde a invenção de Gutenberg até o fim do século XV. (A data é totalmente arbitrária; este capítulo acompanha a continuação lógica do design e da tipografia no início dos anos 1500.) A impressão se expandiu rapidamente. Em 1450, os mosteiros e as bibliotecas da Europa abrigavam meros 50 mil volumes. Por volta de 1480, 23 cidades do norte da Europa, 31 cidades italianas, sete cidades francesas, seis cidades espanholas e portuguesas e uma cidade inglesa tinham gráficas. Em 1500, a impressão era praticada em mais de 140 cidades. Calcula-se que mais de 35 mil edições para um total de 9 milhões de exemplares foram produzidos. Além disso, vasta quantidade de materiais de interesse passageiro, como tratados religiosos, folhetos e prospectos, era produzida para distribuição gratuita ou venda. Os prospectos – páginas de folha única impressas somente de um lado – terminaram por evoluir para cartazes, anúncios e jornais impressos. Quatro anos depois de a impressão chegar a Veneza, um

escriba desanimado reclamava que a cidade estava “entupida de livros”. O rápido crescimento desse novo ofício levou à superprodução e à proliferação exagerada de empresas. Das mais de cem gráficas estabelecidas em Veneza até 1490, apenas dez sobreviveram até o final do século.

Em algumas regiões houve resistência à impressão. Os escribas em Gênova se juntaram e exigiram que o conselho municipal proibisse a impressão naquela cidade. Argumentavam que gráficos gananciosos estavam ameaçando sua sobrevivência. O conselho não apoiou a demanda, e em dois anos Gênova entrou para a lista, em rápida expansão, de cidades com gráficas. Iluminadores parisienses moveram processos nos tribunais, numa tentativa inútil de receber indenizações de gráficas envolvidas em concorrência desleal que causara a queda na demanda por livros manuscritos. Alguns bibliófilos sustentavam que o tipo era inferior à caligrafia e indigno de suas bibliotecas. Em 1492, um cardeal, que mais tarde se tornou o papa Júlio II, encomendou a escribas que escrevessem à mão uma cópia de um livro tipográfico para a sua biblioteca.

Mas a impressão tipográfica reduziu o preço do livro a uma fração de seu custo anterior, transformando a grave escassez de livros (e o conhecimento que continham) em abundância. A maré do progresso não podia ser estancada e a produção de manuscritos lentamente declinou. O filósofo Alfred N. Whitehead observou, certa vez, que os maiores avanços na civilização são processos que quase levam ao naufrágio da sociedade onde acontecem. A tipografia é o maior avanço nas comunicações entre a invenção da escrita e as comunicações eletrônicas de massa do século XX; ela desempenhou papel central nas convulsões sociais, econômicas e religiosas ocorridas durante os séculos XV e XVI. A nação moderna se desenvolveu em decorrência do vigoroso espírito de nacionalismo que varreu a Europa e resultou nas revoluções americanas e francesa do final do século XVIII. Além de ser um poderoso veículo para disseminar ideias sobre direitos humanos e a soberania do povo, a impressão estabilizou e unificou as línguas. Em toda a França, por exemplo, pessoas liam o mesmo material em francês, que até então tinha muitas idiossincrasias locais de

ortografia e gramática. As línguas francesa, inglesa e alemã se tornaram meios tipográficos de comunicação de massa, comunicando a uma só voz para plateias de dimensões inéditas.

O analfabetismo iniciou um longo e firme declínio. A alfabetização era de valor limitado para um campo medieval que não tinha nenhuma esperança de obter acesso a livros. Mas, com a queda dos preços dos livros, os primórdios da escrita popular, como as novelas românticas, e a proliferação do onipresente prospecto tornaram a leitura desejável e cada vez mais necessária para os cidadãos do Renascimento. A sala de aula medieval tinha sido uma espécie de *scriptorium*, onde cada aluno escrevia seu próprio livro. A tipografia alterou radicalmente a educação – aprender tornou-se um processo cada vez menos comunitário e mais individual. O diálogo humano, ampliado pelo tipo móvel, começou a ocorrer numa escala global que transpunha tempo e espaço. A invenção de Gutenberg foi a primeira mecanização de uma habilidade manual qualificada. Como tal, ela colocou em movimento, durante os trezentos anos seguintes, os processos que levariam à Revolução Industrial.

Os inovadores do Renascimento alteraram a percepção de informações pela criação de dois sistemas visuais. A pintura evocou ilusões do mundo natural em superfícies planas por meios como a fonte única de luz e a modelagem de claro e escuro, o ponto de vista fixo e a perspectiva linear, e a perspectiva aérea. A tipografia criou um ordenamento sequencial e repetível de informações e espaço. Ela levou as pessoas rumo ao pensamento linear e à lógica e a uma categorização e compartimentalização de informações que constituíram a base para a investigação científica empírica. Fomentou o individualismo, um aspecto dominante da sociedade ocidental a partir do Renascimento.

A publicação da Bíblia, edição após edição, possibilitou o aumento de seu estudo. Pessoas de toda a Europa formularam suas próprias interpretações em vez de apoiar-se em líderes religiosos como fonte da verdade. Isso levou diretamente à Reforma, que dividiu o cristianismo em centenas de seitas. Depois que Martinho Lutero (c. 1483-1546) afixou suas Noventa e Cinco Teses para debate na porta da igreja do castelo em Wittenberg, na Saxônia, Alemanha, em 31 de



outubro de 1517, seus amigos passaram cópias para as gráficas. Em dezembro sua proclamação havia se espalhado por toda a Europa Central. No prazo de alguns meses, milhares das pessoas de toda a Europa conheciam suas opiniões. Sem a tipografia, é duvidoso que o movimento protestante da era da Reforma tivesse acontecido. Tanto Lutero como o papa Leão X usaram prospectos e tratados impressos numa disputa teológica perante um público massificado por todo o continente.

Ao final do período incunabular, imprensas haviam se estabelecido em toda a Europa, mas bem poucos impressores na época contribuíram para o desenvolvimento do design gráfico. A maioria se contentava em imprimir cópias de manuscritos ou edições anteriores já publicadas. Embora a imprensa substituisse os *copisti* na produção de texto corrido, a mesma divisão do trabalho encontrada no *scriptorium* continuava. Uma impressão multicolorida foi usada no Salmo em Latim, de Fust e Schoeffer, mas a rubricação, decoração e iluminação nos primeiros incunábulo eram quase sempre feitas à mão. Talvez as dificuldades da impressão multicolorida a tornassem mais cara ou talvez houvesse pressão política dos rubricadores e iluminadores suficiente para lhes permitir prosseguir em seu ofício nos livros tipográficos.

A inovação no design ocorreu na Alemanha, onde os artistas da xilogravura e os impressores tipográficos se uniram para desenvolver o livro e o prospecto ilustrados. Na Itália, os estilos de letra e formato herdados dos manuscritos iluminados deram lugar a

um método de design exclusivo do livro tipográfico. Os primeiros impressores seguiam o costume dos manuscritos de colocar o título e o autor no topo da primeira página, no mesmo tamanho e estilo de letras que o texto. Um pequeno espaço era saltado e, em seguida, o *Incipit* (aqui começa) iniciava o livro. Logo no início do período incunabular, um ex-libris impresso [6.1] era colado na frente do livro para identificar o dono. À medida que a impressão se expandiu de Mainz, o mesmo aconteceu com o uso da marca registrada do impressor como identificador visual.

Os escribas e artistas eram frequentemente chamados a fazer modelos ou leiautes para livros e prospectos ilustrados. Foram encontrados livros manuscritos com notas editoriais, notas marginais para indicar onde terminavam as páginas compostas, impressões digitais sujas de tinta e croquis para xilografias. Essas anotações indicam seu uso como referência para livros impressos. Em um desses manuscritos, o colofão do escriba está riscado; no livro impresso ele é substituído por uma versão de composição por tipos.

ORIGENS DO LIVRO TIPOGRÁFICO ILUSTRADO

Os impressores de xilografias e os gravadores viam a impressão tipográfica como séria ameaça ao seu sustento, mas logo na evolução do livro tipográfico o impressor de Bamberg Albrecht Pfister começou a ilustrar seus livros com impressões xilográficas. Por volta de 1460, ele usou cinco xilografias [6.2] e os tipos da Bíblia de 36 linhas de Gutenberg para imprimir sua primeira edição do livro de Johannes von Tepl, *Der Ackerman aus Böhmen* (A morte e o lavrador). Essas nove edições de cinco exemplares de literatura popular contrastavam com os trabalhos teológicos e eruditos publicados pela maioria dos primeiros impressores. À medida que décadas se passaram, os impressores tipográficos aumentaram radicalmente o uso de ilustrações xilográficas. Isso gerou intensa demanda por xilogravuras, e os ilustradores gráficos melhoraram de *status*. Augsburg e Ulm, centros produtores de baralhos xilográficos e produção gráfica religiosa, tornaram-se centros produtores de livros ilustrados. Nos anos 1470, Günther Zainer

6.1 Projeto de ex-libris para Johannes Knabensberg, c. anos 1450. Um dos mais antigos que permaneceram, traz a inscrição: “Hans Iglar, que o ouriço possa beijar você”. Iglar, apelido de Knabensberg, é parecido com a palavra alemã para ouriço, constituindo um dos primeiros trocadilhos gráficos.

6.2 Albrecht Pfister (impressor), ilustração da segunda edição de *Der Ackerman aus Böhmen*, c. 1463. A morte está sentada como um rei em seu trono, ladeada por um viúvo e seu filho à esquerda e a esposa falecida à direita.



(m. 1478) estabeleceu uma gráfica em Augsburg, e seu parente Johann Zainer montou outra a cerca de 70 quilômetros a leste, em Ulm. Ambos eram escribas e iluminadores que haviam aprendido impressão em Estrasburgo.

Günther Zainer encontrou resistência da guilda dos gravadores em madeira de Augsburg quando quis ilustrar seus livros com xilogravuras. Um acordo de 1471 permitiu que Zainer usasse ilustrações xilográficas desde que ele as encomendasse de membros da guilda. Seus primeiros livros ilustrados usavam um tipo gótico arredondado e xilografias encaixadas em uma coluna de tipos da mesma largura. Já os livros que imprimiu em 1475, entre os quais *Spiegel des menschlichen Lebens* (O espelho da vida), que analisava os aspectos positivos e negativos de várias carreiras, empregavam xilogravuras com áreas texturizadas e alguns negros sólidos [6.3]. Isso introduziu maior



6.3 Günther Zainer (impressor), ilustração de *Spiegel des menschlichen Lebens*, 1475. Nesta ilustração de um instrutor de voz, o padrão triangular no piso de azulejo introduz um alegre contraste tonal.

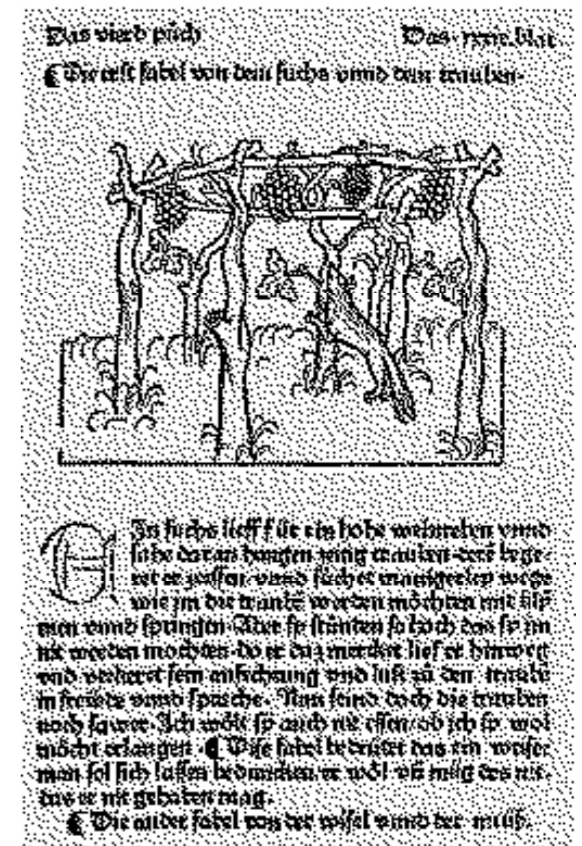


6.4 Johann Zainer, página de *De Mulieribus Claris*, de Boccaccio, 1473. Neste livro, as xilogravuras são todas projetadas em retângulos com a mesma largura da coluna de tipos e dispostas bem rentes a esta.

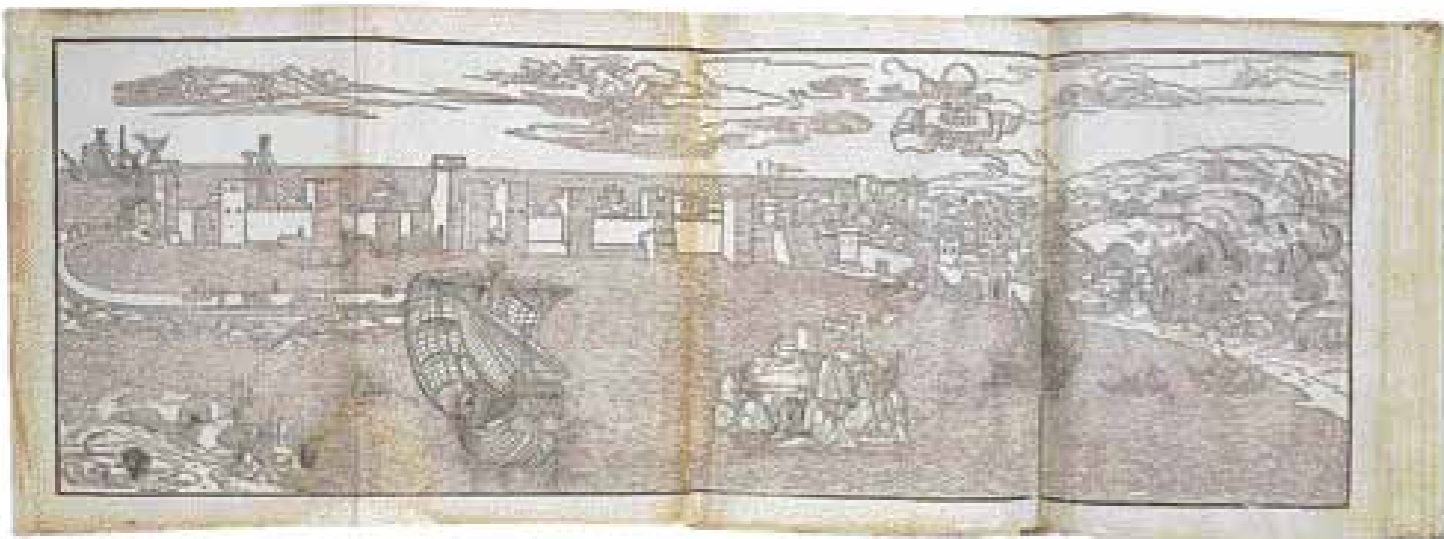
amplitude tonal no design da página. A sorte sorriu para Zainer, pois a venda de cerca de 36 mil livros impressos em mais de cem edições fez dele um dos cidadãos mais destacados e influentes de Augsburg.

Em Ulm, Johann Zainer usou oitenta xilogravuras em sua edição de 1473 de *De Mulieribus Claris* (Sobre mulheres famosas) de Boccaccio [6.4]. A espessura de linha dessas ilustrações é muito regular; as capitulares, impressas em vez de adicionadas posteriormente à mão, são maravilhosas letrinhas xilográficas formadas por pássaros, serpentes e plantas. As xilogravuras foram usadas repetidas vezes em diferentes livros. As 175 xilogravuras na edição de Johann Zainer, de 1476, da *Vita et Fabulae* (Vida e fábulas) de Esopo, por exemplo, aparecem novamente na edição do impressor de Ulm Anton Sorg quatro anos mais tarde [6.5]. Muitas dessas ilustrações não são inteiramente cercadas por bordas retangulares, deixando que o espaço em branco flua das margens largas para dentro das figuras. As capitulares delineadas ampliam esse aspecto de leveza do projeto. As marcas de parágrafo tipográficas não deixam nada para o rubricador nesse volume; o livro impresso estava se tornando independente do manuscrito.

O primeiro ilustrador a ser identificado como tal em um livro foi Erhard Reuwich, por seu trabalho em *Peregrinationes in Montem Syon* (Peregrinações ao monte Sião), impresso com tipos de Schoeffer em 1486. O autor desse primeiro livro de viagem, Bernardo de Breidenbach, prior da catedral de Mainz, partiu para Jerusalém em 25 de abril de 1483 e levou Reuwich para registrar as vistas. Quando retornaram a Mainz em janeiro de 1484, Breidenbach escreveu uma obra sobre sua jornada; o volume publicado apresentava xilogravuras feitas a partir de desenhos de Reuwich. Atento observador da natureza, Reuwich introduziu a ilustração hachurada. Seus desenhos incluíam mapas regionais, edifícios importantes e vistas das cidades principais. Esse livro foi o primeiro a ter ilustrações desdobráveis, entre elas a vista da baía de Modon, de quatro páginas de largura, aqui apresentada [6.6], e uma xilogravura de Veneza com quase 1,5 metro de extensão.



6.5 Anton Sorg, página de *Vita et Fabulae* de Esopo, c. 1479. Sorg usou uma largura de coluna maior que a usada por Zainer em uma versão antiga de *Vita et Fabulae* de Esopo e procurou compensar a falta de alinhamento entre a xilogravura e a coluna de tipos com uma margem acima e abaixo da ilustração.



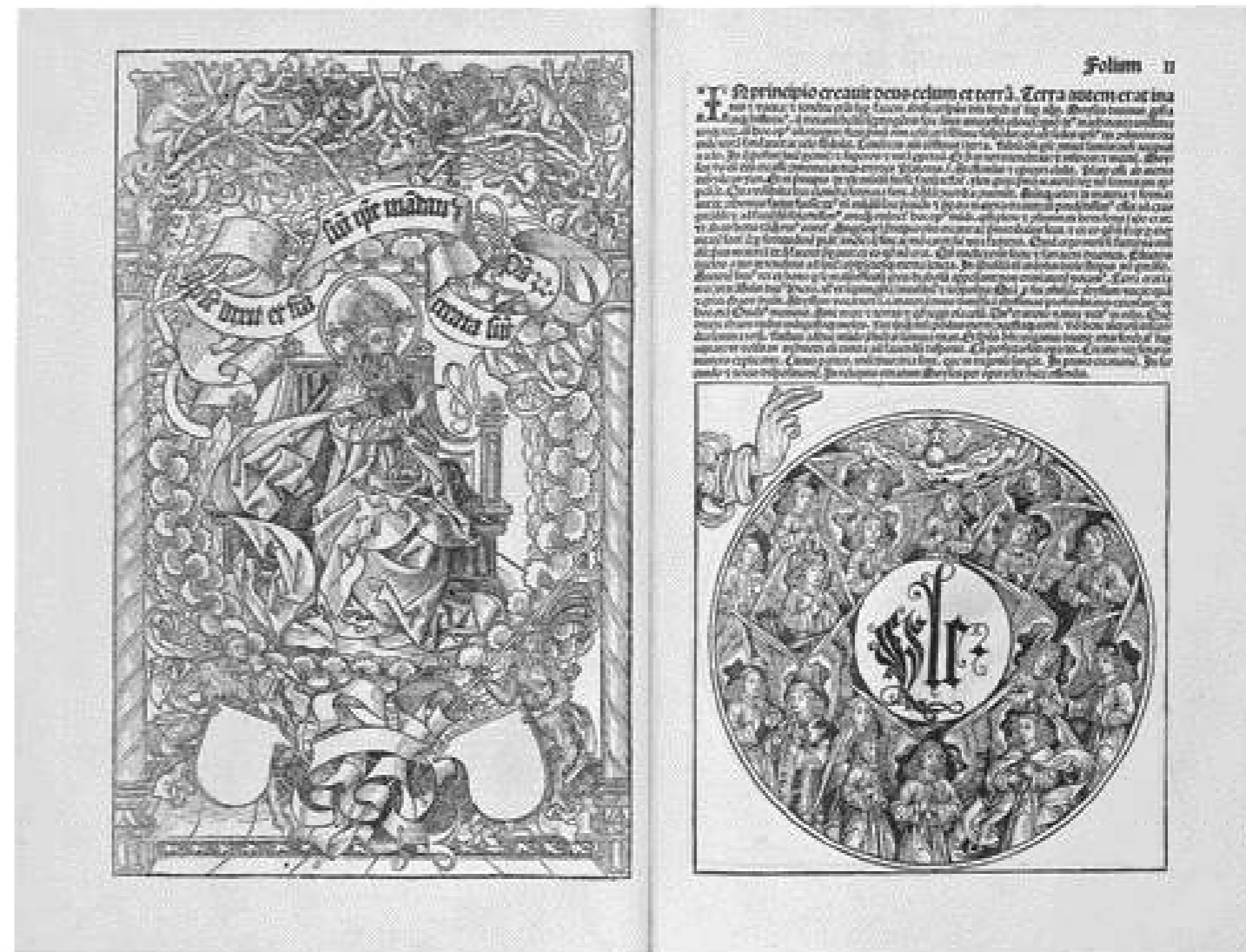
6.6 Erhard Reuwich (ilustrador), ilustração de *Peregrinationes in Montem Syon*, 1486. Vistas panorâmicas apresentam descrições apuradas das cidades visitadas na viagem.

NUREMBERG TORNA-SE UM CENTRO GRÁFICO

Como a imprensa exigia enorme investimento de capital e numerosa força de trabalho treinada, não admira que Nuremberg, que havia se tornado um próspero centro de comércio e distribuição da Europa Central, alojasse no final do século o mais apreciado impressor da Alemanha, Anton Koberger (c. 1440-1513). Sua firma contava com um quadro de cem artesãos, que operavam 24 prensas; imprimiu mais de duzentas edições, inclusive quinze Bíblias. Como livreiro, Koberger possuía dezesseis lojas e tinha agentes em toda a Europa. Nos anos 1490 a maioria dos impressores encontrava dificuldades para vender livros grandes e tinha abandonado o formato enorme das Bíblias litúrgicas. Os livros menores eram mais convenientes e acessíveis para clientes particulares. Koberger, porém, continuou a publicar e vender livros grandes.

Como impressor que trabalhava em conjunto com mestres ilustradores, Koberger produziu três obras-primas. O *Schatzbehalter* (Arca do tesouro), de 1491, um tratado religioso, contém 92 xilogravuras de página inteira feitas pelo pintor e ilustrador xilográfico Michael Wolgemuth (1434-1519). Publicado em duas versões, alemão e latim, em 1493, o *Liber Chronicarum* (Crônicas de Nuremberg), com seiscentas páginas, do dr. Hartmann Schedel, é uma ambi-

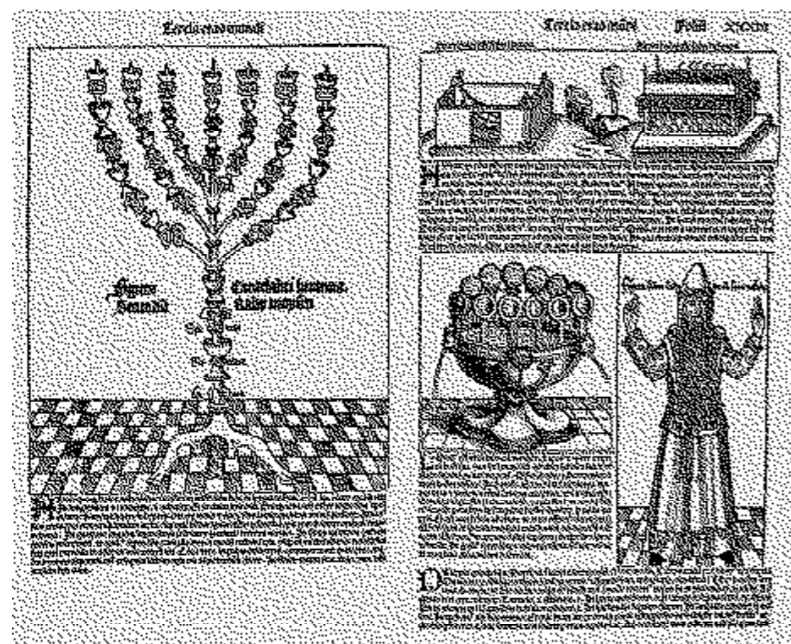
ciosa história do mundo desde a alvorada bíblica da criação [6.7] até 1493. Uma das obras-primas do design gráfico do período incunabular, o *Liber Chronicarum* têm 1 809 ilustrações xilográficas em suas páginas complexas e cuidadosamente projetadas, de 47,5 por 32,6 centímetros. A folha de rosto do índice é uma xilogravura de caligrafia em página inteira [6.8] atri-



6.8 George Alt, folha de rosto de *Liber Chronicarum*, 1493. O título diz: "Registro [índice] para este Livro de Crônicas com ilustrações e retratos desde o início do mundo".

6.7 Anton Koberger, páginas de *Liber Chronicarum*, 1493. A mão levantada de Deus na ilustração inicial é repetida em várias páginas narrando a história bíblica da criação.

6.9 Anton Koberger, páginas de *Liber Chronicarum*, 1493. Este leiaute complexo é organizado pelo uso de linhas em torno das ilustrações. Estas convertem em retângulos as silhuetas das imagens, que podem ser rigorosamente ajustadas aos retângulos de tipos.



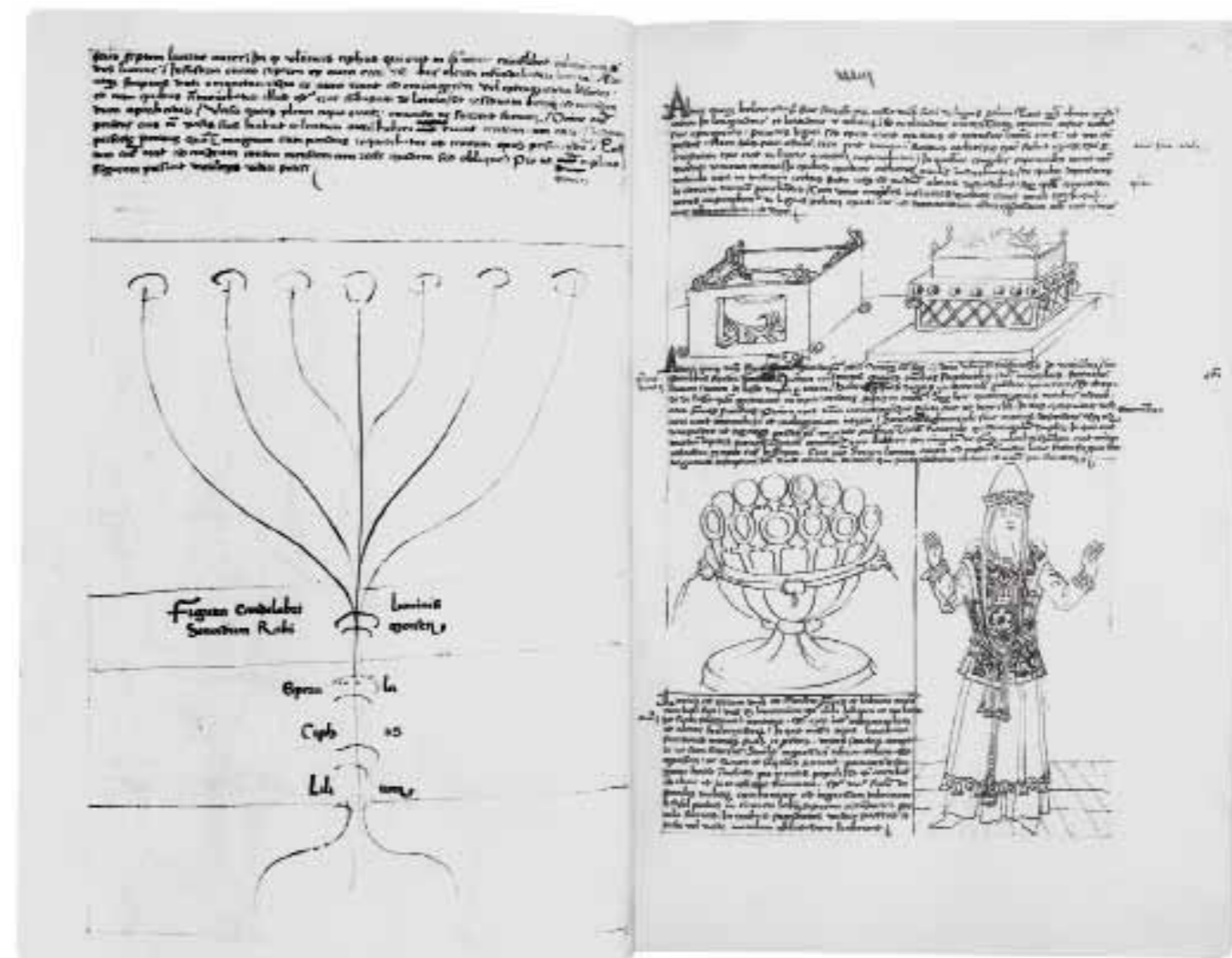
buída a George Alt (c. 1450-1510), escriba que ajudou Hartmann Schedel no desenho de letras da amostra em latim e que traduziu o manuscrito do latim para o alemão para essa edição.

As amostras (leiautes de modelos feitos à mão e textos manuscritos usados como guias para as ilustrações em xilogravuras, composição, design de página e confecção dos livros) para ambas as edições ainda existem e propiciam uma rara apreciação do projeto e processo de produção [6.9, 6.10]. As amostras para o *Liber Chronicarum* registram o trabalho de vários “artistas do croqui” e vários escribas, e o texto manuscrito tem a mesma contagem de caracteres que a linha de tipos para garantir uma conversão precisa. Os editores contrataram Michael Wolgemuth e seu enteado Wilhelm Pleydenwurff (m. 1494) para criar as amostras, desenhar as ilustrações e gravar, corrigir e preparar as xilogravuras para imprimir. Além disso, um ou outro tinha de estar presente na gráfica durante a composição e impressão. Por esse trabalho, os artistas receberam um adiantamento de mil florins e a garantia de metade do lucro líquido. Como muitas xilogravuras foram usadas várias vezes, apenas 645 matrizes diferentes foram necessárias. Por exemplo,

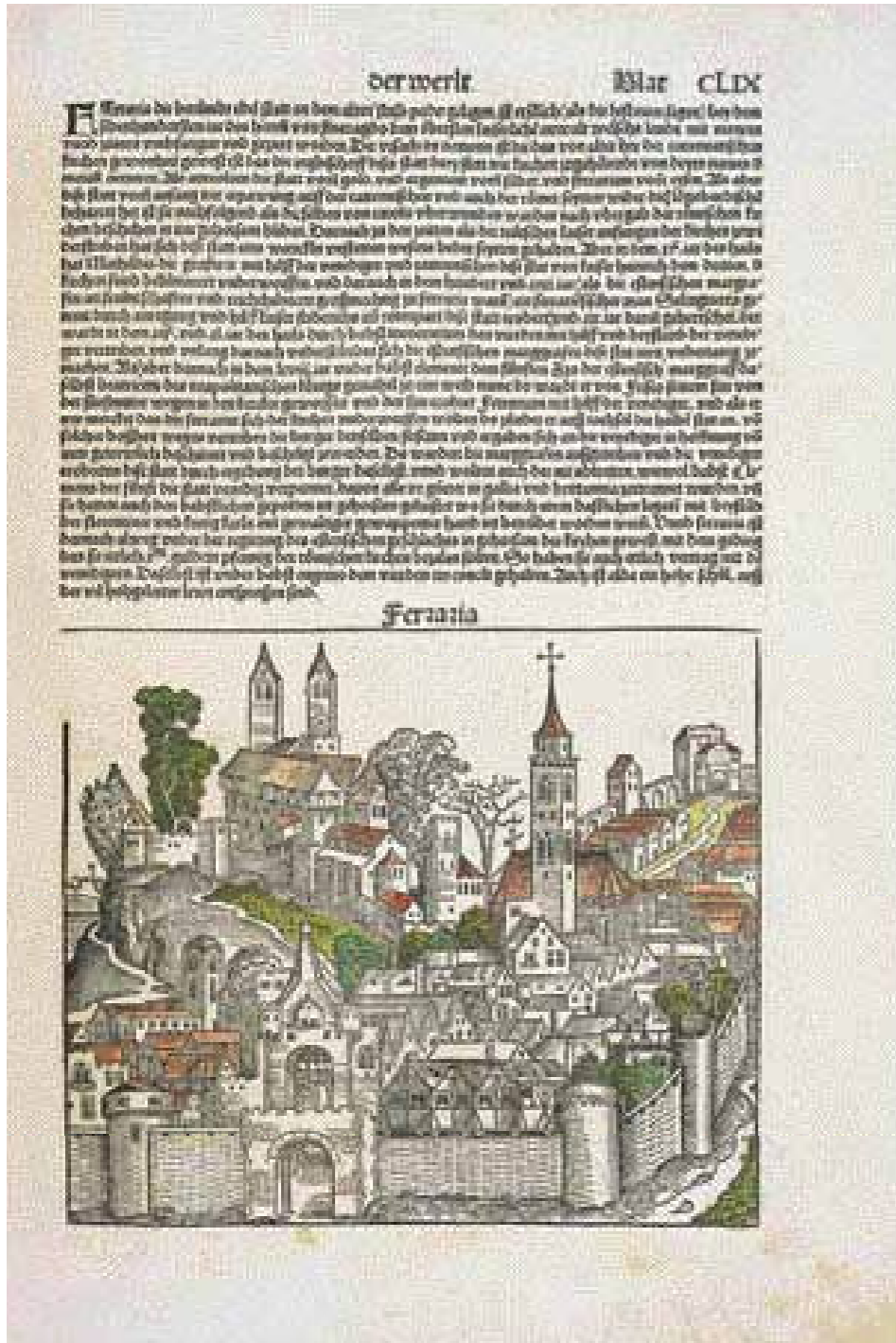
598 retratos de papas, reis e outros personagens históricos foram impressos a partir de 96 xilos. As principais cidades do mundo foram ilustradas [6.11, 6.12]; algumas xilos foram usadas para mais de uma delas.

O contrato de Koberger exigia que ele encomendasse e pagasse por um papel que fosse tão bom ou melhor do que o modelo por ele fornecido, imprimito o livro de acordo com as amostras em um estilo tipográfico aceitável, mantivesse a segurança de uma sala trancada para o projeto e providenciasse um ateliê para Wolgemuth e Pleydenwurff. Koberger recebia quatro florins por resma (quinhentas folhas) de lâminas contendo quatro páginas impressas. Durante os meses de produção, ele podia cobrar periodicamente dos editores por parcelas do livro que tivessem sido impressas e reunidas em cadernos de três lâminas, ou doze páginas.

Os leiautes variam de uma ilustração de página dupla inteira da cidade de Nuremberg a páginas tipográficas, sem ilustrações. Em alguns, são inseridas xilogravuras no texto; em outras, as xilogravuras são alinhadas em colunas verticais. As ilustrações retangulares são colocadas abaixo ou acima das manchas de texto. Quando o leiaute ameaça ficar repetitivo, o



6.10 Ateliê de Michael Wolgemuth e Wilhelm Pleydenwurff, páginas de *Liber Chronicarum*, exemplar em latim, pré-1493. Este leiaute e manuscrito fornecia orientação para os tipógrafos, embora tivessem liberdade para fazer alterações na composição final.



6.11 e 6.12 Anton Koberger, página de *Liber Chronicarum*, 1493. Muitas ilustrações de livros xilográficos eram pintadas à mão.

leitor é surpreendido por um inesperado desenho de página. A textura densa e os traços arredondados dos robustos tipos góticos de Koberger contrastam elegantemente com os tons das xilogravuras. Os ilustradores usaram sua imaginação para criar monstruosidades nunca vistas, cidades nunca visitadas, torturas inimagináveis e expressar a história da criação em símbolos gráficos.

Koberger era padrinho de Albrecht Dürer (1471-1528), cujo pai, ourives, o colocou como aprendiz de Michael Wolgemuth durante quase quatro anos, começando em 1486. É muito provável que o jovem Dürer, que cresceu três casas abaixo na mesma rua da casa e ateliê de Wolgemuth em Nuremberg, tenha ajudado no leiaute e ilustração do *Liber Chronicarum*.

Em 1498, Dürer publicou edições em latim e alemão de *Die Apokalypse* (O Apocalipse) [6.13], ilustradas por sua série monumental de quinze xilogravuras. Esse livro de 32 páginas, com 44,5 por 30,5 centímetros cada, tem quinze páginas duplas com duas colunas de tipos de Koberger à esquerda e uma ilustração de Dürer à direita. *Die Apokalypse* de Dürer tem uma força emocional e expressividade gráfica sem precedentes. Volume e profundidade, luz e sombra, textura e superfície são criados por tinta preta sobre papel branco, o que se torna uma metáfora para a luz em um mundo turbulento de poderes assustadores. Aos 27 anos, Dürer ganhou renome em toda a Europa.

O colofão diz “Impresso por Albrecht Dürer”. Dado o volume prodigioso de impressões, ele provavelmente tinha uma prensa em sua oficina. Como os tipos usados são de Koberger, não sabemos se Dürer adquiriu os tipos de seu padrinho e compôs *Die Apokalypse*, imprimiu as xilogravuras e enviou as folhas impressas para a loja de Koberger, ou se o encarregou de compor a edição sob sua própria supervisão.

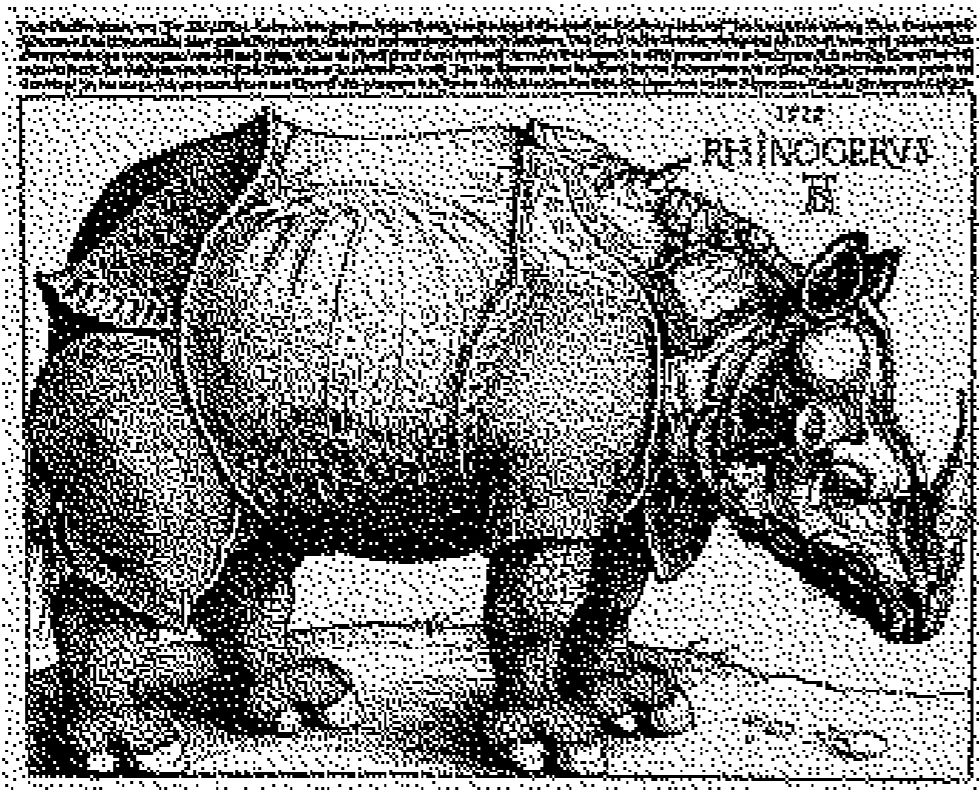
Em 1511, Dürer lançou uma nova edição de *Die Apokalypse* e publicou dois outros volumes de grande formato, *Die große Passion* (A grande Paixão) e *Das Leben der Maria* (A vida da Virgem) [6.14]. Em sua obra madura, alcançou o domínio no uso da linha como tom. Os prospectos de Dürer eram muito populares e pelo menos oito edições de seu *Rhinoceros* (Rinoceronte) [6.15] se esgotaram. O texto sem dúvida foi editado, para que as cinco linhas de tipos de metal

formassem um retângulo perfeito alinhado à margem da xilogravura.

As viagens a Veneza durante seis meses, quando estava com 23 anos, e durante um ano e meio, quando estava com 34, possibilitaram a Dürer absorver a teoria e a técnica da pintura, bem como a filosofia humanista do Renascimento italiano. Ele se tornou uma influência importante no intercâmbio cultural que presenciou o espírito do Renascimento infiltrar-se na Alemanha. Ele acreditava que os artistas e artesãos alemães estavam produzindo trabalho inferior ao dos italianos porque careciam do conhecimento teórico de seus colegas profissionais do sul. Isso inspirou seu primeiro livro, *Underweisung der Messung*



6.13 Albrecht Dürer, *Die vier Apokalyptischen Reiter* (Os quatro cavaleiros do Apocalipse), 1498. Situado num divisor de águas histórico à medida que a época medieval evoluía rumo ao Renascimento alemão, Dürer simultaneamente alcançou o poder espiritual da primeira e o domínio artístico do segundo.



6.14 Albrecht Dürer, folha de rosto de *Das Leben der Maria*, 1511. Um brilho de sol linear cria uma deslumbrante luminosidade raramente alcançada com tinta preta em papel branco. A forma triangular do título faz coro com as linhas irradiadas das figuras; o texto (abaixo) repete as linhas horizontais acima dele.

mit dem Zirckel und Richtscheyt (Um curso na arte de medir com o compasso e a régua), em 1525. Os dois primeiros capítulos são discussões teóricas de geometria linear e construção geométrica bidimensional. O terceiro capítulo explica a aplicação da geometria à arquitetura, decoração, engenharia e formas de letras. As versais romanas maravilhosamente proporcionadas de Dürer, com instruções claras para sua composição, contribuíram significativamente para a evolução do design do alfabeto [6.16]. Relacionando cada letra ao quadrado, Dürer descobriu um método de construção usando uma relação de 1:10 da largura para a altura do traço pesado. Essa é a proporção aproximada do alfabeto de Trajano, mas Dürer não baseou seus desenhos em uma origem única. Reconhecendo o valor da arte e da percepção, bem como da geometria, ele advertia seus leitores de que certas falhas de construção somente podiam ser corrigidas por um olho sensível e uma mão treinada. O quarto capítulo

6.15 Albrecht Dürer, prospecto, 1515. Dürer desenvolveu sua ilustração xilográfica a partir de um esboço e descrição enviados da Espanha, depois da chegada do primeiro rinoceronte à Europa em mais de mil anos.

trata da construção de sólidos geométricos, perspectiva linear e auxílios mecânicos para o desenho.

O livro ilustrado *De Symmetria Partium Humanorum Corporum* (Tratado sobre as proporções humanas) [6.17] foi publicado em Nuremberg pela primeira vez pouco depois da morte de Dürer, em 1528. Ele compartilhava seu impressionante conhecimento de desenho, da figura humana e dos avanços dos artistas italianos com os pintores e artistas gráficos alemães.

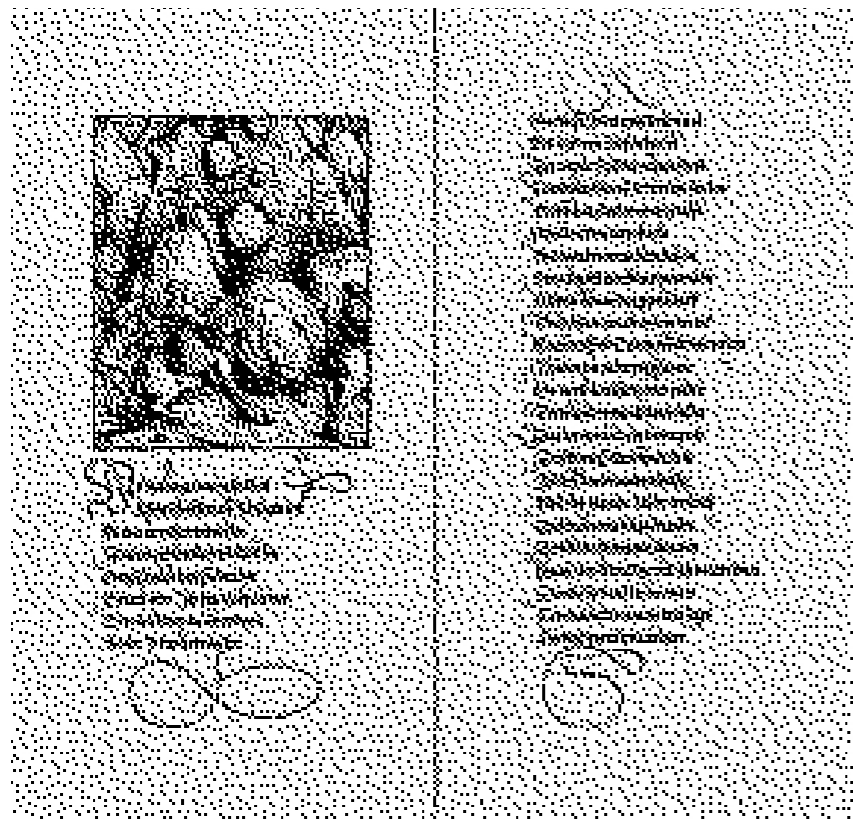


6.16 Albrecht Dürer, de *Underweisung der Messung*, 1525. Dürer apresentou variações para cada caractere do alfabeto.



6.17 Albrecht Dürer, xilogravura de *De Symmetria Partium Humanorum Corporum*, 1532. Para ajudar seus colegas artistas, Dürer oferece um dispositivo "através-do-grid" como recurso auxiliar para o desenho.





6.18 Johann Schoensperger (impressor), páginas de *Teuerdank*, 1517. Os gestos caligráficos extravagantes são apropriados para essa inovadora novela romântica sobre cavalaria. As caudais são cuidadosamente colocadas para animar o leiaute do livro.

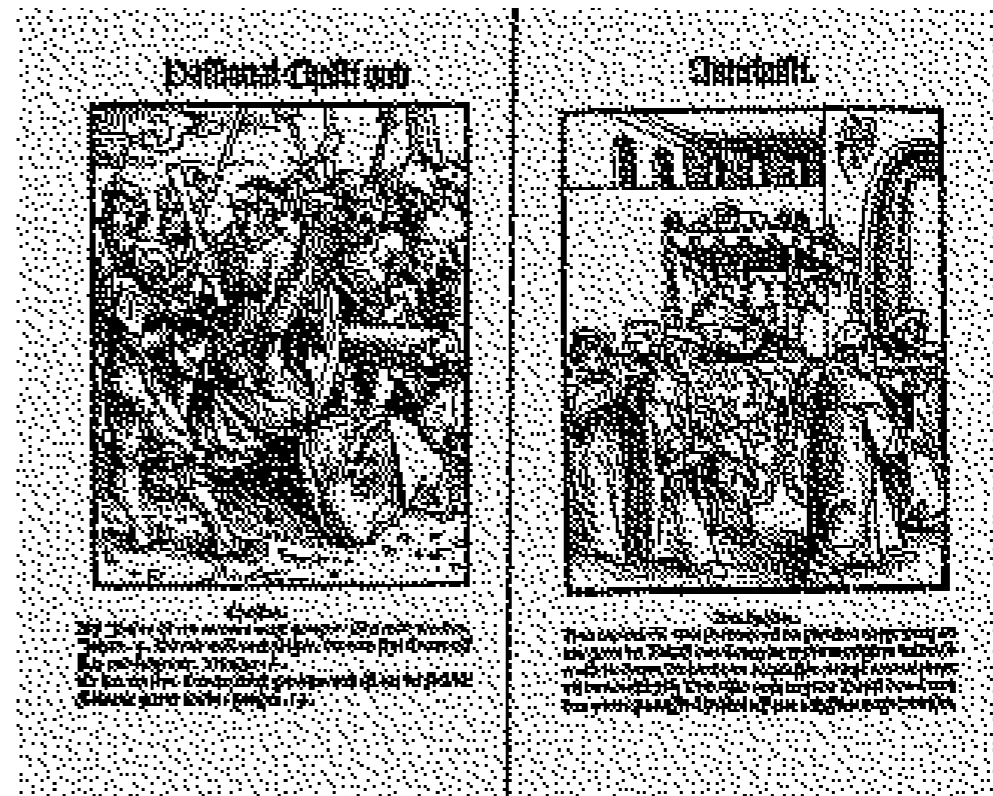
* A versão original faz menção a dois tipos de prospecto, cujos nomes não têm equivalente em português: *broadside*, que é uma única folha de papel impressa somente de um lado, e *broadsheet*, que é a folha impressa dos dois lados; ainda assim, o autor lembra que, mesmo na língua inglesa, “esses termos são usados muitas vezes de modo intercambiável”. Na tradução, optamos pelo vocábulo “prospecto” por ser um termo mais abrangente e acomodar melhor não apenas as características físicas, mas também o uso desses impressos. [N. E.]

O DESENVOLVIMENTO POSTERIOR DO LIVRO ILUSTRADO ALEMÃO

Enquanto os artistas gráficos e impressores na Itália e na França evoluíam em direção ao design de livros do Renascimento (discutido no capítulo 7), o design gráfico alemão continuou sua tradição de tipos textura e de vigorosas ilustrações xilográficas. Um dos ex-alunos de Dürer, Hans Schäufelein, foi encarregado de projetar as ilustrações do livro de Pfintzing *Teuerdank* [6.18], aventura de fidalguia e cavalaria que foi impresso por Johann Schoensperger, o velho, em Nuremberg em 1517. Encomendado pelo imperador Maximiliano para comemorar seu casamento com Maria de Borgonha, esse livro luxuoso exigiu cinco anos para ser produzido. Os tipos para *Teuerdank*, projetados pelo calígrafo da corte Vincenz Rockner, abrangem um dos mais antigos exemplos do estilo gótico conhecido como *Fraktur* (fraturados). Algumas das linhas retas angulares e rígidas encontradas nos tipos textura foram substituídas por traços fluentes, curvos.

Rockner levou essa qualidade de desenho ainda mais longe num esforço para mimetizar a liberdade gestual da caneta. Até oito caracteres alternativos eram desenhados e moldados para cada letra, com amplos floreados caligráficos, alguns dos quais fluíam livremente pelo espaço circundante. Quando o livro foi publicado, outros impressores insistiram que as letras ornamentais deviam ter sido impressas a partir de blocos de madeira, pois se recusavam a crer que fosse possível alcançar esses efeitos com tipos fundidos em metal. (Um *i* invertido na edição de 1517, porém, é uma prova conclusiva de que foram usados tipos de metal na impressão de *Teuerdank*.)

Os efêmeros prospectos* se tornaram um meio importante de disseminação de informações desde a invenção da imprensa até a metade século XIX. Seu conteúdo variava de anúncios de deformidades de nascença até retratos de famosos líderes seculares e religiosos [6.21]. Divulgavam-se festivais e feiras e eram anunciadas a venda de bilhetes de loteria e indulgências. Causas políticas e convicções religiosas eram expostas. Invasões e desastres eram proclamados. As folhas impressas dobradas evoluíram para

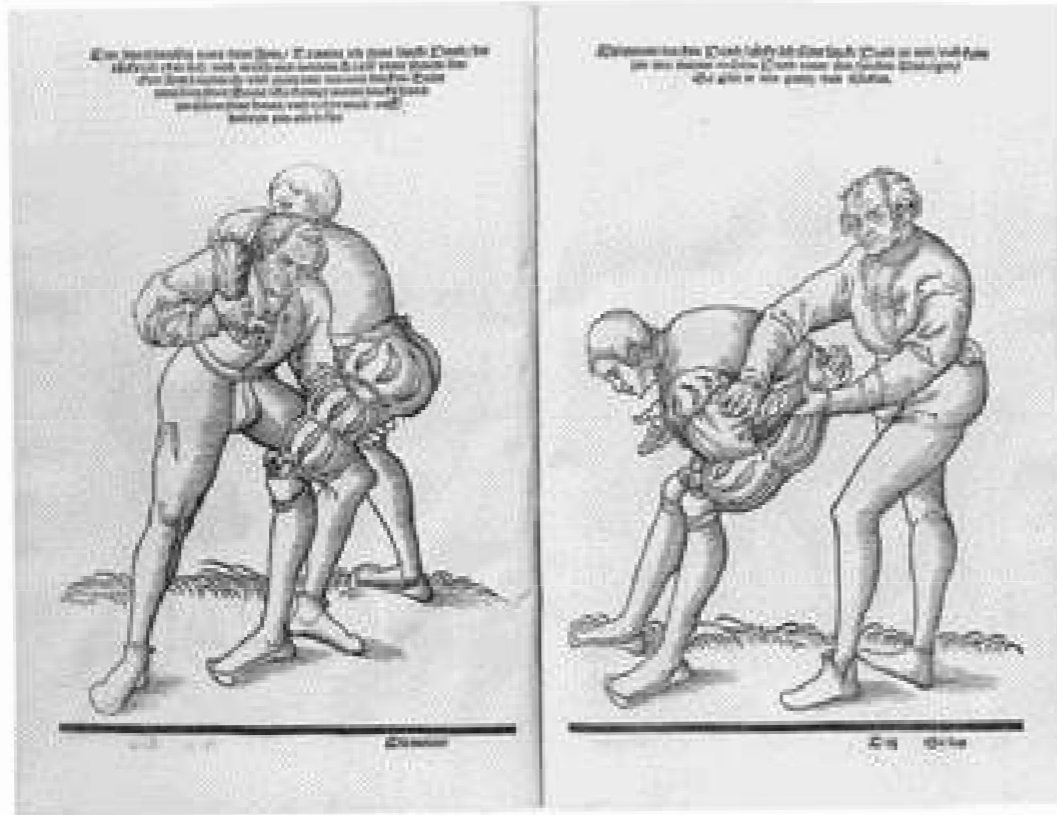


6.19 Grunenberg (impressor) e Lucas Cranach o Velho (ilustrador), páginas de *Passional Christi und Antichristi*, 1521. Em mordaz contraste satírico, Cristo pena sob o peso de sua cruz enquanto o papa viaja elegantemente em uma liteira.

folhetos, tratados e, mais tarde, jornais. Muitas vezes, o design de um prospecto era tarefa do tipógrafo, que organizava o espaço e tomava decisões tipográficas enquanto compunha. As xilogravuras eram encomendadas de artistas. Uma vez disponível, uma xilogravura podia figurar em vários prospectos ou ser vendida ou emprestada para outro impressor.

Como Martinho Lutero insistiu na ruptura com a Igreja católica, que começou em 1517, sua presença na universidade em Wittenberg conferiu importância às artes gráficas lá produzidas. Lutero achou um amigo e leal seguidor no artista Lucas Cranach o Velho (1472-1553), que tinha sido chamado a Wittenberg pelos eleitores da Saxônia. Além de seu ateliê, que contava com vários assistentes bem treinados, Cranach operava uma gráfica, uma livraria e uma fábrica de papel. Ele até encontrou tempo para ocupar duas vezes o cargo de prefeito de Wittenberg. Dedicou sua considerável energia à Reforma, retratando os reformadores e sua causa em livros e panfletos. Quando Lu-

tero viajou para Worms, para seu conhecido processo em 1521, seus retratos feitos por Cranach enchiam a cidade de impressos proclamando suas convicções. E, mesmo assim, Cranach aceitava regularmente encomendas para madonas e crucificações de clientes católicos, e muitas xilogravuras que ele produziu para a Bíblia de Lutero também foram usadas em uma edição católica subsequente. Um exemplo de propaganda muito eficaz é o trabalho de Cranach para *o Passional Christi und Antichristi* (Paixão de Cristo e do Anticristo) [6.19], impresso por Grunenberg em 1521. Inspiradas por Lutero, cenas da vida de Cristo e descrições mordazes do papado são justapostas em contraste gráfico nas páginas espelhadas. Ambos os filhos de Cranach, Hans Cranach (m. 1537) e Lucas Cranach o Jovem (1515-1586), trabalharam no estúdio do pai. Poucos exemplares do trabalho de Hans permanecem, mas o filho mais novo continuou a trabalhar no estilo da família durante muitos anos após a morte do pai [6.20, 6.21].



6.20 Hans Lufft (impressor) e Lucas Cranach o Jovem (ilustrador), páginas de *Ringer-Kunst (Arte da luta livre)* de Auerswald, 1539. Lufft imprimiu 87 xilografuras de Cranach sem a borda habitual, possibilitando que fossem dinamicamente movidas na página. As legendas centradas acima e a espessa pauta abaixo restabelecem o equilíbrio nesse livro predominantemente ilustrativo.

A EXPANSÃO DA TIPOGRAFIA

A Itália, que estava na vanguarda da lenta transição da Europa do mundo medieval feudal para um mundo de renascimento cultural e comercial, patrocinou a primeira gráfica fora da Alemanha. Embora a Itália do século xv fosse uma miscelânea política de cidades-Estado, monarquias, repúblicas e domínios papais, ela estava no apogeu de sua riqueza e no esplendor do patronato das artes e arquitetura. Em 1465 o cardeal Turrecremata, do mosteiro beneditino em Subiaco, convidou dois impressores, Conrad Sweynheym (m. 1477), de Mainz, que havia sido empregado por Peter Schoeffer, e Arnold Pannartz (m. 1476), de Colônia, para estabelecerem uma gráfica em Subiaco. O cardeal desejava publicar clássicos latinos e seus próprios escritos.

Os tipos projetados por Sweynheym e Pannartz [6.22] significaram o primeiro passo rumo a uma tipo-

grafia de estilo romano baseada nas letras desenvolvidas por escribas italianos. Esses estudiosos haviam descoberto cópias de clássicos romanos perdidos, equivocadamente julgaram ter descoberto a autêntica escrita romana, em oposição à grafia negra medieval que, erroneamente, acreditaram ser o estilo de escrita dos “bárbaros” que destruíram Roma. Sweynheym e Pannartz criaram um “alfabeto duplo” tipográfico combinando as letras maiúsculas de inscrições romanas antigas com as minúsculas arredondadas que evo-

**bar ille dicitur: q̄ quom̄ p̄mū aures uocaret moyses figurā
shelua uocari: ut dicit milites delectas esse aduersus an
nabantibios israel: et aduersarū debellare p̄ nois figurā**

**esse senium senitatis quercum. eamq̄ illū ad cogita
qua dicitur opulētē. Democritus quāsi in puteo q̄
ut fundit sic stultus: uenturam iacere demeritam**



6.21 Lucas Cranach o Jovem, prospecto, 1551. Este retrato comemorativo de Martinho Lutero traz a identificação do ilustrador (a “serpente voadora” de Cranach) e o abridor de blocos, um artesão chamado Jörg, que é identificado tipograficamente acima da data.

6.22 Conrad Sweynheym e Arnold Pannartz, amostras das primeiras (acima, 1465) e das segundas tipografias (abaixo, 1467) na evolução rumo ao estilo romano, apresentadas em tamanho próximo ao original.

luíram na Itália a partir das minúsculas carolíngias. Eles tentaram unificar esses alfabetos opostos adicionando serifas a algumas minúsculas e redesenhando outras. Depois de três anos em Subiaco, Sweynheym e Pannartz mudaram-se para Roma, onde projetaram um alfabeto mais plenamente romano, que se tornou o protótipo em uso ainda hoje. Até 1473 a sociedade dos dois havia produzido mais de cinquenta edições, normalmente em tiragens de 275 cópias. Dez outras cidades italianas também tinham impressores publicando clássicos em latim, e o mercado não conseguiu absorver a súbita oferta de livros. A sociedade de Sweynheym e Pannartz sofreu um colapso financeiro e foi dissolvida.

Os primeiros volumes impressos na Itália seguiram o padrão dos primeiros livros alemães. Capitulares, fólhos, cabeçalhos e marcas de parágrafo não eram impressos. Deixava-se espaço para que fossem rubricados com tinta vermelha por um escriba. Muitas vezes, uma letra minúscula era impressa no espaço deixado para uma inicial em iluminura para dizer ao escriba qual inicial desenhar. Em muitos incunábulo, as marcas de parágrafo acabaram não sendo desenhadas nos espaços reservados. Por fim, o espaço em branco por si só indicava um parágrafo.

Depois de ser aprendiz no comércio têxtil inglês, William Caxton (c. 1421-1491) trocou sua terra natal pelo centro têxtil de Bruges, na Holanda, onde montou seu próprio negócio como comerciante e diplomata. No início dos anos 1470 passou um ano e meio em Colônia, onde traduziu o *Recuyell des Histoires de Troie* (Compilação das histórias de Troia), do francês para o inglês, e aprendeu a imprimir. Ao regressar a Bruges, convocou a ajuda do iluminador e calígrafo Colard Mansion e instalou uma gráfica naquela cidade. Em 1475, a tradução de Caxton se tornou o primeiro livro tipográfico em língua inglesa. No epílogo da terceira parte, Caxton diz ao leitor: “Minha pena está gasta, minha mão cansada e trêmula, meus olhos estão fracos de tanto olhar para o papel branco”; assim, ele “praticara e aprendera a duras penas como imprimi-lo”.

Os sócios se separaram depois de imprimir uma tradução inglesa do *Liber de ludo scaccorum* (O livro do jogo de xadrez) [6.23] e dois ou três livros em língua francesa. Mansion permaneceu em Bruges e imprimiu



6.23 William Caxton e Colard Mansion, página de *Liber de ludo scaccorum*, c. 1476. Os tipos excêntricos, instáveis, usados por Caxton, prenunciavam a era do livro tipográfico na Inglaterra.

27 edições até 1484, quando foi obrigado a fugir da cidade para escapar de seus credores. Caxton transferiu seus tipos e prensa para o outro lado do canal da Mancha e estabeleceu a primeira gráfica em solo inglês. Ele que havia produzido o primeiro livro em inglês, agora imprimia o primeiro livro na Inglaterra, o *Sign of the Red Pail* (Sinal do balde vermelho), em Westminster.

Os cerca de noventa livros que ele publicou em Westminster abrangiam quase todas as principais obras da literatura inglesa até o século XIV, incluindo os *Canterbury Tales* (Contos de Canterbury), de Chaucer, e a *Le Morte d'Arthur* (Morte de Artur) de sir Thomas Malory. Caxton é uma figura central no desenvolvimento de uma língua inglesa nacional, pois seu trabalho tipográfico estabilizou e unificou os diversos dialetos em constante mutação usados nas ilhas. Acima de tudo um estudioso e tradutor, Caxton contribuiu pouco para a evolução do design e impressão de livros, já que seu trabalho tinha um vigor rude, destituído de elegância ou refinamento gráficos. As ilustrações xilográficas de seus volumes têm uma contundência

impertinente e são canhestamente desenhadas; a impressão é inferior à da Europa continental do mesmo período. Sua marca de impressor [6.24] evoca os tapetes tecidos em Bruges. Depois da morte de Caxton, seu capataz, Wynkyn de Worde, continuou seu trabalho e publicou quase quatrocentos títulos durante as quatro décadas seguintes.

A imprensa chegou à França em 1470, quando três impressores alemães – Michael Freiburger, Ulrich Gering e Martin Kranz – foram patrocinados pelo prior e bibliotecário da Sorbonne para estabelecer ali uma gráfica. Inicialmente usaram letras romanas inspiradas em tipos italianos para reimprimir clássicos, mas depois que perderam seu patrocínio da Sorbonne, em 1473, começaram a imprimir com tipos góticos, que eram mais familiares ao público francês. Numa ação maior que em qualquer outro país, os impressores xilográficos e tipográficos uniram forças para reproduzir o design dos manuscritos iluminados. As iluminuras góticas tardias foram o auge da arte francesa da época e as primeiras impressões na França cercaram seus tipos góticos e ilustrações xilográficas com blocos modulares que preenchiam o espaço com flores e folhas, pássaros e animais, padrões e retratos. Jean Dupré imprimiu o primeiro livro tipográfico de destaque da França, *La Cité de Dieu* (A cidade de Deus), de Santo Agostinho, em 1486. As *Horae Beatus Virginis Mariae* (Horas da abençoada Maria) de Philippe Pigouchet estabeleceram a excelência gráfica dessa forma popular de livro [6.25]. Pigouchet parece ter introduzido a técnica *criblé*, na qual as áreas pretas de um bloco de madeira são perfuradas com pontos brancos, dando à página uma tonalidade alegre.

A Espanha também recebeu três impressores alemães, que chegaram a Valência em 1473 sob os auspícios de uma grande firma alemã de importação e



6.24 William Caxton, marca do impressor, depois de 1477.

6.25 Philippe Pigouchet, página de *Horae Beatus Virginis Mariae*, 1498. A complexidade densa de ilustração, tipografia e ornamentos comprimidos no espaço é típica do design de livros de Pigouchet.



exportação. O senso de design dos espanhóis, que favorecia volumes escuros equilibrando o detalhe decorativo, influenciou seu design gráfico, particularmente suas grandes folhas de rosto xilogravadas [6.26]. Uma obra-prima do design tipográfico espanhol é a Bíblia Poliglota de Arnaldo Guillén de Brocar [6.27], de 1514-1517. Composto de textos correlacionados em múltiplos idiomas, esse volumoso projeto de pesquisa atraiu estudiosos de toda a Europa para a Universidade de Alcalá de Henares. O impressor teve de projetar um formato de página que acomodasse cinco apresentações tipográficas simultâneas.

Durante as notáveis primeiras décadas da tipografia, impressores e artistas gráficos alemães estabeleceram uma tradição nacional do livro ilustrado e divulgaram o novo meio de comunicação por toda a Europa e mesmo para o Novo Mundo. Ao mesmo tempo, um renascimento cultural surgiu na Itália e arrebatou rapidamente o design gráfico para direções novas e sem precedentes.



6.26 Diego de Gumiel, folha de rosto para *Aureum Opus* (Grandes obras), 1515. O título quase se torna um comentário sobre esta folha de rosto. O uso de xilogravuras em preto e branco e imagens heráldicas caracteriza o antigo design gráfico espanhol.



6.27 Arnaldo Guillén de Brocar, página da Bíblia Poliglota, 1514-1517. O grid desenvolvido para este volume usa colunas desiguais para compensar as diferentes medidas de cada língua.

7

O design gráfico do Renascimento

O termo *Renascimento* foi usado originalmente para denotar o período que começou nos séculos XIV e XV na Itália, quando a literatura clássica da Antiguidade grega e romana foi restaurada e novamente lida. Entretanto, a palavra costuma ser hoje empregada para abranger o período que marca a transição do mundo medieval para o moderno. Na história do design gráfico, o renascimento da literatura clássica e a obra dos humanistas italianos estão intimamente ligados a uma abordagem inovadora do design de livros. O design de tipos, o leiaute de página, ornamentos, a ilustração e até o projeto global do livro foram repensados pelos impressores e eruditos italianos. Os desenhos de protótipos do alfabeto romano de Sweynheim e Pannartz [6.22] e as grosseiras margens decorativas dos primeiros livros franceses [6.25] foram o primeiro passo experimental rumo aos excepcionais projetos de livros do Renascimento. O desabrochar de um novo modo de tratar o design de livros, independentemente do livro ilustrado alemão, começou em Veneza e ali continuou durante as três últimas décadas do século XV.

7.1 Johannes de Spira, tipografia de *De Civitate Dei*, 1469. O eixo vertical e os ângulos agudos da textura que permaneciam nas fontes de Sweynheim e Pannartz deram lugar a uma unidade orgânica de formas horizontais, verticais, diagonais e circulares.

7.2 Nicolas Jenson, tipografia de *De Praeparatione Evangelica*, 1470. Um novo padrão de excelência foi estabelecido com letras mais largas, mancha mais leve e uma estrutura mais uniforme de traços pretos sobre fundo branco.

mortales colere videantur: nec beatitudinis privationem in e
fiteantur. Non ergo ad beatitudinem consequendam omnia fug
para: sed corruptibilia: graua: moribunda: non qualia fecit pri

Hasc igitur spiciet diuinus ille ut moribus feruis & inuolabili
a caeteris gentibus separe nos uoluit: quo pacto facilius corpore a
inmaculatos loqueq; ab huiusmodi falsis opinioibus remotos for

O DESIGN GRÁFICO DO RENASCIMENTO ITALIANO

Não foi Florença, onde os abastados Médicis consideravam os livros impressos inferiores aos livros manuscritos, mas Veneza – o centro do comércio e portal da Europa para os negócios com as nações do leste mediterrâneo, Índia e Oriente – que mostrou o caminho no design de livros tipográficos italianos. Orlives de Mainz, Johannes de Spira (m. 1470) recebeu um monopólio de cinco anos sobre a impressão em Veneza, publicando seu primeiro livro, *Epistolae ad Familiares* (Cartas a familiares), de Cícero, em 1469. Seus inovadores e belos tipos romanos [7.1] descartam certas qualidades góticas encontradas nas fontes de Sweynheim e Pannartz; ele proclamava que os tipos eram uma concepção original. Impressa em parceria com seu irmão, Vindelino, a edição de Spira do livro de Santo Agostinho *De Civitate Dei* (A cidade de Deus), em 1470, foi o primeiro livro tipográfico com numeração de página. Após a morte prematura de Johannes, Vindelino de Spira herdou a gráfica do irmão, mas não o direito exclusivo de imprimir em Veneza.

Nicolas Jenson (c. 1420-1480), que fora mestre da Casa da Moeda Real de Tours, França, era um abridor de moldes para cunhagem de moedas altamente qualificado. Ele estabeleceu a segunda gráfica de Veneza logo após a morte de Spira. Em 1458, o rei Carlos VII da França enviou Jenson para Mainz a fim de aprender impressão. Conta-se que Jenson optou por não retornar à França depois da ascensão de Luís XI ao trono francês em 1461. A fama de Jenson como um dos maiores designers de tipos e punccionistas da história

se deve aos primeiros tipos usados no livro de Eusébio, *De Praeparatione Evangelica* (Preparação evangélica), que apresenta o pleno florescimento do design de tipos romanos [7.2].

Parte da influência duradoura das fontes de Jenson é sua extrema legibilidade, mas foi sua habilidade de projetar os espaços entre as letras e no interior de cada forma para criar uma tonalidade homogênea em toda a página que conferiu a marca de gênio ao seu trabalho. Durante a última década de sua vida, Jenson projetou excelentes fontes gregas e góticas e publicou cerca de 150 livros que lhe trouxeram sucesso financeiro e renome artístico. Os caracteres nas fontes de Jenson se alinhavam mais perfeitamente que os de qualquer outro impressor de seu tempo. Ele e muitos outros impressores antigos desenhavam marcas registradas para identificar seus livros [7.3 - 7.5]. Conforme observou Lance Hidy, esses emblemas testemunham a atenção renovada aos hieróglifos egípcios durante o Renascimento. Na época, acreditava-se erroneamente que os hieróglifos eram apenas ideográficos e não fonéticos. Isso resultou no design de símbolos e heráldica que são precursores dos utilizados no design gráfico moderno.

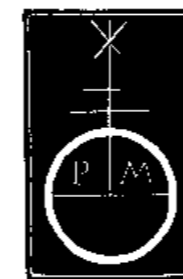
Os designers do Renascimento encantavam-se com a decoração floral. Flores silvestres e vinhas eram aplicadas à mobília, à arquitetura e ao manuscrito. O livro continuava a ser uma colaboração entre o impressor tipográfico – no período incunabular a tipografia era às vezes chamada de escrita artificial – e o iluminador, que adicionava iniciais e ornamentos. O passo lógico seguinte era imprimir tudo em uma prensa. Erhard



7.3 Atribuída a Nicolas Jenson, marca para a Sociedade dos Impressores Venezianos, 1481. Um dos símbolos mais antigos da humanidade, o motivo orbe e cruz é encontrado em uma câmara da pirâmide de Quéops, em Gizé, onde foi lavrado em pedra como marca de uma pedra. No tempo de Jenson simbolizava que "Deus deve reinar sobre a Terra".



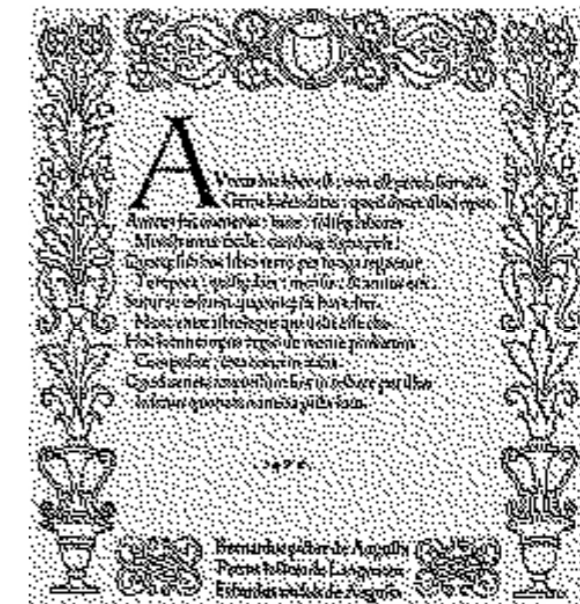
7.4 Laurentius de Rubeis, marca de impressor, 1482. Esta orbe e cruz foi projetada na cidade de Ferrara, localizada cerca de 90 quilômetros a sudoeste de Veneza.



7.5 Padre Miguel, marca de impressor, 1494. Dezenas de impressores de incunábulos adotaram uma marca de tipo orbe e cruz. Miguel trabalhou em Barcelona, Espanha.

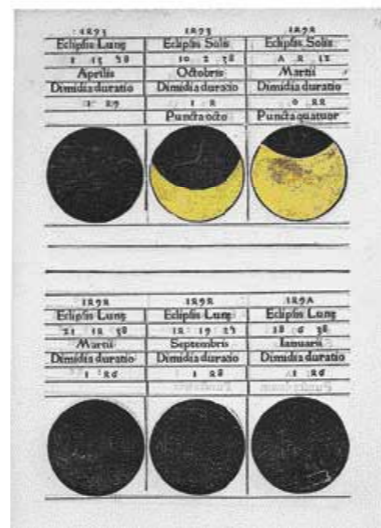
Ratdolt (1442-1528) deu passos importantes rumo ao livro totalmente impresso. Mestre impressor de Augsburg, Alemanha, Ratdolt trabalhou em Veneza de 1476 a 1486. Trabalhando de perto com seus sócios Bernhard Maier e Peter Loeslein, sua edição de 1476 do *Calendarium* (Livro de registros) de Regiomontano teve a primeira folha de rosto completa usada para identificar um livro [7.6]. Além dessa inovadora folha de rosto, o *Calendarium* continha sessenta diagramas de eclipses solares e lunares impressos em amarelo e preto [7.7]. O medo e a superstição eram eliminados à medida que os cientistas começavam a entender os fenômenos naturais, e os impressores disseminavam esse conhecimento. Os eclipses passaram da magia negra para o fato previsível. Na parte de trás do livro há um disco matemático tripartido para calcular os ciclos solares [7.8].

Outra inovação de Ratdolt foi o modo como as molduras xilográficas e as capitulares eram usadas como elementos do projeto. Essas características decorativas incluíam formas naturalistas inspiradas na Antiguidade ocidental e formas com padronagens derivadas das culturas islâmicas orientais. Supõe-se que Bernhard Maier (também chamado de Pictor) era o designer das molduras de Ratdolt. Usavam-se tanto ornamentos lineares como desenhos invertidos

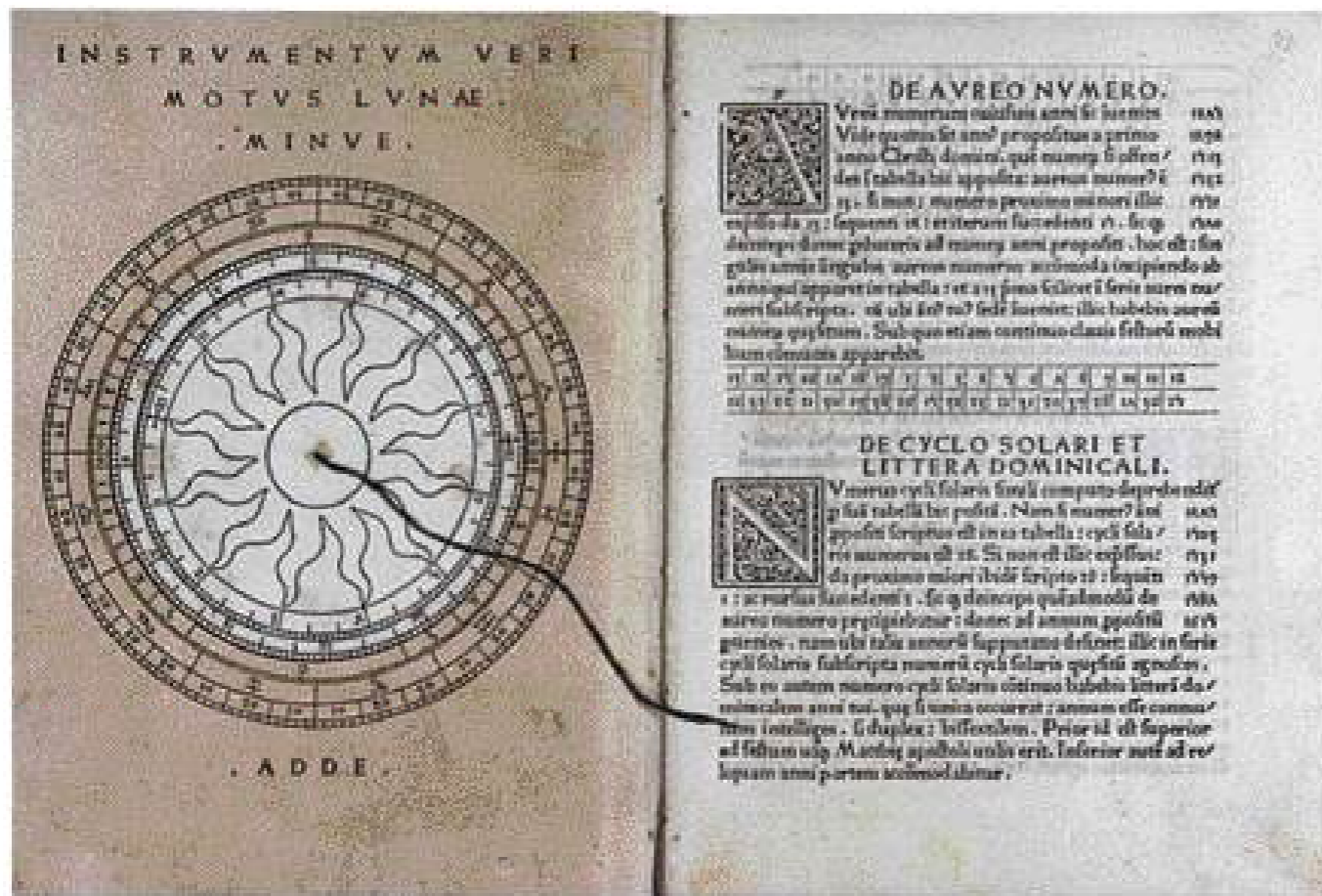


7.6 Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier, folha de rosto para *Calendarium* de Regiomontano, 1476. Título e autor são identificados em versos que descrevem o livro. A data e o nome dos impressores aparecem abaixo em latim.

7.8 Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier, páginas do *Calendarium de Regiomontano*, 1476. Os dois círculos superiores são impressos em papel pesado, recortados e fixados sobre a xilografia maior com fita e um cordão. Este pode ser o primeiro material gráfico com “faca” e “manuseio” em um livro impresso.

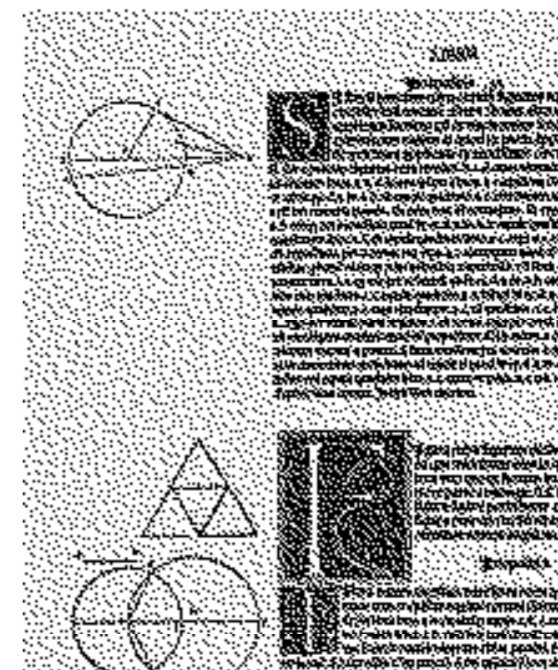


7.7 Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier, página para o *Calendarium de Regiomontano*, 1476. Um grid de régua de metal trazia ordem e legibilidade a esse registro de eclipses passados e futuros.



(formas brancas retiradas de um fundo sólido), que às vezes eram impressos com tinta vermelha. Uma moldura xilográfica trilateral usada na folha de rosto de várias edições de Ratdolt se tornou uma espécie de marca registrada. Ela aparece na folha de rosto dos *Geometriae Elementa* (Elementos de Geometria), de Euclides, de 1482 [7.9]. Seu projeto usa uma grande margem exterior com cerca de metade da largura da coluna de texto [7.10]. Figuras geométricas pequenas, cuja delicadeza de linha por si só representa uma inovação técnica, são colocadas nas margens adjacentes ao texto de apoio.

Quando Ratdolt deixou Veneza e voltou para sua Augsburg natal, deu publicidade a seu retorno divulgando a primeira folha de espécimes de que se tem registro, que apresentava uma variedade de tamanhos



7.10 Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier, detalhe de página de *Geometriae Elementa*, de Euclides, 1482. A larga margem externa é mantida ao longo de todo o livro para diagramas explicativos. Dois tamanhos de letras capitulares indicam seções e subseções.

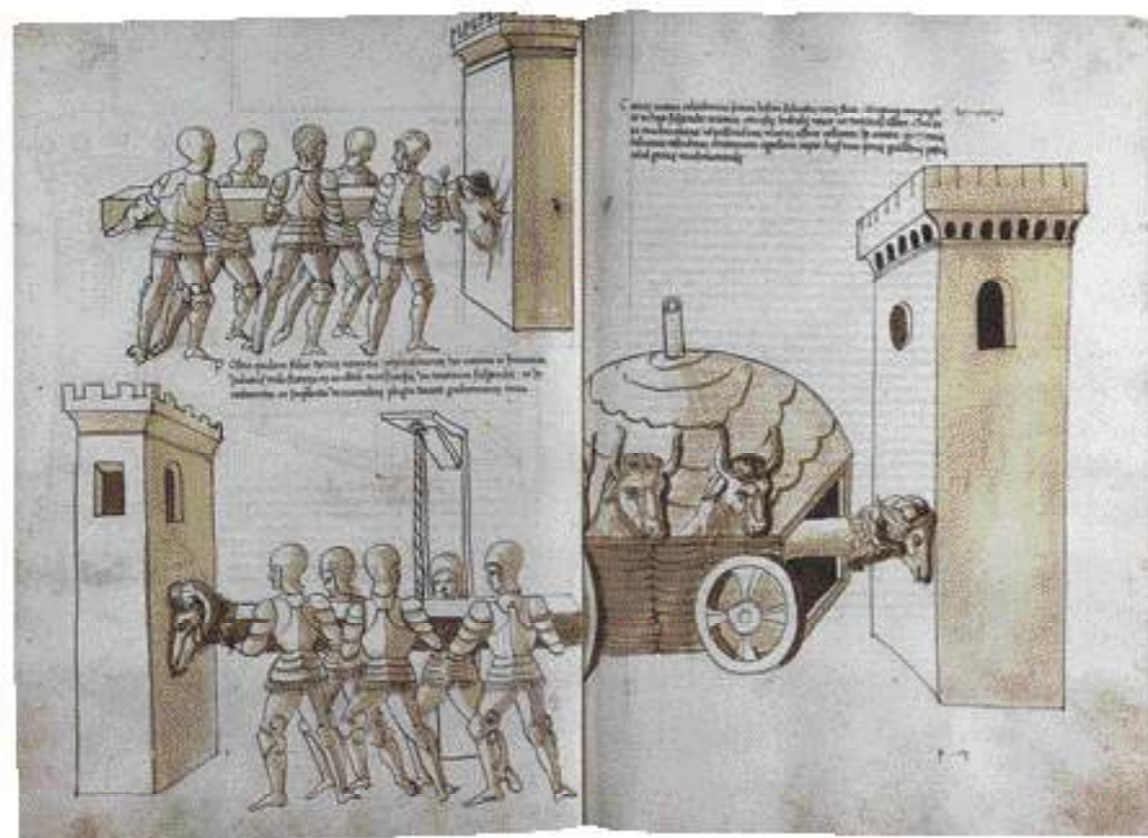
e estilos tipográficos. Ratdolt permaneceu impressor atuante até sua morte, aos 81 anos. Suas inovações e as de seus sócios na década em que ficou em Veneza não foram imediatamente adotadas por outros impressores locais. O pleno florescimento da decoração gráfica no livro impresso não começou senão na virada do século.

A *Ars Moriendi* (Arte de morrer) foi um *best-seller* durante o século xv. Pelo menos 65 edições, incluindo manuscritos, livros xilográficos e livros tipográficos, foram produzidas até 1501. Acredita-se que uma edição publicada em 28 de abril de 1478 pelos impressores italianos Giovanni e Alberto Alvisi em Verona tenha sido o primeiro projeto a usar *florões* (*fleurons*), que são elementos decorativos fundidos como tipos. A *Ars Moriendi* de Verona utilizou-os como elementos gráficos na folha de rosto e como preenchimento em linhas curtas que deixavam áreas em branco nos blocos de texto [7.11].

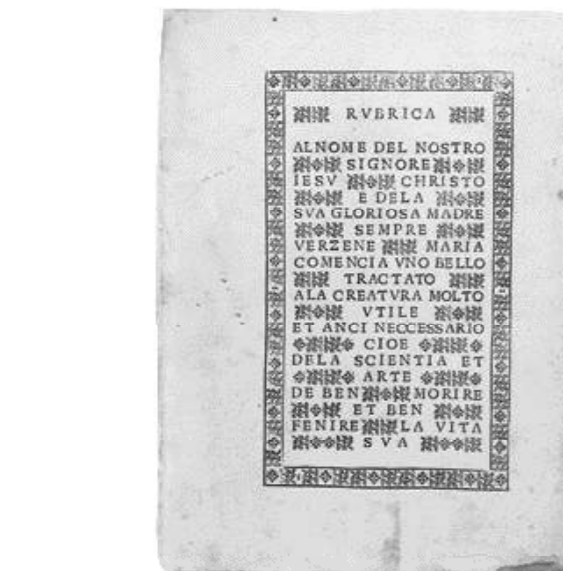
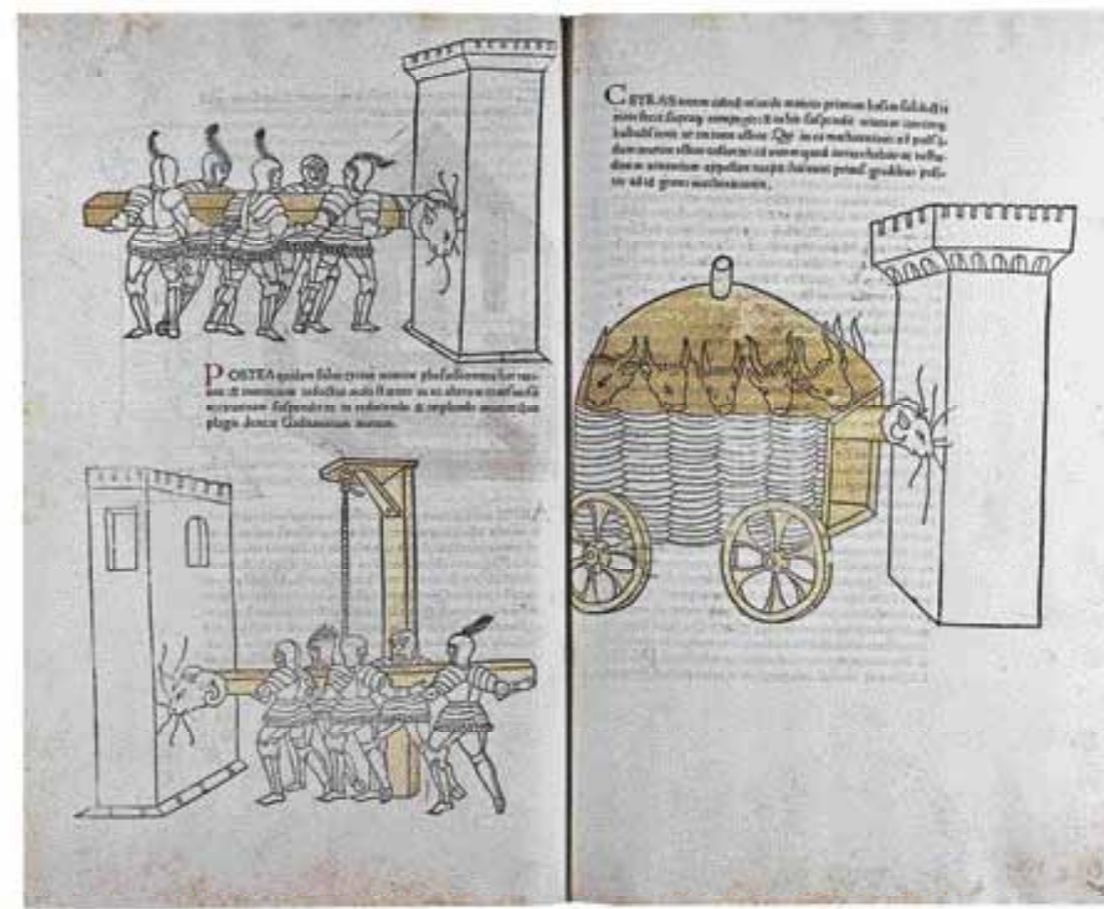
É bastante possível que um impressor identificado como Johannes Nicolai de Verona, que imprimiu um manual de artes militares intitulado *De Re Militari* (Sobre as artes militares), de Roberto Valturio, em 1472, fosse Giovanni Alvisi. O contorno leve da ilustração

7.9 Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier, folha de rosto para os *Geometriae Elementa*, de Euclides, 1482. Um deslumbrante desenho em branco sobre preto agrupa o texto, e diagramas de linhas incrivelmente finas posicionadas na margem larga traduzem visualmente os termos de Euclides.

7.12 Livro manuscrito, *De Re Militari*, de Roberto Valturio, não datado. Livremente desenhadas a pena e tinta marrom, as ilustrações têm aplicação de aguadas marrons e ocre.



7.13 Johannes Nicolai de Verona (impressor), páginas de *De Re Militari*, de Roberto Valturio, 1472. O detalhe e a qualidade da linha gestual são perdidos na passagem do original manuscrito para o volume impresso, mas o projeto básico permanece o mesmo.



7.11 Giovanni e Alberto Alvise, folha de rosto de *Ars Moriendi*, 1478. O repertório de possibilidades de design gráfico foi ampliado pelo projeto e pela fundição de ornamentos decorativos de metal, que podiam ser compostos como parte da página em conjunto com os tipos.

xilográfica usada em *De Re Militari* iniciou um estilo baseado no uso da linha fina que se tornou popular no design gráfico italiano durante as últimas décadas do século xv.

Um fascinante exemplar manuscrito de *De Re Militari* [7.12, 7.13] mostra a relação entre o livro tipográfico e os livros manuscritos usados como amostras ou leiautes. Esse livro é escrito em caligrafia semi-gótica, mas tem correções à margem em letras romanas. Como essas correções foram incorporadas pelo impressor, acredita-se que a versão manuscrita foi corrigida pelo autor. Em seguida, foi usada como cópia corrigida pelos tipógrafos, como leiaute pelos gravadores e como um guia para o design de página e composição pelo impressor.

Esse livro extraordinário é um compêndio das últimas técnicas e dispositivos (muitos imaginários) para

escalar muralhas, catapultar projéteis, investir com aríetes contra fortificações e torturar inimigos. O texto é composto numa coluna apertada com margens largas e imagens livremente espalhadas pelas páginas em leiautes assimétricos dinâmicos. Na página dupla que mostra os aríetes, a repetição das torres e cabeças de carneiros confere um animado ritmo visual.

O cristianismo medieval nutria a convicção de que o valor de uma vida humana era principalmente medido pelo juízo de Deus depois da morte. Um afastamento das crenças medievais em direção a um novo interesse pelo potencial e valor humanos caracterizou o humanismo do Renascimento, uma filosofia da dignidade e do mérito humanos que definia o homem como capaz de usar a razão e a investigação científica para alcançar tanto uma compreensão do mundo como um sentido para si mesmo. Esse novo espírito

era acompanhado por um estudo renovado dos escritos clássicos das culturas grega e romana. Um importante humanista e erudito do Renascimento italiano, Aldo Manuzio (1450-1515), estabeleceu uma gráfica em Veneza quando estava com 45 anos para realizar seu intento de publicar as obras maiores dos grandes pensadores do mundo grego e romano. Renomados eruditos e técnicos qualificados foram recrutados para operar sua Imprensa Aldina, que rapidamente se tornou conhecida pela influência editorial e erudição. De 1494 a 1498, cinco volumes das obras de Aristóteles foram publicados.

Um dos membros mais importantes do quadro de colaboradores da Aldina foi Francesco da Bolonha, apelidado de Griffio (1450-1518). Manuzio trouxe esse brilhante designer de tipos e puncionista para Veneza, onde ele abriu tipos romanos, gregos, hebraicos e os

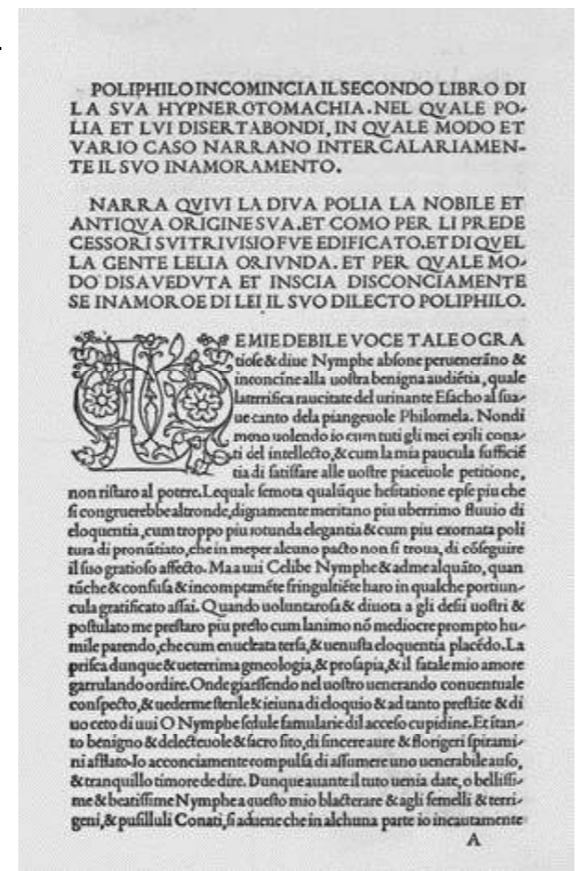
primeiros tipos itálicos para as edições da Aldina. Seu projeto inicial em Veneza foi um tipo romano para o livro de Pietro Bembo, *De Aetna* (Sobre o Etna) [7.14], em 1495. Griffo pesquisou escritas pré-carolíngias para produzir um tipo romano que fosse mais autêntico que os desenhos de Jensen. Esse estilo hoje perdura no desenho da fonte de texto Bembo.

*in quo quidem nolo ego te il-
lari, quod vulgus solent magni
et cunctas flammis, tam immanem
post hominum memorem rem
ille, quo aleret: quid est enim
tu edei contueta; qui terras o-
ni si naturam respiciamus; nihil
a est, quod minus nocet: si rema-*

Enquanto na Alemanha o século xv se encerrou com Koberger e Dürer criando uma obra-prima técnica e artística em *Die Apokalypse*, na Itália Aldo Manuzio concluiu a época com sua edição de 1499 do livro de Fra Francesco Colonna, *Hyperotomachia Poliphili* (O combate de amor de Polifilo num sonho ou O sonho de Polifilo) [7.15 – 7.17]. Essa fantasia romântica e um tanto tediosa fala da busca errante do jovem Polifilo por sua amante, que fez voto de castidade; a jornada o leva por paisagens clássicas e ambientes arquitetônicos. Essa celebração do paganismo – com conotações eróticas e algumas ilustrações explícitas – provavelmente escapou ao escândalo somente por seu alto custo e limitado público veneziano.

Essa obra-prima do design gráfico alcançou uma elegante harmonia entre tipografia e ilustração que poucas vezes foi igualada. O diálogo entre as ilustrações e o texto e a excepcional integração de imagens e tipografia indicam que o impressor, o designer dos tipos, o autor e o artista trabalharam em estreita colaboração. Não se sabe o nome de quem projetou as 168 delicadas ilustrações lineares. Griffo projetou novas capitulares para usar com a caixa-baixa de Bembo. Essas versais, baseadas na mais precisa pesquisa e no estudo das inscrições

romanas disponíveis, usavam a avançada proporção de 1:10 (peso do traço em relação à altura) dos principais matemáticos da época, cuja busca por leis matemáticas de proporção incluíam um estudo do desenho de letras das inscrições romanas. Griffo fez as ascendentes das minúsculas mais altas que as versais para corrigir um problema óptico de cor – a tendência de as maiúsculas parecerem grandes e pesadas demais numa página de texto – que havia contaminado as antigas fontes romanas. Os tipos de Griffo se tornaram modelo para os designers franceses de tipos, que aperfeiçoaram essas letras durante o século seguinte. Os primorosos cabeçalhos de capítulos em versais do mesmo tamanho que as utilizadas no texto, grandes iniciais contornadas cercadas por estilizada ornamentação floral e uma leveza global para a página, em combinação com margens generosas, papel de boa qualidade e tiragem meticulosa, entusiasmaram impressores e designers em toda



7.14 Aldo Manuzio, do livro de Pietro Bembo, *De Aetna*, 1495-96. Como o modelo para Garamond no século xvi, estes tipos se tornaram o protótipo para dois séculos de projeto tipográfico europeu.

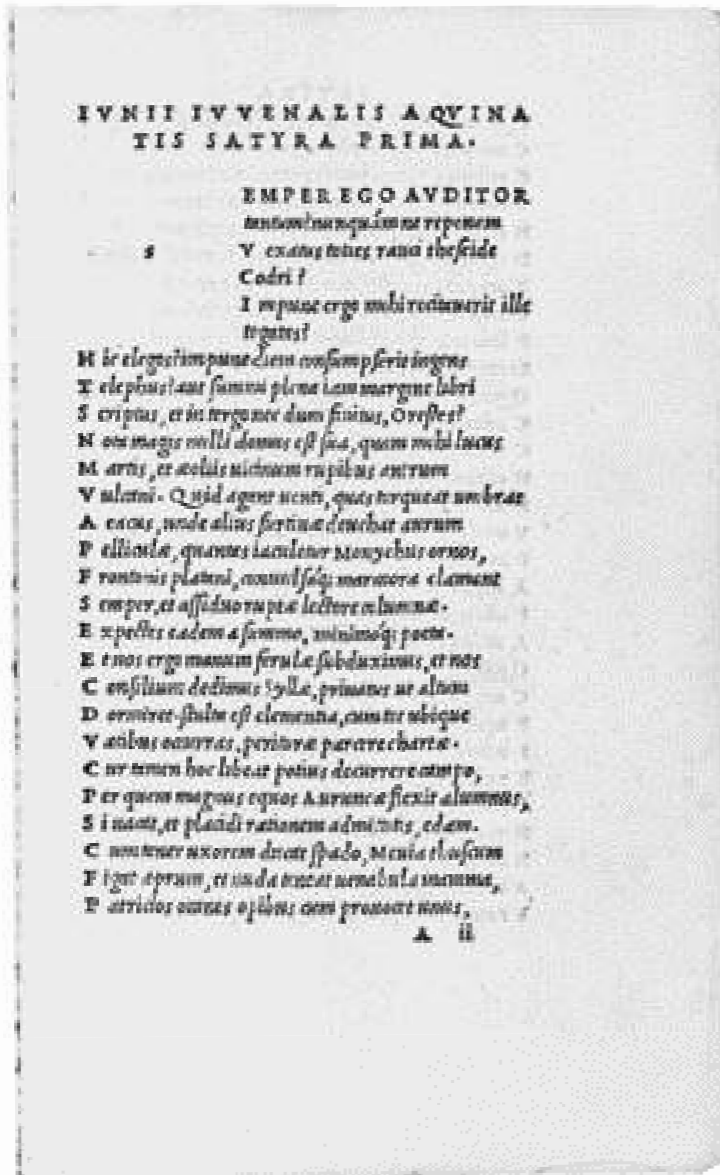
7.15 Aldo Manuzio, página tipográfica de *Hyperotomachia Poliphili*, 1499. A estrutura dos cabeçalhos (compostos somente em capitulares), a tipografia do texto e a capitular delineada têm um contraste sutil, porém bonito. Os intervalos de uma linha de espaço separando as informações em três áreas introduzem luz e ordem na página.



7.16 Aldo Manuzio, página dupla ilustrada de *Hyperotomachia Poliphili*, 1499. As imagens xilográficas representam as melhores ilustrações de seu período e se combinam perfeitamente com a tipografia, ajudando a produzir um livro de serenidade e graça. Infelizmente, o autor das xilogravuras jamais foi identificado.



7.17 Aldo Manuzio, página dupla ilustrada de *Hyperotomachia Poliphili*, 1499. As ilustrações, no estilo veneziano clássico, tanto no tom como na densidade, estão em harmonia com a textura dos tipos.



7.18 Aldo Manuzio, página de Juvenal e Pérsio, *Opera*, 1501. Este foi um dos primeiros livros em que se usou o novo tipo itálico de Griffo. Observem-se o espaço vago para uma capitular rubricada, cabeçalho interespaçado, todo em capitulares, e a capitular romana no início de cada linha.

7.19 Aldo Manuzio, registrada do impressor c. 1500. A mais veloz do mar é combinada com âncora para significar epigrama: "Apressar-se devagar".



a Europa. *Polifilo* foi o único livro ilustrado de Manuzio. Depois de publicado, a equipe da Aldina voltou sua atenção para edições eruditas.

Em 1501 Manuzio dedicou-se à necessidade de produzir livros menores, mais econômicos, publicando o protótipo do livro de bolso. Essa edição das *Opera* (Obras) de Virgílio tinha um tamanho de página de 7,7 por 15,4 centímetros e era composta na primeira fonte de tipos itálicos. Com o tipo de tamanho menor e a largura mais estreita dos caracteres itálicos, obteve-se um ganho de cinquenta por cento no número de caracteres por linha de uma dada medida em relação às fontes de Jenson e aos tipos de Griffo para *De Aetna*. Os itálicos [7.18] foram modelados seguindo de perto a caligrafia chanceleresca, estilo de caligrafia inclinada que encontrou aprovação entre os eruditos, os quais apreciavam sua velocidade e informalidade de escrita.

No dia 14 de novembro de 1502, Manuzio recebeu do governo veneziano a concessão de um monopólio sobre a publicação de obras gregas e impressão em itálico. Pouco depois, Griffo e Manuzio se desentenderam e se separaram. Manuzio desejava proteger seu enorme investimento em design e produção de tipos; Griffo percebeu que não poderia vender seus desenhos de tipos originais e populares para outros impressores. Com a separação de caminhos entre esse

impressor-editor e seu brilhante designer executivo, a inovação do design gráfico em Veneza chegava ao fim.

Até sua morte, em 1515, Manuzio publicou inúmeras edições clássicas em pequeno formato, compostas com os tipos itálicos das *Opera* de Virgílio. Essas edições tornaram a marca da Imprensa Aldina – um golfinho e uma âncora inspirados numa das ilustrações do *Hypnerotomachia Poliphili* – famosa em toda a Europa [7.19]. Griffo retornou a Bolonha, onde desapareceu do registro histórico depois de ter sido acusado pelo assassinato de seu genro, que foi espancado com uma barra de ferro em 1516.

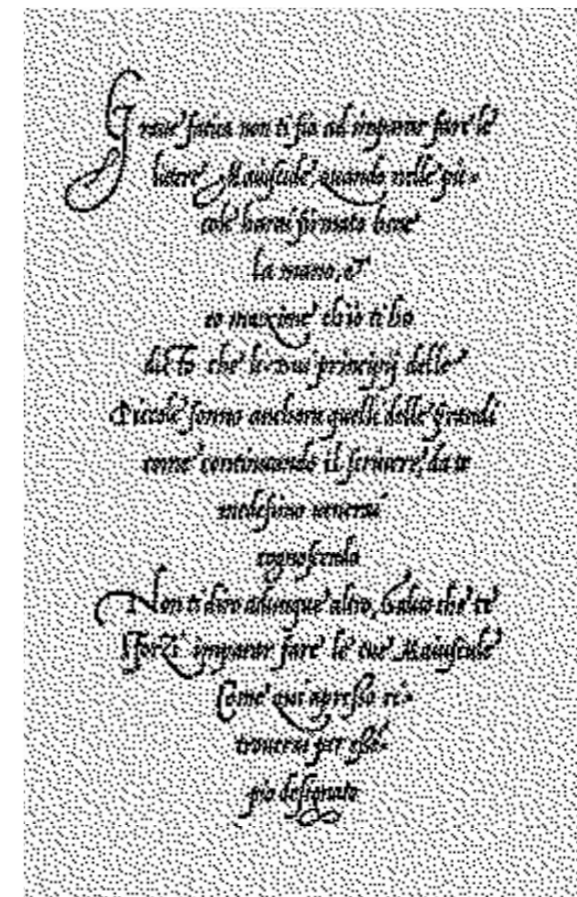
O livro tipográfico chegou da Alemanha à Itália como um livro de estilo manuscrito impresso com tipos. Uma série de inovações, como a folha de rosto, tipos romanos e itálicos, números de página impressos, ornamentos em xilogravuras e metal fundido e métodos inovadores no leiaute de ilustrações com tipos, permitiu aos impressores italianos do Renascimento legar à posteridade o formato básico do livro tipográfico como hoje o conhecemos.

MESTRES ITALIANOS DA CALIGRAFIA

Ironicamente, o declínio inevitável da escrita à mão que seguiu o rastro da impressão tipográfica ocorreu quando novas oportunidades se abriram aos mestres calígrafos, quase como efeito colateral da impressão. O crescimento rápido da alfabetização criou enorme demanda por mestres da escrita para ensinar essa habilidade fundamental, e a expansão concomitante do governo e do comércio criou uma demanda por calígrafos experientes para redigir importantes documentos do Estado e dos negócios. O primeiro de muitos manuais de caligrafia do século XVI foi criado pelo mestre calígrafo, impressor e designer de tipos, o italiano Lodovico Arrighi (m.c. 1527). Seu pequeno livro de 1522, intitulado *La operina da imparare di scrivere littera cancellaresca* (Manual de caligrafia chanceleresca) [7.20], era um curso breve usando exemplos excelentes para ensinar a caligrafia cursiva. A magistral escrita de Arrighi foi meticulosamente gravada em blocos de madeira pelo gravador Ugo da Carpi. As indicações de Arrighi eram tão claras e simples que o leitor conseguia

aprender essa caligrafia em poucos dias. *La operina... cancellaresca* soou o dobre fúnebre para o *scriptorium* como domínio exclusivo dos poucos que sabiam escrever; anunciava a era do mestre calígrafo e da aptidão pública para a escrita. Um livro de reforço de 1523, intitulado *Il modo de temperare le penne* (O modo de temperar as penas), apresentava uma dúzia de estilos. Entre os influenciados por Arrighi, Giovanni Battista Palatino (c. 1515-c. 1575) produziu os mais completos e amplamente usados manuais de caligrafia do século XVI.

O Renascimento italiano começou a esmaecer com o saque de Roma, em 1527, pelas forças combinadas do imperador Sacro Romano Carlos V e seus aliados espanhóis. Uma das vítimas dessa afronta parece ter sido Arrighi. Ele estava trabalhando em Roma na época e depois disso seu nome desaparece do registro histórico.



7.20 Lodovico Arrighi, página de *La operina da imparare di scrivere littera cancellaresca*, 1522. Os espaços amplos entre as linhas na escrita de Arrighi deixam margem para as ascendentes em forma de plumas, que ondulam para a direita em elegante contraponto com as descendentes, que graciosamente tendem para a esquerda.

A INOVAÇÃO TRANSFERE-SE PARA A FRANÇA

Com sonhos de conquista e império, o rei francês Carlos VIII (1470-1498) atravessou a Itália com um vasto exército em 1494 e tentou obter o controle do Reino de Nápoles, iniciando um esforço de cinquenta anos dos monarcas franceses para conquistar a Itália. Embora as enormes despesas em dinheiro e homens tivessem obtido pouca coisa além da glória passageira, a vitalidade cultural do Renascimento italiano

foi importada para a França. Francisco I (1494-1547) ascendeu ao trono francês no dia 1º de janeiro de 1515, e sob seus auspícios o Renascimento floresceu no país por seu generoso apoio a humanistas, autores e artistas visuais.

Essa época cultural foi fértil para o design e a impressão de livros, e o século XVI ficou conhecido como “a idade de ouro da tipografia francesa”. No que se refere ao design, o ímpeto inicial foi importado de Veneza. Henri Estienne (m. 1520) foi um dos primeiros impressores eruditos franceses [7.21] a se entusiasmar com o *Hypnerotomachia Poliphili* de Manuzio. Em breve brotavam por toda Paris livros impressos em tipos romanos, com folhas de rosto e capitulares inspiradas pelos venezianos. A morte prematura de Estienne deixou sua esposa com três filhos pequenos. A mãe viúva logo se casou com o capataz de Estienne, Simon de Colines (m. 1546), que administrou os negócios da família até que seu enteado, Robert Estienne (1503-1559), pôde assumir o comando em 1526. Nesse momento Simon de Colines abriu sua própria firma. Robert Estienne tornou-se um brilhante impressor de trabalhos eruditos em grego, latim e hebraico [7.22]. Sua crescente reputação como editor de livros grandes, entre os quais um dicionário de latim, possibilitou ao jovem Estienne juntar-se a seu padraсто como uma das principais figuras desse período grandioso do design e impressão de livros.

A censura tornou-se uma dificuldade cada vez maior ao longo do século XVI, à medida que a Igreja e o Estado procuravam manter sua autoridade e controle. A propagação de ideias, e não a impressão em si, era a motivação principal dos impressores eruditos, que frequentemente viam sua busca do conhecimento e do estudo crítico em conflito com os dirigentes religiosos e a realeza. A despeito da guerra e da censura, porém, o espírito humanista conquistou a França e produziu excelente erudição, bem como uma notável escola de design de livros. Os principais impressores produziram livros de boas proporções, excelente legibilidade, bela tipografia e elegante ornamentação. Dois artistas gráficos brilhantes, Geoffroy Tory (1480-1533) e o designer de tipos e puncionista Claude Garamond (c. 1480-1561),

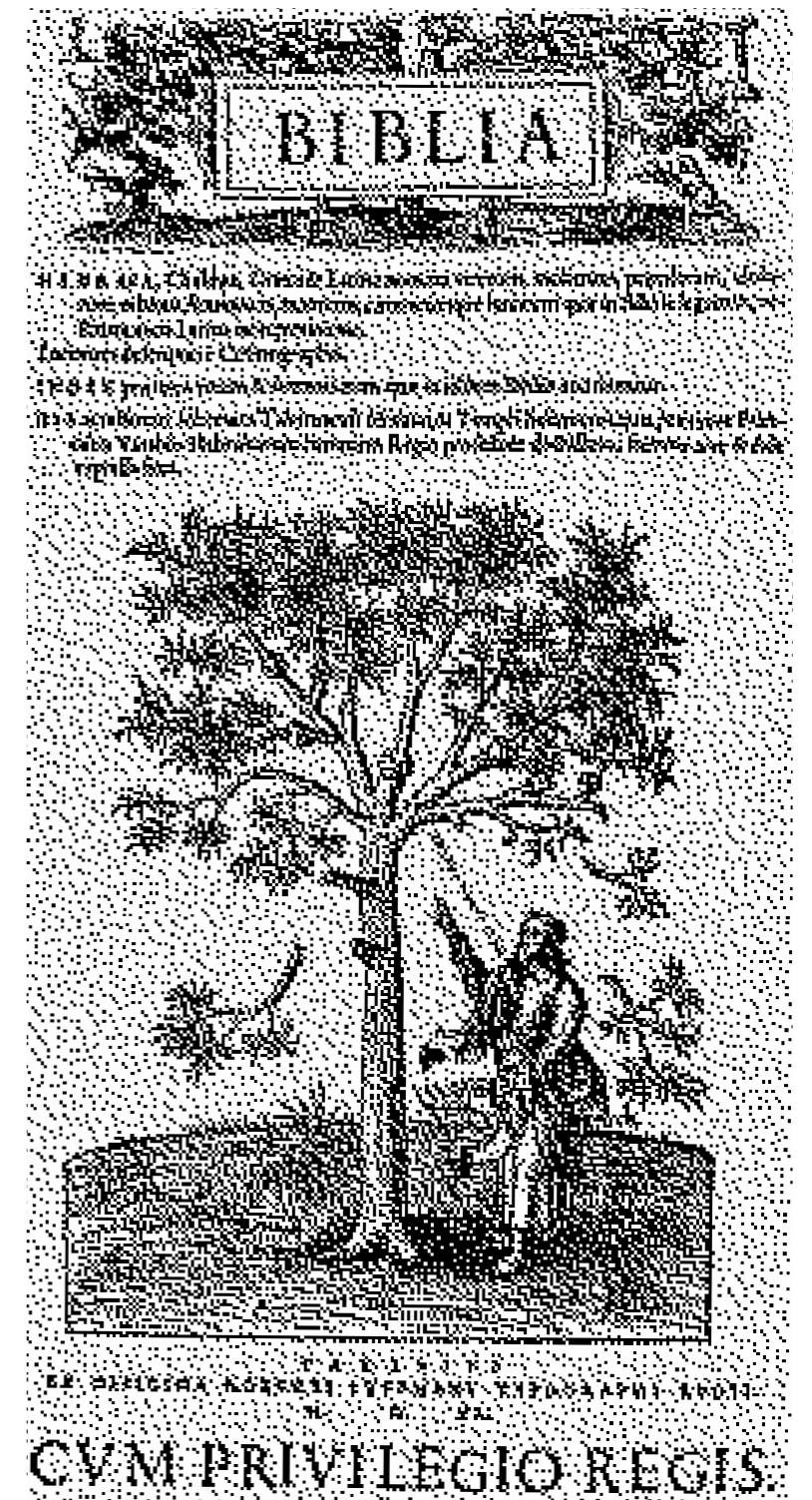
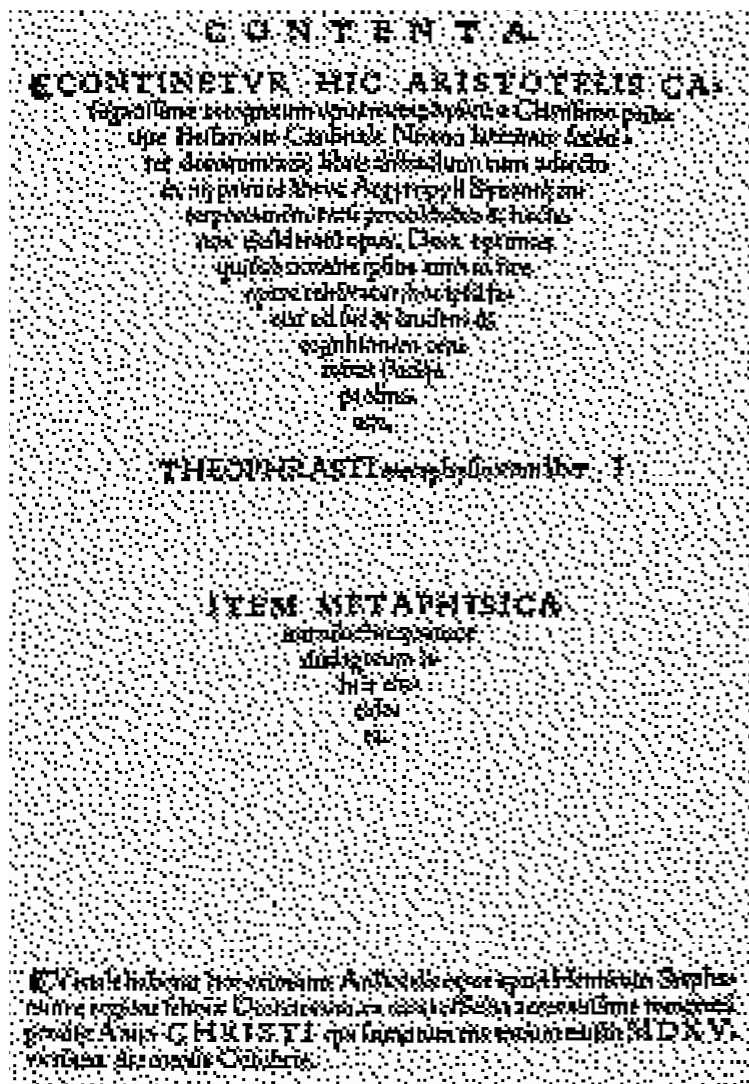
criaram formas visuais que foram adotadas durante duzentos anos.

O termo *homem do Renascimento* é frequentemente empregado para identificar um indivíduo de gênio ímpar cujas atividades de longo alcance em várias disciplinas filosóficas, literárias, artísticas ou científicas resultam em contribuições importantes em diversos campos. Uma pessoa assim foi Geoffroy Tory. Sua gama de realizações é espantosa: professor, erudito e tradutor; poeta e autor; editor, impressor e livreiro; calígrafo, designer, ilustrador e gravador. Ele traduziu, editou e publicou textos em latim e grego. Como reformador do idioma francês, introduziu o apóstrofo, o acento e a cedilha. Nas artes gráficas desempenhou papel significativo na importação da influência italianizada e depois no desenvolvimento de uma escola de Renascimento exclusivamente francesa de design de livros e ilustração.

Procedente de meio humilde em Bourges, o brilhantismo de Tory chamou a atenção dos cidadãos notáveis da cidade, que lhe tornaram possível viajar para a Itália para estudar nas universidades de Roma e Bolonha. Regressando à França em 1505, Tory se tornou professor de filosofia na Universidade de Paris, trabalhou algumas vezes como leitor na oficina gráfica de Henri Estienne e foi escriba e iluminador atuante. Seu entusiasmo ilimitado pelas formas visuais do Renascimento italiano incluía um amor profundo pelas letras romanas. O desenho de letras de Tory, desenvolvido na Itália e usado no livro manuscrito de 1506 *Les Heures de Jean Lallemant* (As horas de Jean Lallemant) [7.23], é o de uma romana leve com longas ascendentes e descendentes. Alguns estudiosos acreditam que Tory desenhou os primeiros tipos romanos usados por Henri Estienne e Simon de Colines.

7.22 Robert Estienne, folha de rosto para uma Bíblia, 1540. Tal como muitas marcas de impressores da época, a oliveira de Estienne com um galho em queda se tornou uma ilustração característica.

7.21 Henri Estienne, folha de rosto para a *Metafísica* de Aristóteles, 1515. Composto os tipos em formas geométricas, Estienne alcançou um padrão gráfico distinto com recursos mínimos.





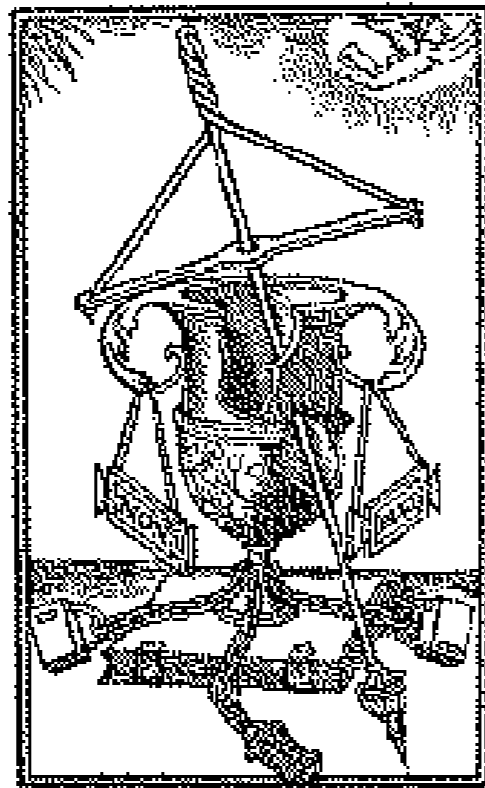
7.23 Geoffroy Tory, páginas do livro manuscrito *Les Heures de Jean Lallemant*, 1506. O frontispício armorial e quarenta vinhetas possuem fileiras ordenadas das 23 letras do alfabeto latino sobre um campo azul com faixas vermelhas e brancas.

Após um período editorial com Simon de Colines, Tory fez uma segunda e prolongada viagem à Itália, de 1516 a 1518, para melhorar suas habilidades como artista e designer. De regresso a Paris, Tory parece ter primeiro se dedicado a iluminuras de manuscritos para seu sustento, o que rapidamente lhe rendeu encomendas de impressores para design e gravação de matrizes xilográficas. Depois que Simon de Colines se casou em 1520 com a viúva de Henri Estienne, começou a encomendar de Tory molduras, letras com ornamentos florais, marcas registradas e tipos itálicos. Essa colaboração entre o mestre impressor e o artista gráfico estabeleceu um novo estilo, mais leve e aberto.

Na França do século XVI, normalmente os gravadores eram livreiros. Mantendo essa tradição, Tory

abriu uma firma parisiense de venda de livros na Petit Pont, sob o signo da *pot cassé* (urna quebrada), onde ele ilustrou, publicou, encadernou e – durante vários anos – imprimiu livros. Tory procurou artesãos excelentes e os treinou em sua concepção do design de livros, o que ajudou a eliminar o denso e claustrofóbico leiaute de página e a pesada tipografia gótica da impressão francesa.

7.24 Geoffroy Tory, emblema da *pot cassé*, 1524. Mais tarde, Tory explicou que a urna quebrada simbolizava o corpo de uma pessoa, o tornel ou verruma simbolizava o destino, e o livro fechado por três correntes com cadeados representava o livro de uma vida depois de fechado pela morte.



A origem da marca *pot cassé* [7.24], que logo se tornou um símbolo para as novas correntes do Renascimento francês, é pungente. No dia 25 de agosto de 1522, a filha de Tory, Agnes, com dez anos de idade, subitamente morreu. O desolado pai compôs e publicou um poema em sua memória. No fim do texto, aparece a primeira gravura da *pot cassé*. A urna antiga quebrada, acorrentada a um livro fechado, trancado e portando a inscrição *non plus* (“não mais” ou “nada mais”), parece simbolizar a morte de sua filha. A associação é reforçada pela pequena figura alada no canto superior direito, detalhe que fora recortado da gravura quando essa mesma matriz foi usada num livro publicado por Tory um ano mais tarde.

Nada capturou mais a imaginação dos impressores franceses que as diversas séries de iniciais desenhadas por Tory. As iniciais capitulares romanas [7.25] são compostas em quadrados negros que ganham

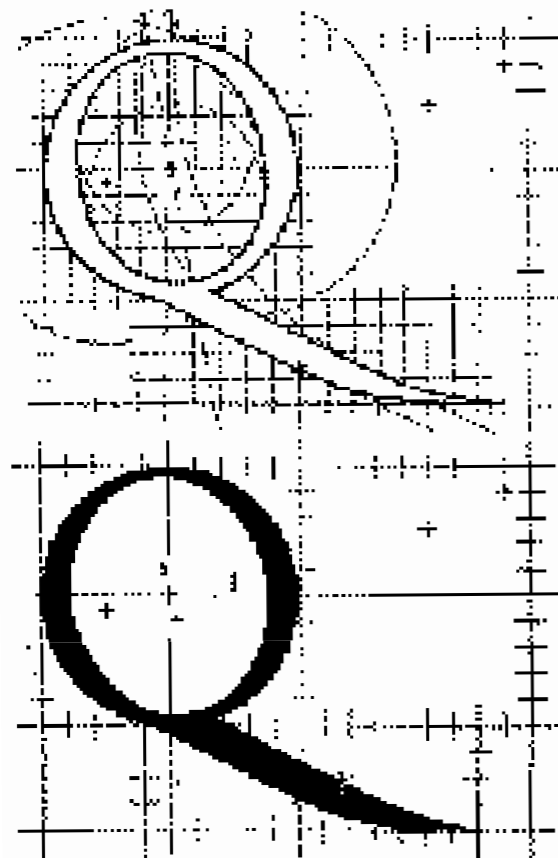


7.25 Geoffroy Tory, capitular de uma série de capitulares *criblé*, c. 1526. Gravado para Robert Estienne, este alfabeto de capitulares romanas trouxe elegância e “cor” para as páginas dos livros impressos na sua gráfica.

vida com meticulosos motivos florais e *criblé*. Ao lado de ornamentos combinados com cabeçalhos decorativos do impressor, essas iniciais eram o acompanhamento perfeito para os novos tipos romanos mais leves de Garamond. A influência de Tory ganhou ímpeto em 1525, quando ele iniciou uma série de *Horae* (Livro de Horas) [7.26], impressa para ele por Simon de Colines, que definiu o estilo para a época. A nova clareza de pensamento, a atitude inovadora rumo à forma e a harmonia precisa entre os vários elementos – texto, iniciais capitulares, molduras e ilustrações – caracterizam os *Horae* de 1525 como um marco no design gráfico. A colcha de retalhos de gravuras que preenchiam o espaço dos antigos livros de horas tornou-se antiquada. Um efeito leve e delicado era alcançado nas complexas ilustrações e bordas ornamentais porque Tory usava uma fina linha de contorno com o ar



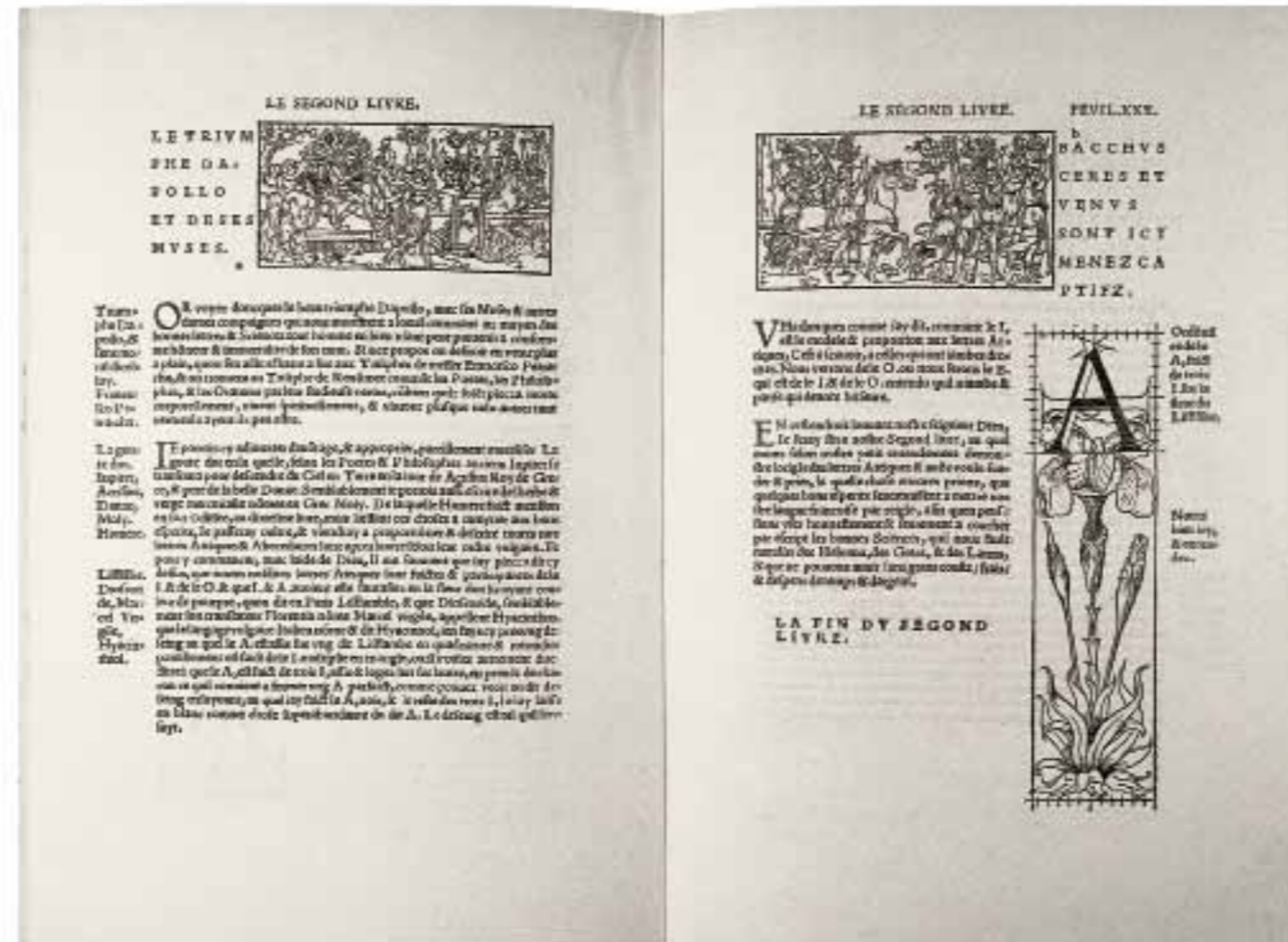
7.26 Geoffroy Tory, páginas de *Horae in Laudem Beautissimae Virginis Mariae* (Horas de Nossa Sublime Virgem Maria), 1541. Um conjunto de componentes de molduras, preenchidos com motivos vegetais e animais, é combinado e recombinado ao longo do livro. A linha aberta facilita a aplicação manual da cor. O *F* corado no centro da parte inferior da página da esquerda é uma homenagem ao rei Francisco I.



7.28 Geoffrey Tory, construção da letra q de *Champ Fleury*, 1529. Tory usou cinco centros de compasso em seu esforço para construir um “Q” romano geometricamente perfeito e dois centros de compasso adicionais para acrescentar uma cauda para o “Q”.

fluindo ao redor e dentro de suas graciosas curvas. A textura e o tom desses elementos visuais fazem coro com a leveza tipográfica. Tory escolheu um tamanho e peso de capitular que adicionavam a ênfase escura exata, e usou capitulares delineadas em seus cabeçalhos. Ele próprio gravava as xilogravuras para essas bordas e ilustrações. O impulso criativo no design gráfico e editorial havia se transferido para a França, e o rei Francisco I homenageou a contribuição de Tory nomeando-o *imprimeur du roi* (impressor do rei), em 1530.

O livro de Tory *Champ Fleury* (com o subtítulo de *A arte e ciência das proporções adequadas e verdadeiras das letras áticas, que são também chamadas de letras*



antigas e, no discurso comum, de letras romanas), publicado inicialmente em 1529 [7.27], foi seu trabalho mais importante e influente. Consiste em três livros. No primeiro, ele procurou estabelecer e ordenar a língua francesa por meio de regras fixas de pronúncia e fala. O segundo discute a história das letras romanas e compara suas proporções com as proporções ideais da figura e do rosto humanos. Os erros nos desenhos das letras de Albrecht Dürer no recém-publicado *Underweisung der Messung* são cuidadosamente analisados, sendo Dürer perdoado por seus erros porque ele é um pintor; os pintores, de acordo com Tory, raramente entendem as proporções das letras bem conformadas. O terceiro e último livro apresenta ins-

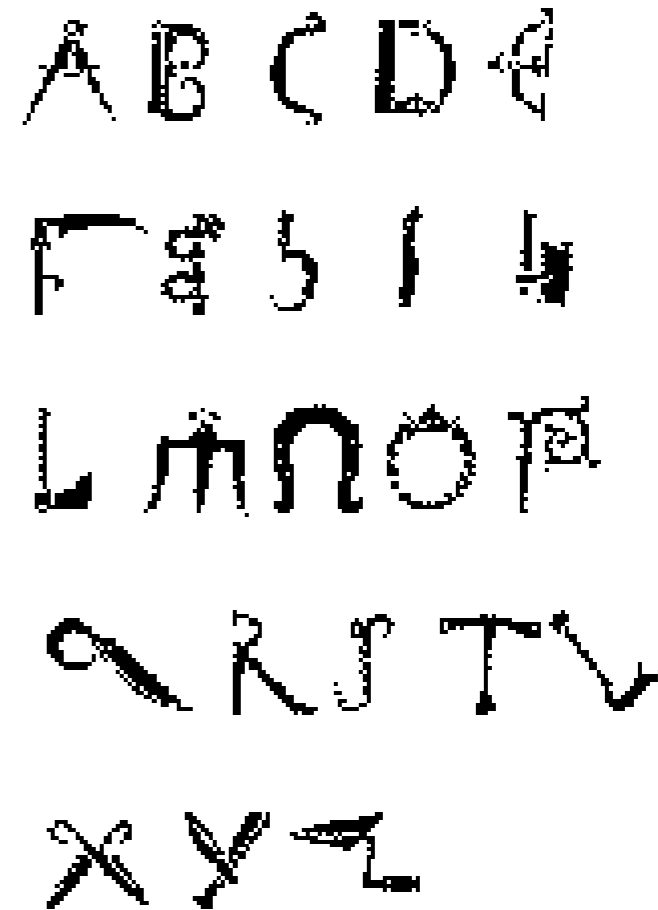
7.27 Geoffrey Tory, páginas de *Champ Fleury*, 1529. Esta página dupla discute como os filósofos, poetas e oradores romanos mantêm seu espírito vivo graças ao poder das letras romanas. É ilustrada por xilogravuras de temas mitológicos sobre os quais temos conhecimento pelo alfabeto. O parágrafo final deste “segundo livro” introduz o “terceiro livro”, a construção das letras romanas, com uma ilustração mostrando a construção de um “A” a partir de três “Is”.

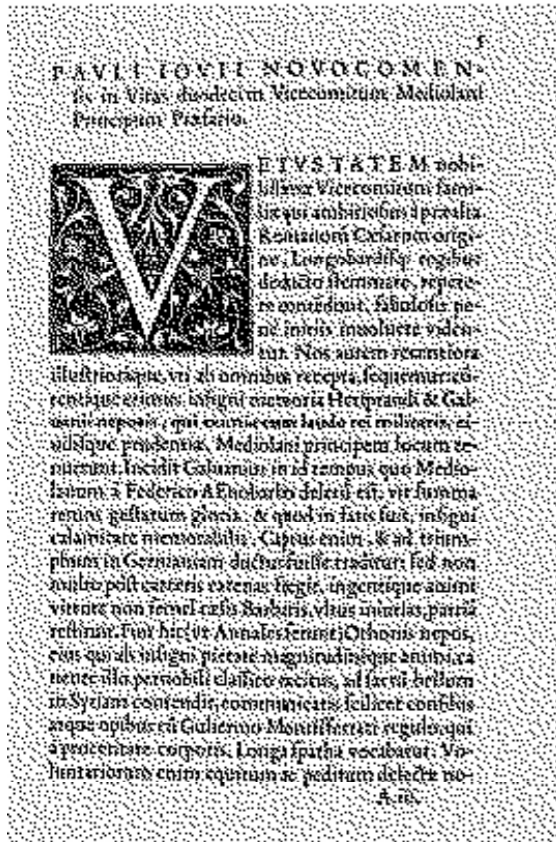
7.29 Geoffrey Tory, alfabeto fantástico de *Champ Fleury*, 1529. Os treze alfabetos que concluem este livro (hebraico, grego, persa etc.) incluíam esta extravagante sequência de letras figurativas compostas por ferramentas. O “A” é um compasso; o “B”, uma espoleta (aço utilizado para golpear uma pedreira e acender um fogo) e o “C”, uma alça.

truções para a construção geométrica das 23 letras do alfabeto latino em retículas de uma centena de quadrados [7.28]. O livro é encerrado com desenhos de Tory para treze outros alfabetos, inclusive grego, hebraico, caldeu e seu estilo fantasia feito com ferramentas manuais [7.29].

Champ Fleury é um livro pessoal escrito em estilo de conversa desconexa com frequentes divagações pela história e mitologia romanas. E mesmo assim sua mensagem sobre o alfabeto latino inspirou uma geração de impressores e puncionistas franceses, e Tory se tornou o mais influente designer de seu século.

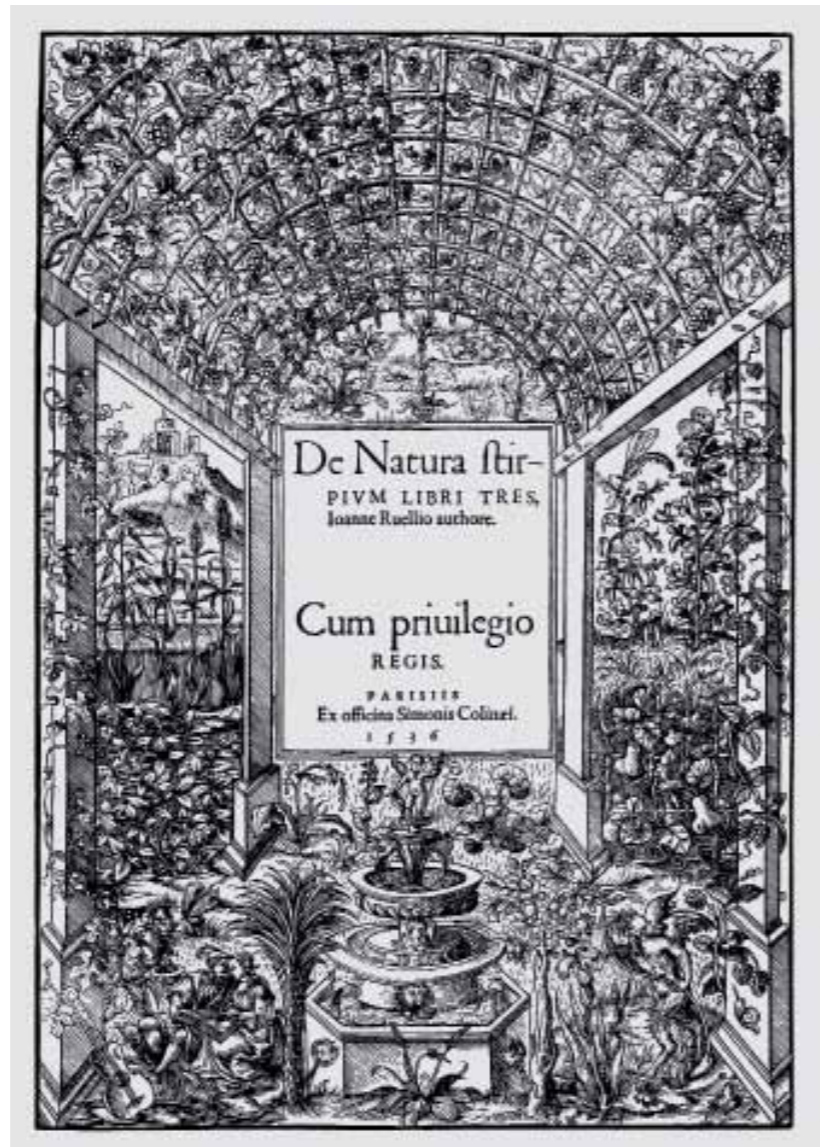
Durante as décadas de 1530 e 1540, Robert Estienne alcançou reputação ampla como grande impressor





7.30 Robert Estienne, página do livro de Paolo Giovio, *Vite Duodecim Vicecomitum Mediolani Principum* (Biografias dos doze primeiros milaneses), 1549. Neste livro, Estienne usou fontes romanas de Garamond e capitulares de Geoffroy Tory. Os cabeçalhos são compostos em uma linha de caixas-altas interespacia-das e duas linhas de caixas-baixas.

7.31 Simon de Colines, folha de rosto para *De Natura Stirpium Libri Tres* (Sobre a natureza das raízes). Livro três), 1536. A composição dos tipos é circundada por uma ilustração que usa com muita liberdade a escala natural e a perspectiva para criar uma interpretação alegre da generosidade natural da flora do planeta.



[7.30], renomado pela erudição e acuidade intelectual que trouxe para o processo editorial. Durante a mesma época, Colines ganhou fama parecida pela elegância e clareza de seus projetos de livros [7.31]. Folhas de rosto ilustradas, arranjos tipográficos, ornamentos, molduras e boa tiragem contribuíram para essa reputação.

Claude Garamond foi o primeiro puncionista a trabalhar independentemente das firmas de impressão. Seus tipos romanos [7.32] eram desenhados com tal perfeição que os impressores franceses do século XVI conseguiram imprimir livros de extraordinária legibilidade e beleza. Pela qualidade diáfana de suas fontes, credita-se a Garamond grande participação na eliminação dos estilos góticos das caixas de tipos dos impressores em toda a Europa, exceto na Alemanha. Por volta de 1510, ele trabalhou como aprendiz de puncionista com Antoine Augereau. Não se sabe ao certo quanto do crédito pela evolução dos tipos romanos deve ir para Augereau, cujas convicções religiosas o levaram à força em 1534, para Geoffroy Tory, com quem Garamond trabalhou por volta de 1520, e para o próprio Garamond.

Por volta de 1530, Garamond estabeleceu sua fundição de tipos independente e passou a vender aos impressores tipos fundidos prontos para distribuir na caixa do tipógrafo. Esse foi o primeiro passo para distanciar-se do “erudito-editor-fundidor-de-tipos-impresor-livreiro” que começara em Mainz cerca de oitenta anos antes. As fontes que Garamond fundiu durante os anos 1540 alcançaram um domínio da forma visual e um ajuste mais preciso que permitia o espaçamento mais fechado das palavras e uma harmonia formal entre letras em caixa-alta, em caixa-baixa e itálicos. Esses tipos permitem que livros como o *Hypnerotomachia Poliphili* em francês, impresso por Jacques Kerver em 1546, até hoje mantenham seu *status* de marco de referência em termos de beleza tipográfica e legibilidade. A influência da caligrafia como modelo perdeu importância no trabalho de Garamond, pois a tipografia estava produzindo uma linguagem formal enraizada nos processos de confeccionar punções de aço, fundir tipos de metal e imprimir – em vez da imitação de formas criadas pelos gestos da mão empunhando uma pena entintada sobre o papel. Quando Garamond morreu na miséria



7.32 Robert Estienne, página de abertura de *Illustrissima Galliarum Reginae Helianorae* (Ilustríssima rainha gaulesa Eleonora), 1531. Acredita-se que os tipos usados neste livro foram feitos dos primeiros punções e matrizes de tipos de Claude Garamond.

aos 81 anos de idade, sua viúva vendeu suas punções e matrizes. Sem dúvida isso contribuiu para o uso generalizado de suas fontes, que continuaram a exercer importante influência até o final do século XVIII.

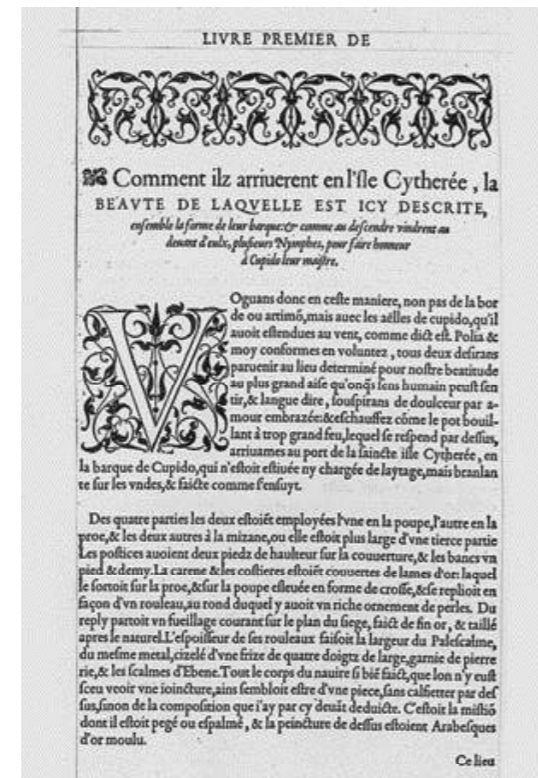
Oronce Finé (1494-1555) foi um professor de matemática e autor cujas habilidades como artista gráfico complementavam suas publicações científicas. Além de ilustrar seus próprios livros de matemática, geografia e astronomia, Finé passou a interessar-se pela ornamentação e design de livros. Seus contemporâneos tinham igual admiração por suas contribuições à ciência e às artes gráficas. Ele trabalhou em estreita associação com os impressores, notadamente com Simon de Colines, no design e na produção de seus livros [7.33]. Além disso, deu excelente contribuição como editor e designer envolvido em inúmeros outros títulos. Conquanto seja evidente a inspiração de Tory, a construção matemática de ornamentos e a clareza sólida de sua ilustração gráfica são obra de um designer gráfico inovador.



7.33 Simon de Colines (impressor) e Oronce Finé (designer), folha de rosto para *Arithmetica* de Finé, 1535. Nesta moldura de folha de rosto, Finé usou ornamentos de filetes cuidadosamente dimensionados, figuras simbólicas representando áreas do conhecimento e um fundo *criblé*. A composição tipográfica de Colines é combinada com esta moldura para criar uma obra-prima do design gráfico renascentista.

Durante os anos 1540, Robert Estienne foi apinhado na agitação da Reforma. A proteção que o rei Francisco I (1494-1547) deu a seu “querido impressor” encerrou-se com a morte do rei, e a obra de Estienne como erudito e impressor de bíblias em “língua pagã” latina, grega e hebraica despertou a ira de teólogos católicos na Sorbonne, que suspeitaram que ele fosse um herege. Depois de uma visita a Genebra em 1549, para se encontrar com o líder da Reforma protestante João Calvino (1509-64), Estienne iniciou cuidadosos preparativos para transferir sua firma de impressão para aquela cidade no ano seguinte.

Uma comparação entre as edições de *Discours du songe de Poliphile* impressas por Jacques Kerver [7.34, 7.35] durante a metade do século XVI com a edição de 1499 de Manuzio [7.15 – 7.17] mostra quão rapidamente os impressores do Renascimento francês ampliaram o âmbito do design de livros. Manuzio produziu seu *Hypnerotomachia Poliphili* com um tamanho único de tipo romano e usou apenas maiúsculas como recurso



7.34 Jacques Kerver, folha de rosto de *Discours du songe de Poliphile*, 1561. Um sátiro e uma ninfa que se entreolham entre uma colheita abundante dá ao leitor um vislumbre das aventuras pagãs contidas no livro.

7.35 Jacques Kerver, página tipográfica de *Discours du songe de Poliphile*, 1561. Agrupado pelo espaço branco, o cabeçalho de Kerver usa três tamanhos de tipos caixa-alta e caixa-baixa, versais e itálicos para conferir diversidade ao projeto.

para ênfase; Kerver tinha ampla gama de tamanhos de tipos romanos e itálicos para desenhar a página. Manuzio empregou um conjunto de iniciais ornamentais e pequenos ornatos esteliformes; Kerver se valeu de um estoque elegante de cabeçalhos, vinhetas e florões para embelezar a página impressa. As ilustrações em Manuzio usavam uma linha de contorno de tom contínuo; o ilustrador de Kerver conseguiu obter ampla gama de efeitos tonais. Uma folha de rosto completamente requintada nas edições de Kerver dá o tom de seu livro.

Os primeiros livros tipográficos de cada um dos países europeus tinham um estilo nacional identificável. A estrutura e o tom unificados do livro produzido durante a era de ouro da tipografia francesa eram admirados em todo o continente. À medida que as fontes de tipos derivadas de Garamond e as iniciais e ornamentos inspirados por Tory se tornaram disponíveis em toda a Europa, os impressores começaram a imitar a elegância leve e a clareza ordenada dos livros parisienses. Em consequência, o primeiro estilo internacional de design tipográfico floresceu como o tema gráfico dominante do século XVI.

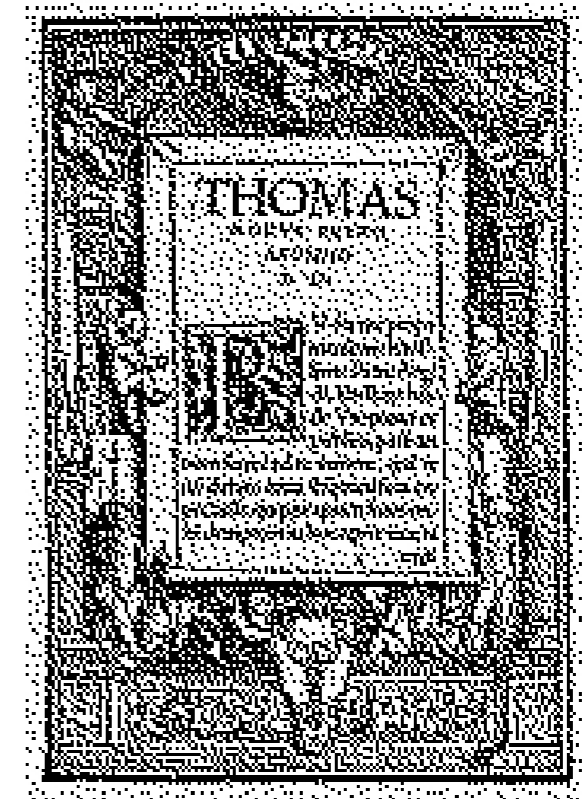
BASILEIA E LYON TORNAM-SE CENTROS DE DESIGN

A erudição e a produção de livros floresceram em muitas cidades, mas só algumas – notadamente Nuremberg, Veneza e Paris – surgiram como centros de inovação do design. Durante o século XVI, a Basileia, que passara a fazer parte da Suíça em 1501, e Lyon, cidade francesa localizada a 300 quilômetros a sudoeste da Basileia, tornaram-se centros importantes para o design gráfico. Os impressores nas duas cidades desfrutaram um animado intercâmbio. Tipos, molduras xilográficas e ilustrações da Basileia estavam em muitas gráficas de Lyon, e seus impressores frequentemente produziram edições para os atarefados colegas da Basileia. Johann Froben (1460-1527) foi para a sofisticada cidade universitária da Basileia frequentar a universidade e lá passou a imprimir em 1491. Tornou-se o principal impressor da cidade e atraiu para lá o destacado erudito humanista do Renascimento setentrional, Desidério Erasmo (1466-1543). Durante oito anos, começando em 1521, Erasmo trabalhou

com Froben como autor, editor e conselheiro para questões de erudição. Ao contrário da maioria de seus contemporâneos alemães, Froben privilegiava tipos romanos vigorosos e sólidos em lugar dos góticos.

Pintor de 22 anos de idade, Hans Holbein o Jovem (1497-1543) chegou à Basileia vindo de Augsburg no outono de 1519. Foi recebido como mestre na guilda Zum Himmel e foi arrematado por Froben para ilustrar livros. Seus desenhos de molduras eram esculturais e complexos e muitas vezes incluíam uma cena da Bíblia ou da literatura clássica. Seus prolíficos desenhos para frontispícios [7.36], cabeçalhos, vinhetas e conjuntos de capitulares ilustradas iam do humorístico (camponeses perseguindo uma raposa), ao gênero (camponeses dançando e crianças brincando) e a uma série mórbida de iniciais retratando a

7.36 Johann Froben (impressor) e Hans Holbein (ilustrador), folha de rosto para a *Utopia*, de sir Thomas Morus, 1518. Complexo em termos da imagem e da mancha, este projeto de frontispício une a composição tipográfica à ilustração colocando a primeira em um rolo de pergaminho.



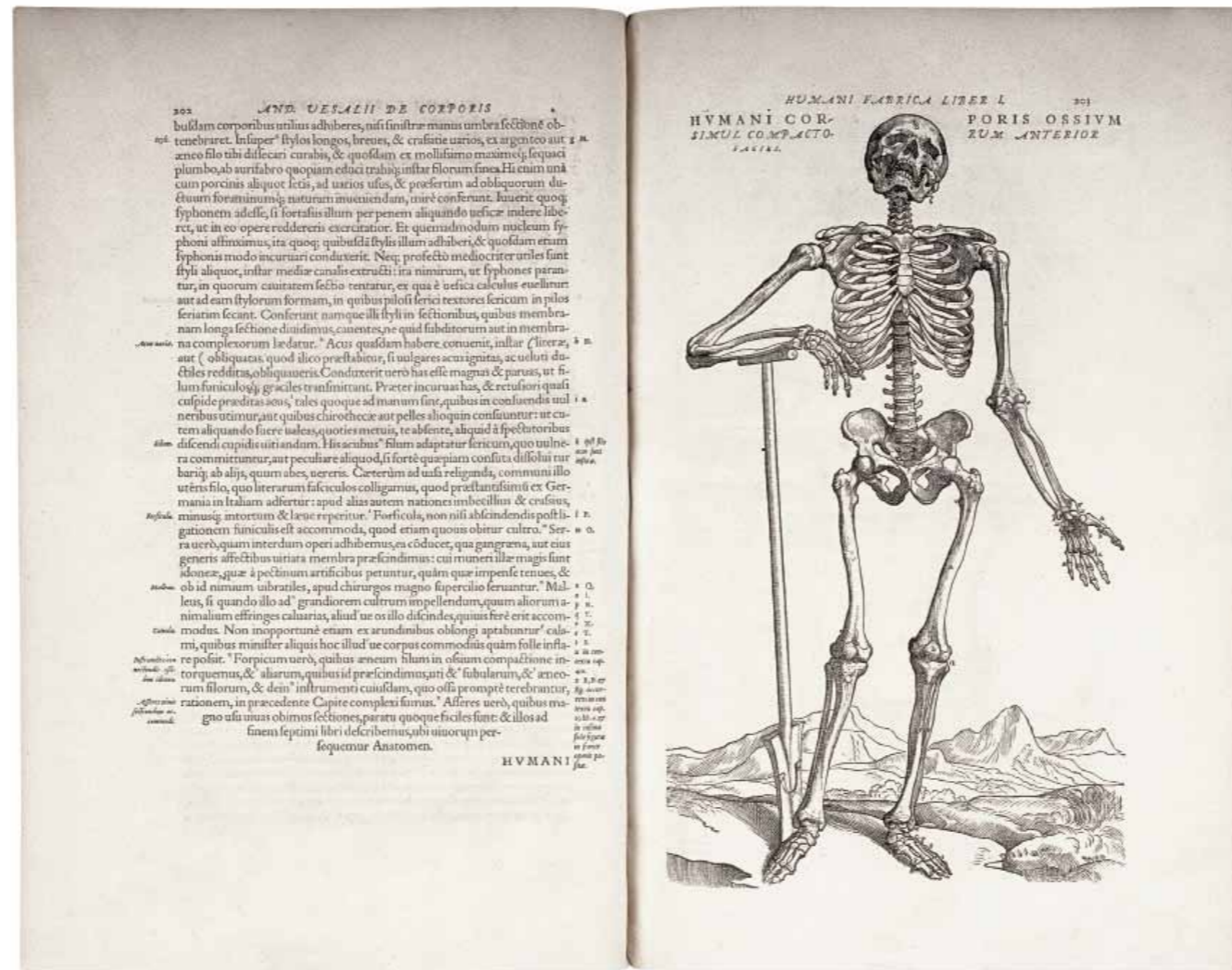


7.38 Johann Oporinus (impressor), página de *De Humani Corporis Fabrica*, 1543. As ilustrações anatômicas de esqueletos e músculos são apresentadas, do começo ao fim, em poses naturais.

7.37 Joannes Frelonius (impressor) e Hans Holbein o Jovem (ilustrador), páginas de *Imagines Mortis*, 1547. O terror de uma criança subitamente tirada de sua casa pela morte está em total contraste com o tamanho modesto da ilustração (6,65 centímetros) e a contida elegância da composição tipográfica de Frelonius.

“dança da morte”. Antes de partir para a Inglaterra em 1526, Holbein provavelmente já estava trabalhando em seu maior empreendimento gráfico, as 41 xilogravuras ilustrando a *Imagines Mortis* (Representações da morte) [7.37]. Essa procissão na qual esqueletos ou cadáveres escoltam os vivos a seus sepulcros era um tema importante nas artes visuais, bem como na música, teatro e poesia. O uso da arte como um lembrete funesto aos infiéis da inevitabilidade da morte teve origem no século XIV, quando as grandes ondas de peste varreram a Europa. Separando a procissão em cenas individuais, Holbein conseguia intensificar a tragédia súbita e pessoal da morte. Inúmeras edições foram impressas das matrizes gravadas por Hans Lutzelburger a partir dos desenhos de Holbein.

Depois da morte de Froben, Johann Oporinus se tornou o principal impressor da Basileia. Sua obra-prima foi o enorme livro em formato fôlio de 667 páginas, *De Humani Corporis Fabrica* (Construção do corpo humano) [7.38], escrito pelo fundador da anatomia moderna, Andreas Vesalius (1514-1564), de Bruxelas. Esse livro importante é ilustrado por xilogravuras de



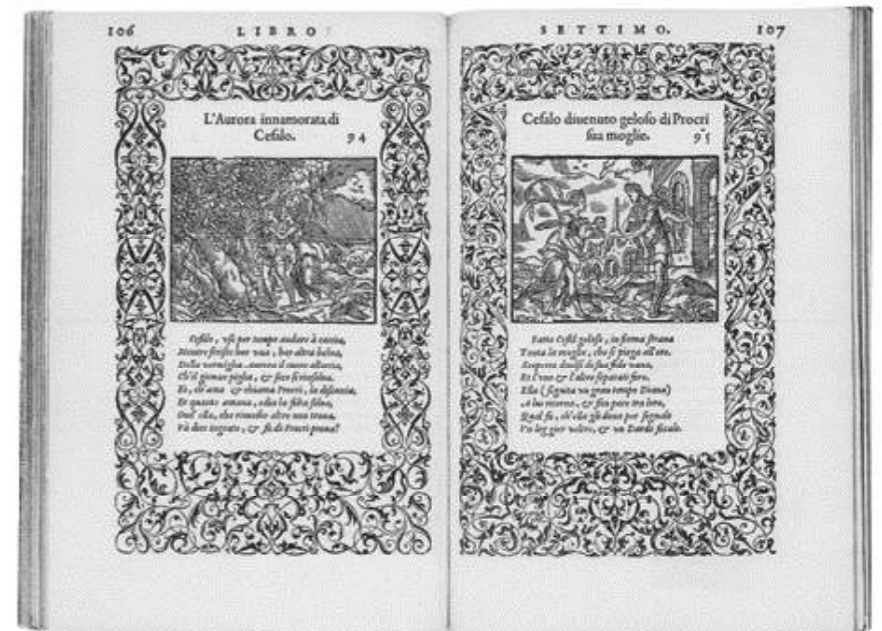
página inteira de notável clareza e precisão feitas por artistas trabalhando com cadáveres dissecados sob a supervisão de Vesalius. Muitas das figuras anatômicas são graciosamente apresentadas em paisagens. Oporinus compôs o texto túrgido e prolixo de Vesalius em páginas compactas de tipo romano com números de página precisos, título corrente, notas marginais em delicado tipo itálico e nenhuma indicação de parágrafo. Se a imitação é a forma mais sincera de lisonja, *De Humani Corporis Fabrica* se classifica como um grande livro, pois foi pirateado, traduzido, reimpresso, copiado e condensado por impressores de

toda a Europa. De fato, em 1545 o rei Henrique VIII da Inglaterra ordenou a produção de uma edição inglesa pirateada. Suas ilustrações cuidadosamente executadas, gravadas em placas de cobre – copiadas do frontispício e das ilustrações originais em xilogravuras –, caracterizam essa cópia como o primeiro livro bem-sucedido com ilustrações gravadas.

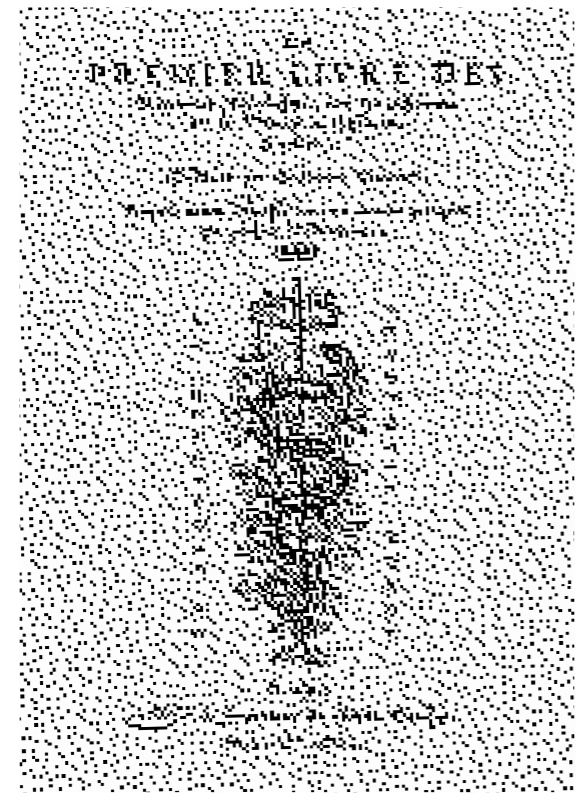
Em Lyon, a maioria dos quarenta impressores produzia em série material rotineiramente projetado, como romances populares para o mercado comercial, usando tipos góticos. Em 1542, Jean de Tournes (1504-1564) abriu uma firma em Lyon e começou a usar tipos Garamond com iniciais e ornamentos desenhados por Tory. Mas De Tournes não se contentou em imitar o design gráfico parisiense e contratou seu concidadão Bernard Salomon para desenhar cabeçalhos, arabescos, florões e ilustrações em xilogravura. O excelente design de livros desses colaboradores foi ainda melhorado [7.39] quando a eles se juntou um designer de tipos parisiense que trabalhava em Lyon, Robert Granjon (m. 1579), que se casou com a filha de Salomon, Antoinette.

Sendo o mais original dos designers inspirados pelos tipos romanos de Garamond, Granjon criou delicadas fontes itálicas em que se destacavam belas

7.39 Jean de Tournes (impressor) e Bernard Salomon (ilustrador), páginas de *La Vita et Metamorphoseo* (Metamorfoses) de Ovídio, 1559. Três qualidades tonais – os desenhos de molduras de Salomon, suas ilustrações mais densas e os itálicos de Granjon, repetindo as curvas fluidas das bordas – são usadas por De Tournes com a medida certa de espaço branco.



versais itálicas caudais. Os livros compostos com minúsculas itálicas até então usavam versais eretas. Granjon procurou adicionar um quarto grande estilo tipográfico – além do gótico, romano e itálico – ao desenhar e promover os *caractères de civilité* (caracteres de civilidade) [7.40], versão tipográfica do estilo de escrita secretarial francesa então em voga. A aparência singular desses tipos com extravagantes ascendentes cursivas era compensação insuficiente para sua fraca legibilidade. Dessa forma, a Civilité foi apenas uma fantasia passageira. Os florões desenhados por Granjon eram modulares e podiam ser reunidos em combinações infinitas para fazer cabeçalhos, vinhetas, ornamentos e bordas. Os desenhos de tipos de Garamond eram tão bonitos e legíveis que durante duzentos anos, de cerca de 1550 até meados do século XVIII, a maioria dos designers de tipos fez como Granjon, meramente refinando e alterando as formas de Garamond.



7.40 Robert Granjon, folha de rosto para *Le Premier livre des narrations fabuleuses* (O primeiro livro de histórias fabulosas), 1558. As letras são caracteres Civilité de Granjon, usados para o texto inteiro deste livro de 127 páginas. O instrumento com a serpente, elegantemente ladeada pelo lema em versais romanas, é a marca registrada de Granjon.

No dia 1º de março de 1562, um conflito entre tropas francesas e uma congregação da Igreja reformada terminou em massacre. Isso deu início a quatro décadas de guerras religiosas que efetivamente puseram fim à era de ouro da tipografia francesa. Muitos impressores huguenotes (protestantes franceses) fugiram para a Suíça, Inglaterra e Holanda, para escapar ao conflito religioso, à censura e às rígidas leis do comércio. Tal como o ímpeto para o design gráfico inovador havia se transferido da Itália para a França, ele agora passava da França para a Holanda, especialmente para as cidades de Antuérpia e Amsterdã.

Um ferimento grave no braço no início dos anos 1550 encerrou a carreira de encadernador de Christophe Plantin (1514-1589). Assim, na meia-idade ele passou a dedicar-se à impressão, e a Holanda encontrou seu maior impressor. Plantin nasceu numa aldeia rural francesa próxima a Tours, foi aprendiz de encadernador e livreiro em Caen, e depois estabeleceu sua loja em Antuérpia aos 35 anos de idade. Embora a dedicação de De Tournes à qualidade e seus padrões insuperados de design levassem muitos entendidos a proclamá-lo o melhor impressor do século XVI, o notável senso de administração e acuidade editorial de Plantin poderia granjear-lhe a mesma aprovação por motivos diferentes. Clássicos e Bíblias, herbários e livros de medicina, música e mapas – uma gama completa de material impresso – jorravam da que se tornou a maior e mais forte casa editorial do mundo. Entretanto, mesmo Plantin enfrentou dificuldades nesse período perigoso para os impressores. Enquanto estava em Paris em 1562, sua oficina imprimiu um tratado herético e seus ativos foram confiscados e vendidos. Ele recuperou grande parte do dinheiro, porém, e no prazo de dois anos se reorganizou e estava de novo solvente. O estilo de Plantin [7.41] era uma adaptação mais ornamentada e mais pesada do design tipográfico francês.

Granjon foi chamado a Antuérpia por um período para trabalhar como designer de tipos. Plantin adorava os florões de Granjon e os usou em profusão, particularmente em seus livros de emblemas. Publicou cinquenta deles, contendo versos ou lemas sempre populares ilustrados para instrução ou meditação moral. Plantin adquiriu numerosas punções e tipos nas



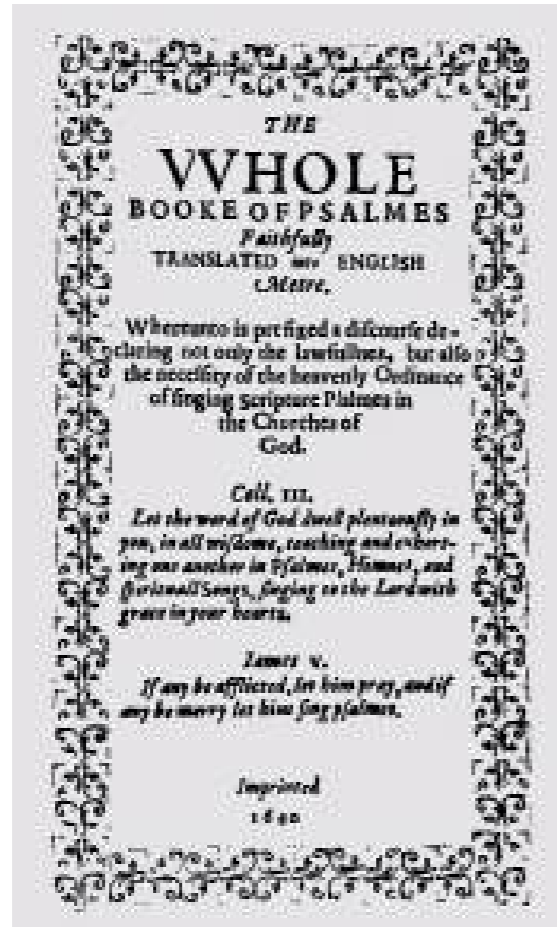
7.41 Christophe Plantin, folha de rosto para *Centum Fabulae ex Antiquis* (Cem fábulas antigas), de Gabriello Faerno, 1567. Digna e arquitetônica, esta folha de rosto é típica do estilo da casa editorial de Plantin.



7.42 Christophe Plantin, página da Bíblia Poliglota, 1569-1572. Um formato de página dupla, com duas colunas verticais acima de uma coluna horizontal larga, continha as traduções da Bíblia em hebraico, latim, aramaico, grego e síriaco.

vendas do espólio de Colines e Garamond. Sob o patronato do rei Filipe II da Espanha, publicou a segunda grande Bíblia Poliglota [7.42] entre 1569 e 1572. Essa obra em oito volumes quase o levou à falência, uma vez que o prometido patrocínio demorou a concretizar-se.

O uso de gravuras em lâminas de cobre em vez de xilogravuras para ilustrar seus livros foi a principal contribuição de Plantin ao design. Ele encomendou o desenho de folhas de rosto e a ilustração de livros a mestres desse florescente meio de gravação. Em breve a lâmina gravada estava substituindo a xilogravura como técnica principal para imagens gráficas em toda a Europa. Depois da morte de Plantin, seu genro, John Moretus, prosseguiu com a firma, que permaneceu com a família até 1876, quando a cidade de Antuérpia a adquiriu e converteu essa fascinante casa e empresa gráfica em extraordinário museu de tipografia e impressão, contendo duas prensas que datam do tempo de Plantin.



7.43 Stephen e Matthew Daye, folha de rosto para *The Whole Booke of Psalmes*, 1640. Nos tipos do título, é obtida uma rica diversidade mediante a combinação de três tamanhos e uso de trechos em caixa-alta, trechos em caixa-baixa ou itálicos para hierarquizar e expressar o significado das palavras.

O SÉCULO XVII

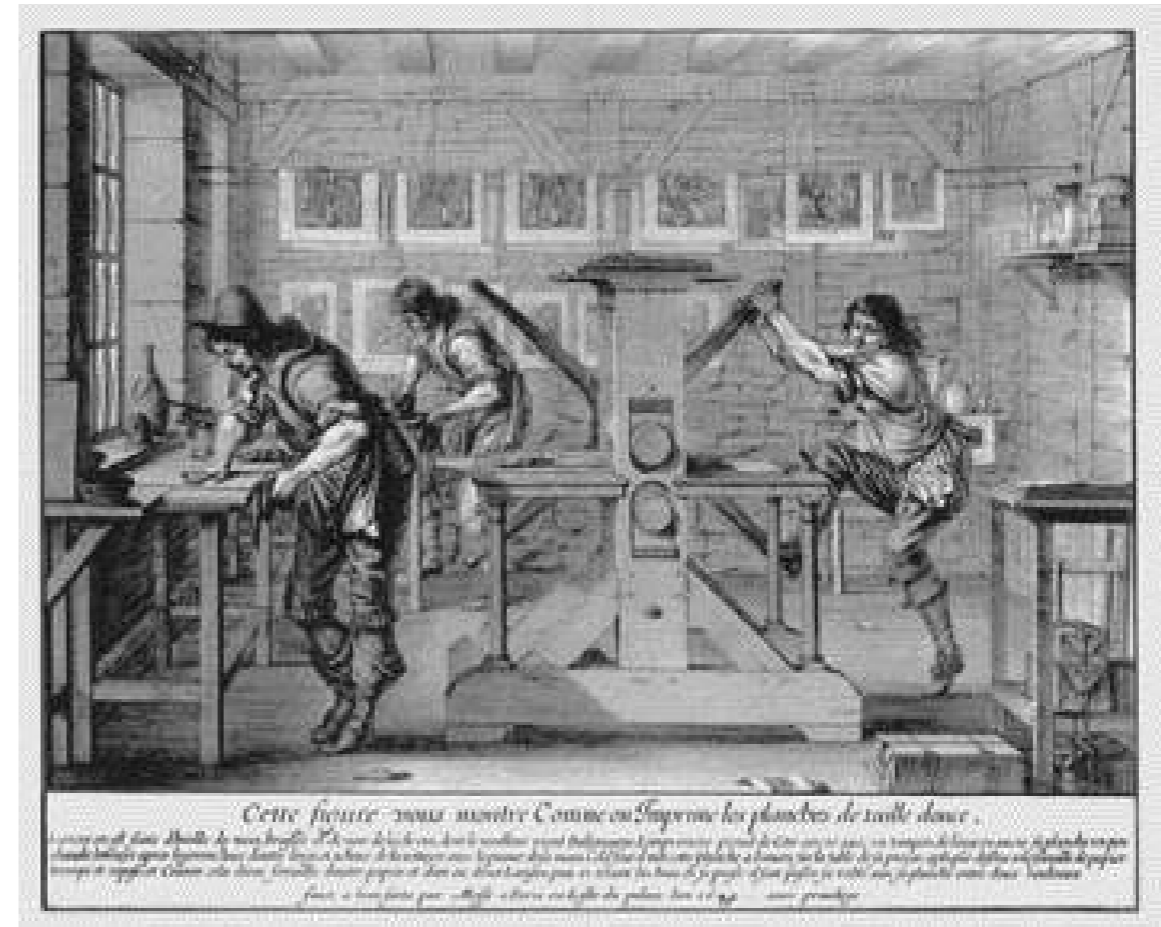
Após o notável progresso no design gráfico ocorrido durante as breves décadas dos incunábulo e da primorosa tipografia e projeto de livros do Renascimento, o século XVII foi uma época relativamente discreta para a área. Um estoque abundante de ornamentos, punções, matrizes e xilogravuras do século XVI se achava amplamente disponível, e por isso havia pouco incentivo para os impressores encomendarem novas matrizes gráficas. Durante o século XVII, porém, ocorreu um despertar do gênio literário. Obras imortais de autores talentosos, entre eles o dramaturgo e poeta britânico William Shakespeare (1564-1616) e o romancista, dramaturgo e poeta espanhol Miguel de Cervantes Saavedra (1547-1616), foram extensamente publicadas. In-

felizmente, nas artes gráficas fazia falta uma inovação correspondente. Não houve nenhuma abordagem ou tipos novos e importantes para propiciar um formato condizente com a nova e excepcional literatura.

A imprensa foi para as colônias norte-americanas quando um serralheiro britânico chamado Stephen Daye (c. 1594-1668) contratou um abastado clérigo dissidente, o reverendo Jesse Glover, para viajar com ele para o Novo Mundo e estabelecer uma tipografia. Glover morreu durante a viagem marítima no outono de 1638 e foi sepultado no mar. Na chegada a Cambridge, Massachusetts, a viúva de Glover, Anne, instalou a oficina tipográfica com a ajuda de Daye e assim se tornou a primeira impressora na colônia. Mais tarde ela se casou com o presidente do Harvard College e vendeu a tipografia para Daye. A primeira impressão foi efetuada no início de 1639 e o primeiro livro a ser desenhado e impresso nas colônias inglesas da América foi *The Whole Booke of Psalmes* (hoje chamado *The Bay Psalm Book* – Hinário de salmos da baía) de 1640 [7.43]. Como mostra a folha de rosto, com a palavra *whole* dominante e a borda de florões de metal fundido, o projeto e a produção desse volume foram bem cuidados, mas compreensivelmente desprovidos de refinamento. Matthew, filho de Stephen, que era o segundo encarregado e fizera seu aprendizado em uma tipografia de Cambridge, Inglaterra, antes de viajar para a América, provavelmente fazia a composição e assumia a responsabilidade pelo projeto de prospectos, livros e outros materiais produzidos nessa gráfica.

Apesar da forte censura e do imposto sobre a impressão tanto de jornais como de publicidade, a atividade não parou de crescer nas colônias. Em 1775 havia aproximadamente cinquenta impressores nas treze colônias, e eles abasteciam a febre revolucionária que estava fermentando. Tal como a impressão havia lançado a Europa rumo à Reforma protestante durante suas décadas iniciais, agora empurrava as colônias norte-americanas rumo à revolução.

A gravura em lâmina de cobre continuou a crescer em popularidade à medida que refinamentos técnicos aumentavam significativamente sua amplitude de tons, texturas e detalhes. Ateliês de gravação independentes foram estabelecidos, conforme mostra a combinação de água-forte e ponta-seca de Abraham Bosse



7.44 Abraham Bosse, *Oficina de impressão – o impressor*, 1642. Uma gama convincente de luzes e sombras é construída com linhas arranhadas.

(1602-1676) ilustrando os impressores de lâminas em sua oficina gráfica [7.44]. Além de atender encomendas para gravuras em lâminas de cobre para inserção em livros como ilustrações, esses ateliês produziam gravuras para serem penduradas na parede. Isso possibilitava que pessoas que não tinham condições de comprar pinturas a óleo pudessem ter imagens em casa. Prospectos, cartões publicitários e outros impressos efêmeros também eram produzidos pelos ateliês de gravação. A imaginação maravilhosa que por vezes se manifestava é vista na coleção de gravuras chamada *Os ofícios* [7.45], originalmente criada por N. de Larmessin em 1690. As ferramentas ou os produtos de cada ofício eram transformados em pródigas vestimentas nas figuras. A natureza da gravação – linhas finas arranhadas em metal – incentivou o desenvolvi-

mento de letras de extremo refinamento e delicadeza, usadas com ilustrações meticulosamente detalhadas.

Durante o século XVII, a Holanda prosperou como nação mercantil e marítima. Os livros se tornaram importante artigo de exportação em consequência das realizações de outra dinastia de impressores, fundada por Louis Elzevir (1540-1617). Seus pequenos volumes, úteis e práticos, tinham tipos holandeses sólidos e legíveis circundados por margens economicamente estreitas e apresentavam frontispícios gravados. Edição competente, preços econômicos e tamanho conveniente possibilitaram que a família Elzevir expandisse o mercado comprador de livros. Livros em holandês, inglês, francês, alemão e latim eram impressos e exportados para toda a Europa. Os projetos eram de uma constância incrível – o que levou um dos mais

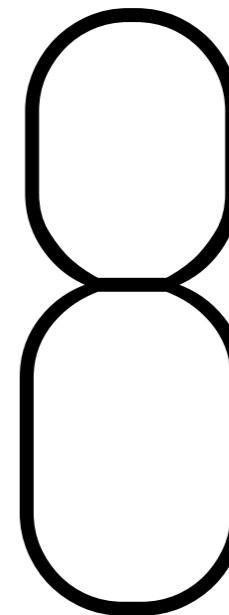


7.45 Segundo N. de Larmessin, "Habit de rôtisseur" (Roupa de rôtisseur), de *Os ofícios*, 1690. Simetria imponente e recato sombrio intensificam o ultrajante humor desta imagem.

destacados historiadores da tipografia a declarar que, quando se já houvesse visto um, se tinham visto todos. Grande parte de seus tipos foi projetada pelo grande designer e punccionista holandês Christoffel van Dyck. Desenhados para resistir ao desgaste da impressão, seus tipos tinham serifa encorpadas com pesados conectores (as curvas que unificam a serifa com o traço principal da letra) e elementos lineares razoavelmente robustos [7.46]. Cento e onze matrizes e tipos de Van Dyck foram continuamente usados até 1810, quando a moda de usar contrastes extremos entre traços grossos e finos dos tipos de estilo moderno infelizmente levou a fundição de Haarlem, que era sua proprietária, a derretê-los para reutilizar o metal.



7.46 Jan Jacob Schipper, página dos *Comentários de Calvino*, 1667. Usando tipos desenhados por Christoffel van Dyck, a mistura de tamanhos, entreletras e entrelinhas de Schipper no cabeçalho faz dessa peça uma excelente representação da sensibilidade barroca.



Uma época de genialidade tipográfica

Após a escassez de criatividade no design gráfico durante o século XVII, o século XVIII foi uma época de originalidade tipográfica. Em 1692, o rei francês Luís XIV, que tinha grande interesse pela impressão, ordenou a criação de um comitê de estudiosos para desenvolver um novo tipo para a Imprimerie Royale (imprensa Real), o gabinete da imprensa real estabelecido em 1640 para restaurar a qualidade de impressão do passado. As novas letras deveriam ser projetadas segundo "princípios científicos". Liderados pelo matemático Nicolas Jaugeon, os acadêmicos pesquisaram todos os alfabetos e estudos anteriores sobre design de tipos.

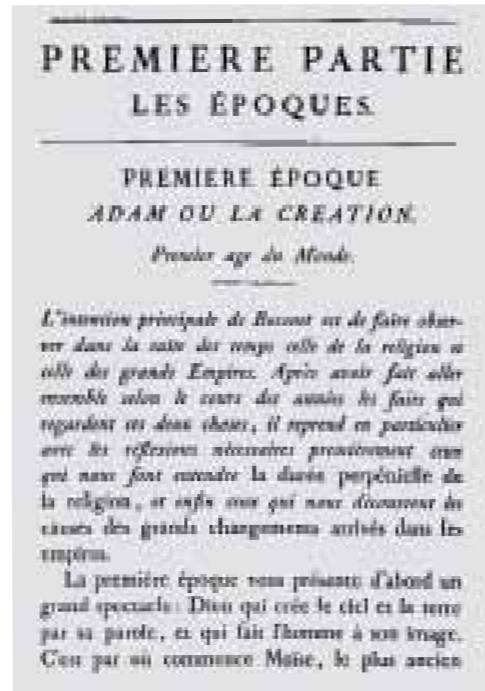
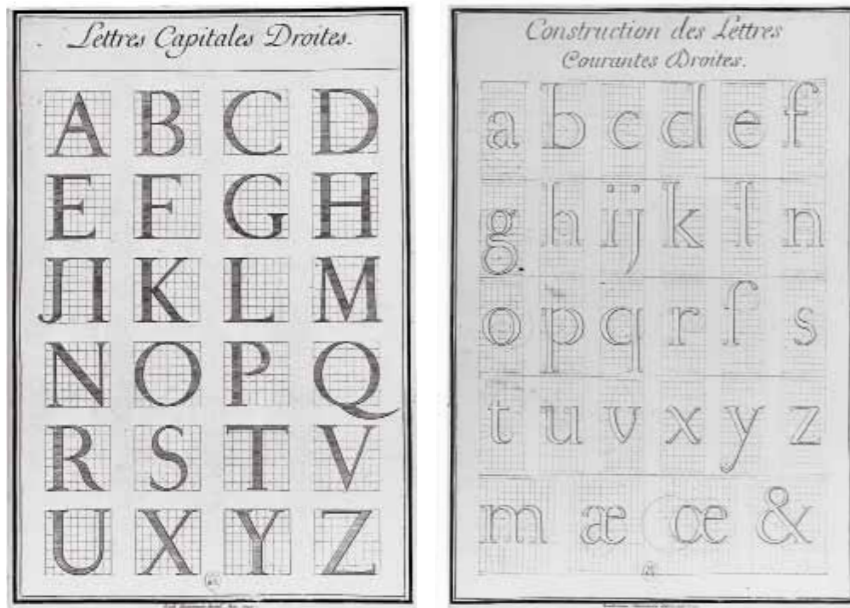
Para construir as novas versais romanas, dividiu-se um quadrado num grid de 64 unidades. Cada uma dessas unidades foi novamente dividida, agora em 36 unidades menores, num total de 2 304 quadriculas. Os itálicos foram construídos em um grid parecido. Os novos desenhos de letra possuíam me-

nos propriedades caligráficas inspiradas pelo cinzel e pena chata; obteve-se uma harmonia matemática por meio de instrumentos de mensuração e desenho. Contudo, esses projetos não eram construções meramente mecânicas, pois as decisões finais eram tomadas a olho.

Esse *Romain du Roi*, como foi chamado o novo tipo, tinha maior contraste entre os traços grossos e finos, serifas horizontais pronunciadas e um equilíbrio uniforme para cada letra-forma. Os alfabetos mestres foram gravados como impressões de grandes lâminas de cobre [8.1, 8.2] por Louis Simonneau (1654-1727). Philippe Grandjean (1666-1714) abriu os punções para converter os alfabetos mestres em tipos de texto. O refinamento minucioso em um grid de 2 304 quadriculas se mostrou absolutamente inútil quando reduzido a tipos do tamanho texto.

Os tipos projetados para a Imprimerie Royale somente poderiam ser usados por aquela oficina para impressão real; usá-los para outra finalidade constituía ofensa capital. Outros fundidores rapidamente abriram tipos com características semelhantes, mas se certificaram de que os designs fossem suficientemente distintos para evitar confusão com as fontes da Imprimerie Royale.

8.1 e 8.2 Louis Simonneau, alfabetos mestres para o Romain du Roi, 1695. Estas gravuras em cobre se destinavam a estabelecer padrões gráficos para o novo alfabeto.



Em 1702 o fôlio de *Médailles* (Medalhas) foi o livro pioneiro a apresentar os novos tipos. Como o primeiro desvio importante da tradição veneziana do design de tipos romanos “old style” (estilo antigo), o Romain du Roi [8.3] inaugurou uma categoria de tipos chamados *romanos de transição*. Eles rompem com as qualidades caligráficas tradicionais, serifas adnatas e pesos de traço relativamente uniformes das fontes Old Style. O Romain du Roi (como William Morris observou no final do século XIX) marcou a substituição do calígrafo pelo engenheiro como influência tipográfica dominante.

DESIGN GRÁFICO DA ERA ROCOCÓ

A fantasiosa arte e arquitetura francesa que floresceu de cerca de 1720 até aproximadamente 1770 é chamada *rococó*. Florido e intrincado, o ornamento rococó é composto de curvas em s e c com volutas, rendilhados e formas vegetais derivadas da natureza, da arte clássica e oriental e até de fontes medievais. As cores em tom pastel eram frequentemente usa-

8.3 Philippe Grandjean, amostra de Romain du Roi, 1702. Comparados a fontes romanas anteriores, a nítida qualidade geométrica e o maior contraste destes primeiros tipos de transição são claramente evidentes. A pequena espora no centro do lado esquerdo do “i” em caixa-baixa é um dispositivo usado para identificar tipos da Imprimerie Royale.

das com branco marfim e ouro em projetos assimetricamente equilibrados. Essa pródiga expressão da era do rei Luís XV (1710-1774) encontrou seu ímpeto mais forte na obra de Pierre Simon Fournier le Jeune (1712-1768), o filho mais novo de uma família proeminente de impressores e fundidores tipográficos. Aos 24 anos, Fournier le Jeune estabeleceu uma empresa independente de design e fundição de tipos após estudar arte e trabalhar como aprendiz na fundição Le Bé, operada por seu irmão mais velho, onde abriu blocos de madeira decorativos e aprendeu a puncionar.

A medida de tipos do século XVIII era caótica, pois cada fundição tinha seus próprios tamanhos, e a nomenclatura variava. Em 1737 Fournier le Jeune foi pioneiro na padronização quando publicou sua primeira tabela de proporções. A *pouce* (unidade francesa de medida hoje obsoleta, de comprimento ligeiramente maior que uma polegada) era dividida em doze linhas, cada uma dividida em seis pontos. Assim, o tamanho que ele dava ao Petit-Romain era de uma linha e quatro pontos, quase igual ao tipo contemporâneo de dez pontos; seu tamanho de cícero era de duas linhas, ou semelhante ao tipo contemporâneo de doze pontos.

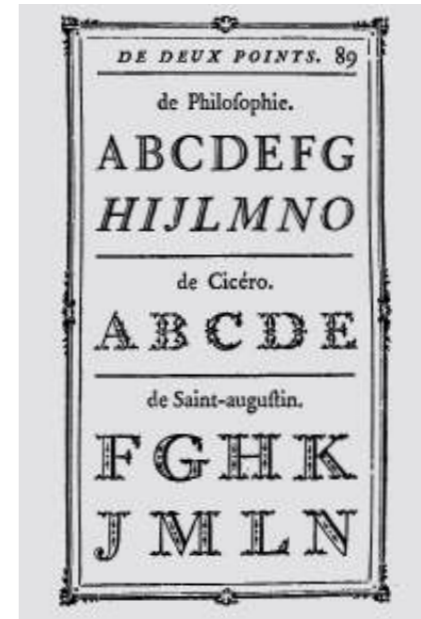
Fournier le Jeune publicou seu primeiro livro de amostras, *Modèles des caractères de l’Imprimerie* (Modelos dos caracteres de impressão), com 4 600 caracteres pouco antes de seu trigésimo aniversário, em 1742. Durante um período de seis anos Fournier não só projetou como abriu pessoalmente punções para todos esses caracteres. Seus estilos romanos eram formas de transição inspiradas pelo Romain du Roi de 1702. Entretanto, seu sortimento de pesos e largu-

ras deu início à ideia de uma “família” de tipos visualmente compatíveis e passíveis de serem mesclados. Ele mesmo desenhava e compunha as páginas mais complexas, ricamente ornadas com seus primorosos *fleurons*, usados separadamente ou multiplicados para obter ilimitados efeitos decorativos. Suas experiências com fundição permitiram-lhe moldar linhas filetadas simples, duplas e triplas de até 35,5 centímetros e os maiores tipos de metal já feitos (equivalente aos tamanhos contemporâneos de 84 e 108 pontos). Seus tipos decorativos [8.4] – contornados, sombreados, floridos e exóticos – funcionavam incrivelmente bem com suas fontes romanas, ornamentos e filetes.

A impressão já foi chamada de “a artilharia do intelecto”. Pode-se dizer que Fournier le Jeune abasteceu os arsenais dos impressores rococós com um sistema de design completo (estilos de tipo romano, itálico, manuscrito e decorativo, filetes e ornamentos) de medida padronizada cujas partes se integravam tanto visual como fisicamente [8.5]. Como a legislação francesa impedia que fundidores de tipos imprimissem, Fournier le Jeune entregava as páginas compostas para Jean Joseph Barbou, o impressor de seu *Modèles des caractères*, cujo sobrinho, Jean Gerard Barbou, tinha estreita ligação com ele. Além de publicar todos

8.4 Pierre Simon Fournier le Jeune, página de amostras de tipos decorativos, 1768. Cada um dos tipos do mostruário ornamental de Fournier contém a estrutura de uma letra romana bem proporcionada.

8.5 Pierre Simon Fournier le Jeune, folha de rosto para *Ariette, mise en musique* (Ariette, método de música), 1756. Grande quantidade de ornamentos florais, curvilíneos e geométricos foi necessária para montar projetos como este, que fixou o padrão de excelência do período rococó.



8.6 Joseph Gerard Barbou, páginas de *Contes et nouvelles en vers*, por Jean de La Fontaine, 1762. Para adornar um poema sobre o interlúdio romântico do pintor com sua modelo, Barbou usou a água-forte de Eisen, uma vinheta de Choffard e tipos ornamentados de Fournier le Jeune.



os outros livros de Fournier le Jeune, o Barbou mais jovem produziu volumes de excepcional design rococó, combinando os tipos decorativos de Fournier e as gravuras de cobre de Charles Eisen (1720-1778), que se especializou em ilustrações de graciosa complexidade e sensual intimidade, então em voga entre a realeza e os ricos. A adição dos talentos do gravador Pierre Philippe Choffard (1730-1809), que se especializou em vinhetas ornamentais e pequenas ilustrações monocromáticas, resultou em designs de livros como *Contes et nouvelles en vers* (Contos e novelas em verso) de Jean de La Fontaine, de 1762 [8.6]. Numa tiragem pequena para um público especial, as gravuras mostrando tímidas aventuras românticas eram substituídas por outras versões que retratavam conduta sexual explícita. Nas *éditions de luxe*, o fundidor de tipos, o impressor e o ilustrador combinavam seus talentos para traduzir a psicologia da era rococó – mostrando

os ricos levando vida extravagante, sensual e bucólica em uma alegre terra da fantasia, alheios à crescente combatividade das massas assoladas pela pobreza. Esses livros extremamente populares permaneceram em voga até a Revolução Francesa, de 1789, pôr fim à monarquia e à era rococó.

Fournier le Jeune planejou um *Manuel typographique* (Manual de tipografia) em quatro volumes [8.7] durante muitos anos, mas produziu apenas dois – *Utile aux gens de lettres* (Típo, sua abertura e fundição), 1764, e *La Gravure ou taille des poinçons* (Modelos de tipos) (originalmente planejado como volume quatro), 1768. Um sistema melhor de medição baseado no ponto (em vez da linha e ponto) foi introduzido no volume de 1764. Ele não viveu para concluir os outros dois volumes, um sobre impressão e outro sobre a vida e a obra dos grandes tipógrafos. Apesar de seu feito máximo ter sido deixado pela metade, Fournier

le Jeune realizou mais inovações tipográficas e produziu impacto maior no design gráfico que qualquer outra pessoa de sua época.

Embora até os projetos mais extravagantes de Fournier le Jeune e seus seguidores mantivessem o alinhamento vertical e horizontal, que é parte da natureza física da tipografia de metal, os gravadores tinham liberdade para praticar enormes ousadias formais.

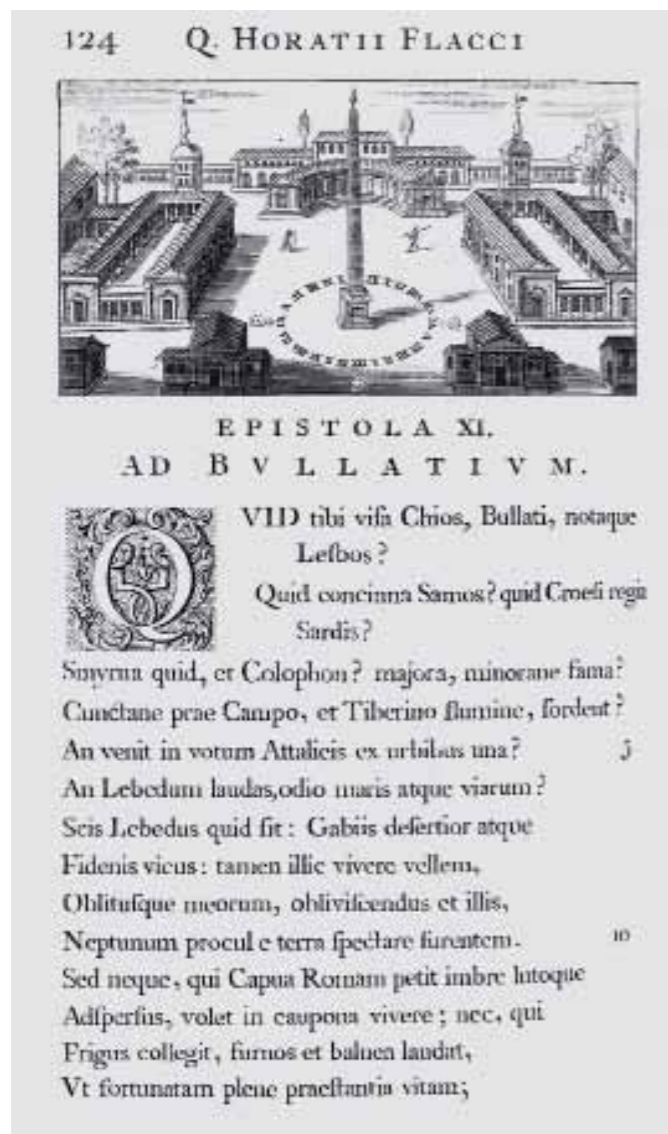


8.7 Pierre Simon Fournier le Jeune, páginas de *Manuel typographique*, 1764 e 1768. Além de mostrar as realizações de design de uma vida inteira, o manual de tipos de Fournier é uma obra-prima do estilo rococó.



8.8 George Bickham, “A Poem on the Universal Penman” (Um poema, sobre o calígrafo universal), de John Bancks, c. 1740. Bickham gravou seu autorretrato acima dos versos que louvam suas habilidades caligráficas.

Basicamente, a gravura é um desenho que usa um buril, em vez de um lápis, como ferramenta de trabalho, e uma chapa de cobre lisa, em lugar de uma folha de papel como suporte. Como essa linha livre era um meio ideal para expressar as curvas floridas da sensibilidade rococó, a gravura floresceu ao longo do século XVIII. O detalhe delicado e as linhas finas tornaram esse meio muito apreciado para etiquetas, cartões de visita, timbres, cabeçalhos e proclamações. O renomado mestre calígrafo e gravador inglês George Bickham (o Velho, m. 1769) foi o mais celebrado calígrafo de seu tempo [8.8]. Em 1743 ele publicou *The Universal Penman... Exemplified in all the Useful and Ornamental Branches of Modern Penmanship, &c.; The Whole Embellished with 200 Beautiful Decorations for the Amusement of the Curious* (O calígrafo universal... exemplificado em todos os ramos úteis e ornamentais da caligrafia moderna etc.; tudo



8.9 John Pine, página de *Opera Horatii*, volume II, 1737. Ilustração e texto foram gravados à mão sobre uma lâmina de cobre e impressa em uma só passada pela prensa.

embelezado com 200 lindas decorações para a diversão dos curiosos). Bickham e outros reconhecidos gravadores tinham a assinatura destacada em prospectos, frontispícios e grandes imagens para residências, que frequentemente se baseavam em pinturas a óleo.

À medida que os gravadores adquiriram mais habilidade, chegaram mesmo a produzir livros independentemente dos tipógrafos, gravando à mão tanto as ilustrações como o texto. O inglês John Pine (1690-1756) foi um dos melhores gravadores de seu tempo. Seus

livros, entre os quais *Opera Horatii* (Obras de Horácio) de 1737 [8.9], eram vendidos por assinatura antes da publicação, e uma lista nomeando cada assinante era gravada em caligrafia na frente do volume. Como as serifas e os traços finos das letras eram reduzidos ao delicado risco da ferramenta mais fina do gravador, o contraste no texto era deslumbrante e inspirava imitação pelos designers tipográficos. Cada letra era inscrita à mão; desse modo, a mancha tinha uma leve vibração que lhe conferia certa qualidade manual, em vez da uniformidade mecânica. Além do design e produção de livros, Pine era gravador-chefe de sinetes para o rei da Inglaterra e criou portfólios de grandes águas-fortes. Um conjunto extraordinário, publicado em 1753, retrata a derrota da Armada Espanhola em 1588 em estampas de 52 por 36 centímetros.

CASLON E BASKERVILLE

Por mais de dois séculos e meio depois da invenção dos tipos móveis, a Inglaterra buscou na Europa continental a direção da tipografia e do design. Guerra civil, perseguição religiosa, censura severa e controle estatal da impressão haviam criado um clima que não favorecia a inovação gráfica. Ao subir ao trono em 1660, Carlos II exigiu que o número de impressores fosse reduzido a vinte “pela morte ou de outra maneira”.

Ideias para tipos e projetos eram importadas da Holanda pelo Canal da Mancha até que surgiu um gênio nativo, William Caslon (1692-1766). Depois de trabalhar como aprendiz para um gravador de fecharias e canos de armas de fogo de Londres, o jovem Caslon abriu sua loja e adicionou ao seu repertório de habilidades a gravação em prata e o entalhe de ferramentas de douração e carimbos de letras para encadernadores. O impressor William Bowyer incentivou Caslon a dedicar-se ao design e fundição de tipos, o que ele fez em 1720 com sucesso quase imediato. Sua primeira encomenda foi uma fonte árabe para a Sociedade para a Promoção do Conhecimento Cristão. Logo após, em 1722, surgiram o primeiro corpo do tipo Caslon Old Style e seu itálico [8.10], e sua fama estava criada. Nos sessenta anos seguintes, praticamente toda impressão inglesa usava fontes Caslon e esses

tipos acompanharam o colonialismo inglês por todo o globo terrestre. O impressor Benjamin Franklin (1706-1790) introduziu o tipo Caslon nas colônias norte-americanas, onde foi extensamente usado, inclusive para a impressão oficial da Declaração da Independência por um impressor de Baltimore.

Os desenhos de tipos de Caslon não eram particularmente elegantes ou inovadores. Sua enorme popularidade e atração residiam na legibilidade excelente e textura robusta, que os tornavam “confortáveis” e “simpáticos ao olhar”. Começando com os tipos holandeses de sua época, Caslon aumentou o contraste entre os traços espessos e finos, tornando os primeiros ligeiramente mais pesados. Isso entrava em contradição direta com a moda no resto da Europa, que estava adotando a textura mais leve do Romain du Roi. As fontes Caslon possuem design variado, conferindo-lhes uma textura desigual e rítmica que aumenta seu interesse e apelo visual. A fundição de Caslon continuou sob a direção de seus herdeiros e esteve em atividade até os anos 1960.

Caslon operou numa tradição de design de tipos romanos de estilo antigo que havia começado mais de duzentos anos antes, durante o Renascimento italiano. Essa tradição foi sustentada por John Baskerville (1706-1775), inovador que quebrou as regras vigentes do design e da impressão em 56 edições produzidas na sua gráfica em Birmingham, Inglaterra. Baskerville se envolveu em todas as facetas do processo de confecção de livros. Ele desenhou, fundiu e compôs tipos, melhorou a prensa tipográfica, concebeu e encomendou novos papéis e projetou e publicou os livros que imprimiu. Esse homem da Worcestershire rural, que, menino, “admirava a beleza das letras”, mudou-se, na juventude, para Birmingham e se estabeleceu como professor de redação e canteiro [8.11]. Ainda aos 30 anos, Baskerville tornou-se fabricante de louça japonizada. Suas molduras, caixas, estojos de relógios, castiçais e bandejas eram feitos de folha de flandres, geralmente decorados com flores e frutas pintadas à mão e com acabamento em verniz resistente e brilhante. Baskerville fez fortuna com a fabricação e construiu uma mansão, Easy Hill, perto de Birmingham. Por volta de 1751, aos 44 anos, retornou a sua primeira paixão, a arte das letras, e começou a experimentar com impressão. Como



8.10 William Caslon, amostras dos tipos romano e itálico, 1734. A praticidade direta dos modelos de Caslon fez deles o estilo romano dominante até boa parte do século XIX em todo o Império Britânico.

um artista que desejava controlar todos os aspectos do design e produção de livros, ele buscou a perfeição gráfica e pôde investir o tempo e os recursos necessários para alcançar seus objetivos. Contou com a ajuda de John Handy, punctionista, e Robert Martin, aprendiz que mais tarde se tornou seu capataz. Os designs de tipos de Baskerville, que trazem seu nome até hoje, representam o auge do estilo de transição que transpõe o abismo entre o estilo antigo e o design moderno de tipos. Suas letras possuíam uma nova elegância e

8.11 John Baskerville, lápide, não datada. Esta pedra de demonstração mostrava a clientes potenciais a destreza do entalhe do jovem Baskerville e a diversidade de seus estilos de letras.



leveza. Em comparação com desenhos anteriores, seus tipos são mais largos, o contraste de peso entre traços grossos e finos é aumentado, e o posicionamento da parte mais espessa da letra é diferente. O tratamento das serifas é novo: elas fluem suavemente dos traços maiores e terminam como pontas refinadas. Suas fontes itálicas mostram mais claramente a influência do domínio da caligrafia.

Como designer de livros em um período de intrincados frontispícios e ilustrações gravados e do uso generoso de florões, ornamentos e capitulares decoradas, Baskerville optou pelo livro tipográfico limpo [8.12, 8.13]. Margens largas e espaço generoso entre letras e linhas eram usados ao redor de seus esplêndidos alfabetos. Para manter a pureza elegante de seu design tipográfico, uma porcentagem inusitadamente grande de cada tiragem era rejeitada, e ele fundia e remoldava seus tipos depois de cada impressão.

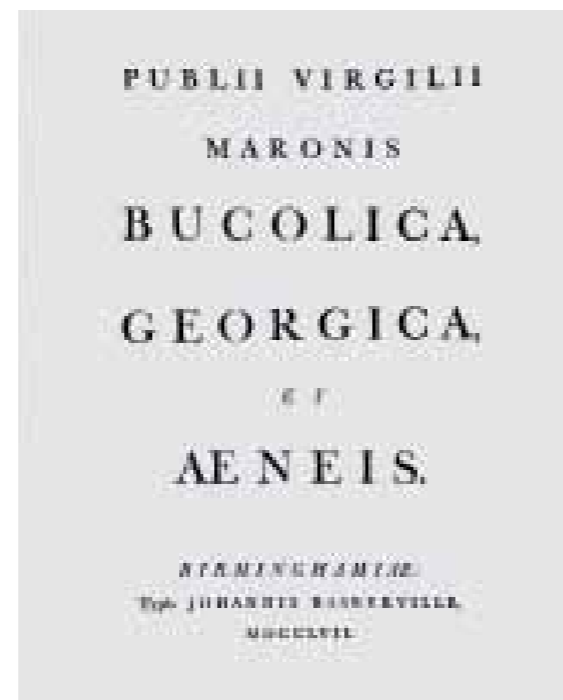
Os melhoramentos de Baskerville para suas quatro prensas, montadas em suas próprias oficinas, concentraram-se no alinhamento perfeito entre a placa de metal de uma polegada de espessura e o leito de pedra lisa da prensa. O suporte atrás da folha de papel que estava sendo impressa era extraordinariamente duro e liso. Em consequência disso, ele obteve impressões completamente uniformes.

Tentativas e erros resultaram no desenvolvimento de uma tinta composta de óleo de linhaça fervido e maturado por vários meses após a adição de resina preta ou âmbar. Em seguida, um fino negro de fumo –

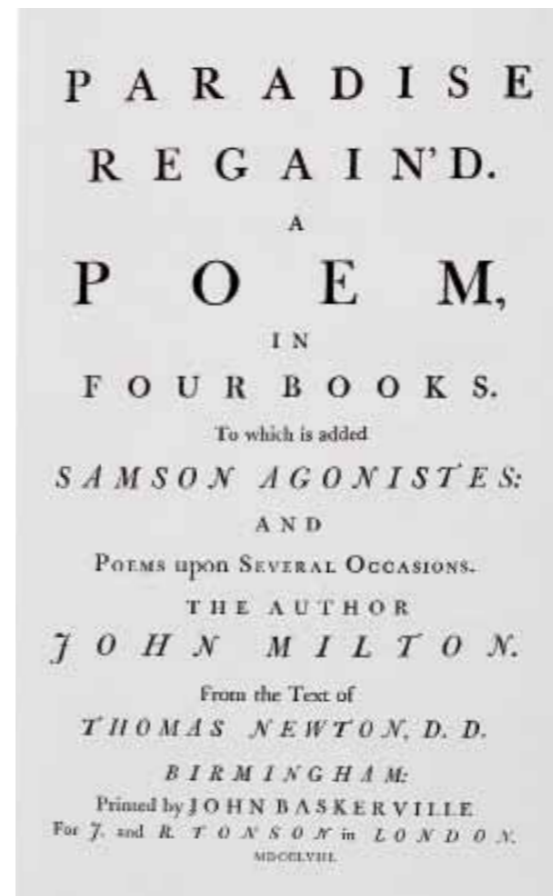
obtido de “tenazes para vidro e lâmpadas de soldados” – era moído nela. A resina adicionava um brilho a essa tinta preta excepcionalmente densa, cujo lustro beirava o purpúreo.

A superfície lisa e brilhante do papel nos livros de Baskerville não havia sido vista até então. Era obtida mediante o uso de papel velino prensado a quente. Antes do Virgílio de Baskerville, os livros eram impressos em papel avergoado ou “vergê”, que possui uma textura de linhas horizontais. Esse padrão é criado na fabricação por arames que compõem a tela no molde do papel; os arames em paralelas estreitas são apoiados por arames mais grossos que correm perpendiculares aos arames mais finos. O papel velino fabricado para Baskerville era formado por um molde dotado de uma malha mais fina, feita de arames entrelaçados como malha de tecido. A textura das marcas de arame era praticamente eliminada desse papel.

Todo papel feito à mão tem uma superfície grosseira. Quando o papel é umedecido antes da impressão em uma prensa manual, torna-se ainda mais grosseiro. O desejo de ter uma impressão elegante levou Baskerville a pensar o papel a quente depois de im-



8.12 John Baskerville, folha de rosto para *Bucolica, Georgica et Aeneis* (Pastorais, Geórgicas e Eneida), de Virgílio, 1757. Baskerville reduziu o projeto a letras simetricamente dispostas e espacejadas; reduziu o conteúdo a autor, título, editora, data e cidade da publicação. O resultado foi economia, simplicidade e elegância.



presso, para produzir uma superfície lisa, refinada. O modo como ele prensava a quente ou calandrava seu jornal é assunto controverso, porque as fontes antigas fornecem versões contraditórias. Uma delas é que Baskerville projetou e construiu uma prensa alisadora com dois cilindros de cobre de 21,6 centímetros de diâmetro e quase 1 metro de comprimento. Uma segunda versão explica que Baskerville empregou uma mulher e uma garotinha para operar uma máquina de prensar ou acetinar que funcionava de maneira parecida à de passar roupa. Outra versão ainda sustenta que quando retirada da prensa, cada página era comprimida entre duas lâminas de cobre extremamente polidas e aquecidas, que expulsavam a umidade, fixavam a tinta e criavam a superfície brilhante. Como Baskerville guardava zelosamente suas inovações, podemos apenas conjecturar sobre qual desses métodos

foi empregado. Percebendo o mercado potencial para seu papel de escrita liso como espelho, ele usou seu processo para desenvolver um estável negócio de artigos de papelaria vendidos por livreiros.

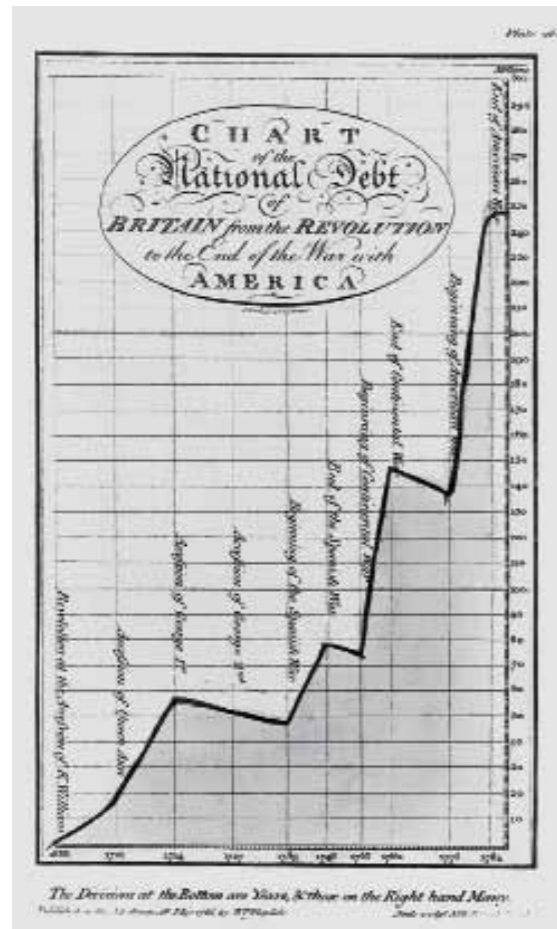
O resultado desse esforço foram livros com contraste brilhante, simplicidade e refinamento. A inveja profissional levou os críticos de Baskerville a desmerecê-lo como “amador”, embora seu trabalho instituisse um padrão de alta qualidade. Alguns deles afirmavam que ler seus tipos prejudicava os olhos por causa da nitidez e do contraste. Benjamin Franklin, que admirava Baskerville, escreveu-lhe uma carta contando que havia eliminado a assinatura da fundição de Caslon de uma folha de amostras e dito a um conhecido, que se encontrava entre os queixosos, que era uma folha de amostra de Baskerville, e pedido a ele que apontasse os problemas. A vítima da brincadeira de Franklin passou a enunciar pomposamente os problemas, reclamando que só de olhar para aquilo ficava com dor de cabeça.

Baskerville publicou 56 livros, sendo o mais ambicioso um fôlio da Bíblia em 1763. Embora fosse recebido com indiferença e até hostilidade nas ilhas britânicas, o design de seus tipos e livros tornou-se influência importante no continente europeu desde que o italiano Giambattista Bodoni (1740-1813) e a família Didot em Paris se entusiasmaram com seu trabalho.

8.13 John Baskerville, folha de rosto de *Paradise Regain'd* (Paraíso reconquistado), 1758. A ordem imponente do projeto da página de Baskerville resulta da harmonia de elementos e dos intervalos espaciais que os separam.

AS ORIGENS DA INFOGRAFIA

A base da infografia é a geometria analítica, ramo da geometria desenvolvido e usado pela primeira vez em 1637 pelo filósofo, matemático e cientista francês René Descartes (1596-1650). Descartes usou a álgebra para resolver problemas de geometria, formular equações para representar linhas e curvas e representar um ponto no espaço por meio de dois números. Em um plano bidimensional, Descartes traçou duas linhas transversais perpendiculares chamadas eixos: uma linha horizontal chamada de eixo x e uma linha vertical chamada de eixo y . Qualquer ponto no plano pode ser especificado por dois números. Um deles define sua distância do eixo horizontal, e o outro define sua distância do eixo vertical; por exemplo, $x = 2, y = 3$ deno-



8.14 William Playfair, diagrama de *Commercial and Political Atlas*, 1786. Esta gravura colorida à mão usa um gráfico linear para representar o impacto das guerras no elevadíssimo aumento da dívida interna da Inglaterra.

tam um ponto duas unidades ao longo da linha horizontal e três unidades ao longo da linha vertical. Esses números são chamados de coordenadas cartesianas. Os eixos podem ser repetidos a intervalos regulares para formar um grid de linhas horizontais e verticais.

As coordenadas cartesianas e outros aspectos da geometria analítica foram mais tarde usados pelo autor e cientista escocês William Playfair (1759-1823) para converter dados estatísticos em gráficos simbólicos. Um apaixonado, com sólidas opiniões sobre o comércio e a economia, Playfair se empenhou muito na defesa e disseminação de suas convicções. Em 1786, publicou seu *Commercial and Political Atlas* (Atlas comercial e político). Esse livro estava repleto de compilações estatísticas e, em 44 diagramas, introduzia o *gráfico de linha* (ou de *temperatura*) [8.14] e o diagrama

de barras para apresentar graficamente informações complexas. Os gráficos traçavam duas linhas cujo eixo x representava o ano e o eixo y representava milhões de libras; eles mostravam importações e exportações anuais entre a Inglaterra e suas colônias, de modo que os superávits e déficits comerciais fossem facilmente visualizados.

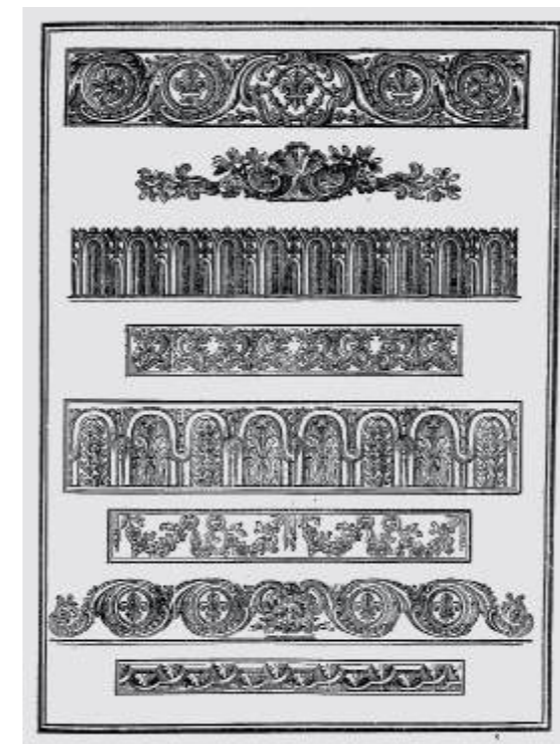
Playfair calculou a área das partes do círculo em ordem decrescente para mostrar a área territorial relativa dos países europeus e comparar as populações das cidades. Esses diagramas surgiram em seu *Breviário estatístico* de 1801. Ele introduziu o primeiro diagrama do “círculo fatiado” (hoje chamado de gráfico de pizza) em sua tradução inglesa de um livro francês em 1805, *The Statistical Account of the United States of America* (Descrição estatística dos Estados Unidos da América). O diagrama de Playfair era um círculo cortado em fatias em forma de cunha representando a área de cada país e território. Os leitores podiam ver num simples relance quão vastos eram os territórios ocidentais recentemente adquiridos em comparação com estados como Rhode Island e New Hampshire. Desse modo, Playfair criou uma nova categoria de design gráfico, agora chamada de infoGRAFIA. Esse campo do design ganhou importância devido à expansão de nossa base de conhecimento, que requer gráficos para apresentar informações complexas de uma forma compreensível.

OS TIPOS IMPERIAIS DE LOUIS RENÉ LUCE

A manifestação de um design gráfico imperial deu-se na obra do designer de tipos e puncionista da *Imprimerie Royale*, Louis René Luce (m. 1773). Durante as três décadas que vão de 1740 a 1770, Luce desenhou uma série de tipos que eram estreitos e condensados, com serifas afiadas como esporas. Molduras gravadas estavam em amplo uso e exigiam uma segunda impressão; primeiro era impresso o texto e, depois, numa segunda passada das mesmas folhas, as molduras. Luce criou uma grande série de bordas de impressão direta, ornamentos, troféus e outros dispositivos de impressionante variedade e excelente qualidade de impressão. Essas bordas eram desenha-

das com uma perfeição mecânica que transpira um ar de autoridade real. Fundidos em seções modulares, esses ornamentos eram montados na configuração desejada pelo tipógrafo. A densidade da linha nos ornamentos de Luce era cuidadosamente planejada para ser visualmente compatível com os tipos e muitas vezes tinha um peso idêntico para que parecessem pertencer a um mesmo conjunto. Em 1771 Luce publicou seu *Essai d'une nouvelle typographie* (Ensaio sobre uma nova tipografia), com 93 lâminas apresentando a diversidade de suas criações [8.15].

Tanto Fournier le Jeune como Luce morreram antes de a Revolução Francesa destroçar o mundo em que eles viveram e ao qual serviram, o *ancien régime* da monarquia francesa. Os luxuosos desenhos arquitetônico, gráfico e de interiores patrocinados pela realeza perderam toda relevância social no mundo da democracia e igualdade que emergiu do caos da revolução. Talvez a derradeira ironia tenha ocorrido em 1790, quando os tipos *Romain du Roi*, encomendados por Luís XIV, foram usados para imprimir tratados políticos radicais em defesa da Revolução Francesa.

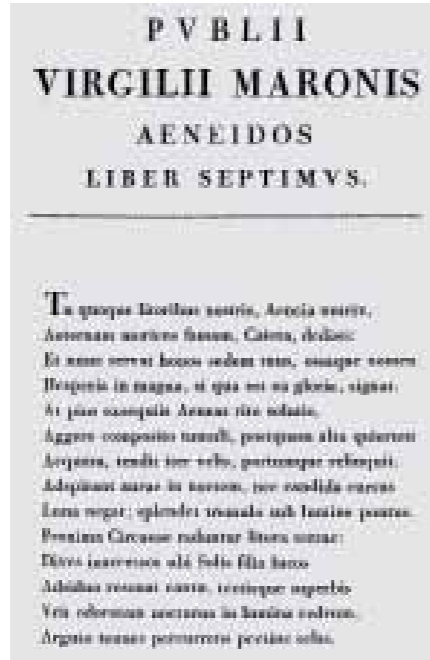


O ESTILO MODERNO

Filho de um pobre impressor, Giambattista Bodoni nasceu em Saluzzo, na Itália setentrional. Quando jovem, viajou para Roma e foi aprendiz na Propaganda Fide, a imprensa católica que produzia materiais missionários nas línguas nativas para uso no mundo inteiro. Bodoni aprendeu a puncionar, mas seu interesse em viver em Roma declinou depois que Ruggieri, seu mentor e diretor, cometeu suicídio. Em pouco tempo, deixou a Propaganda Fide com a ideia de viajar para a Inglaterra e talvez trabalhar com Baskerville. Ao visitar seus pais antes de deixar a Itália, aos 28 anos de idade, foi solicitado a assumir a *Stamperia Reale*, a imprensa oficial de Ferdinando, duque de Parma. Bodoni aceitou o cargo e se tornou impressor particular da corte. Ele imprimia documentos e publicações oficiais requeridos pelo duque, além de projetos que ele próprio concebia e iniciava. No design, a influência inicial que recebeu foi de Fournier le Jeune, cuja fundição fornecia tipos e ornamentos para a *Stamperia Reale* depois que Bodoni assumiu o cargo. A qualidade de seu design e impressão, ainda que às vezes carecesse de erudição e revisão, contribuiu para sua crescente reputação internacional. Em 1790, o Vaticano convidou Bodoni a ir para Roma implantar uma gráfica que imprimisse os clássicos, mas o duque se contrapôs, oferecendo instalações ampliadas, maior independência e o privilégio de imprimir para outros clientes. Ele optou por ficar em Parma.

Mais ou menos na mesma época, o clima cultural e político estava mudando. A revolta contra a monarquia francesa levou a uma rejeição dos designs exuberantes tão populares durante os reinados de Luís xv e xvi. Para preencher o vazio formal, arquitetos,

8.15 Louis René Luce (designer) e Jean Joseph Barbou (impressor), página de ornamentos de *Essai d'une nouvelle typographie*, 1771. Estas cornijas e bordas meticulosamente construídas expressam a autoridade e o absolutismo da monarquia francesa.



8.16 Giambattista Bodoni, folha de rosto de *Saggio tipografico* (Ensaio tipográfico), 1771. A enorme influência de Fournier le Jeune no trabalho inicial de Bodoni é evidente neste projeto de página.

8.17 Giambattista Bodoni, página cabeçalho de seção para *Opera de Virgilio, volume II, 1793*. Em projetos tão puros e simples, cada ajuste de entreletra e entrelinha se torna crítico para a harmonia do projeto como um todo.

pintores e escultores abraçaram entusiasticamente as formas clássicas da arte antiga grega e romana, que vinham cativando o público nos anos 1790. Todas as áreas do design exigiam nova abordagem para substituir o antiquado estilo rococó. Bodoni assumiu a liderança no desenvolvimento de novos tipos e leiautes de página. As figuras 8.16 e 8.17 mostram a evolução de Bodoni do rococó inspirado por Fournier le Jeune até o estilo moderno.

O termo *moderno*, que define uma nova categoria de tipos romanos, foi usado pela primeira vez por Fournier le Jeune em seu *Manuel typographique* para descrever as tendências de design que culminaram no trabalho maduro de Bodoni. O ímpeto inicial foram as serifas finas e retas do Romain du Roi de Grandjean, seguidas por páginas gravadas por artistas. Em seguida vieram as letras e leiautes de página de Baskerville, particularmente sua prática de fazer os traços leves de seus caracteres mais finos para aumentar o contraste entre grossos e finos. Outro fator relevante foi a rejeição do ornamento por Baskerville e seu uso generoso do espaço. Outra tendência, o design de letras mais estreitas, mais condensadas, conferiu aos tipos uma aparência mais alta e geométrica.

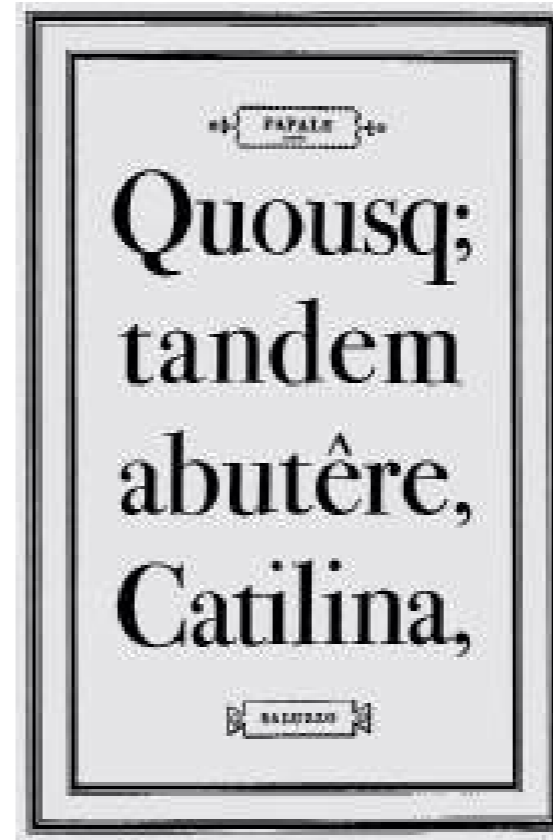
Por fim, todas essas tendências evolutivas foram incentivadas por uma preferência crescente por um tom e textura tipográfica mais leves.

Por volta de 1790 Bodoni redesenhou as letras romanas para dar a elas uma aparência mais matemática, geométrica e mecânica. Ele reinventou as serifas, desenhando-as com linhas finas, que formavam nítidos ângulos retos com os traços verticais, eliminando o afilamento gradual da serifa até o traço vertical, que caracterizava os tipos romanos Old Style. Os traços finos de suas letras eram aparados para ficarem com o mesmo peso das suas serifas afiadas, criando uma nitidez brilhante e um contraste deslumbrante nunca visto até então. Bodoni definiu seu ideal de design como distinção, bom gosto, charme e regularidade. Essa regularidade – a padronização das unidades – era um conceito do emergente mundo industrial. Bodoni decidiu que as letras numa fonte de tipos deviam ser criadas por combinações de um número muito limitado de unidades idênticas. Essa padronização de formas que podiam ser medidas e construídas marcou a morte da caligrafia e da escrita como a mola propulsora do design de tipos e o fim da abertura e moldagem imprecisas da antiga tipografia. As formas precisas, mensuráveis e repetíveis de Bodoni expressavam a visão e o espírito da era da máquina. Vale notar que quando Bodoni estava construindo alfabetos de partes intercambiáveis, o inventor norte-americano Eli Whitney estava montando armas de fogo com partes intercambiáveis em sua fábrica de New Haven, Connecticut, renunciando as técnicas de produção em massa que logo revolucionariam a sociedade ocidental.

Nos leiautes de Bodoni, as bordas e os ornamentos do antigo trabalho decorativo que haviam trazido fama internacional para a Stamperia Reale eram deixados de lado em favor de uma economia da forma e eficiência da função. A pureza severa do último estilo de design gráfico de Bodoni tem afinidades com a tipografia funcional do século xx. Páginas com um design arejado, simples, com margens generosas, amplo espaçamento de letras e linhas e grandes áreas de espaço em branco tornaram-se sua marca registrada. A leveza foi aumentada pelo uso de uma pequena altura-x e ascendentes e descendentes mais longas. Em algumas fontes, as letras foram moldadas

em blocos desproporcionados, de modo que os tipos não podiam ser compostos sem entrelinhas. Em consequência, essas fontes sempre aparecem com generoso entrelinhamento.

A maioria dos livros dessa época, entre os quais a maior parte dos 345 livros publicados por Bodoni, era de novas edições de clássicos gregos e romanos. Os críticos aclamavam os livros de Bodoni, como as *Opera* (Obras) de Virgílio [8.17], como a expressão tipográfica do neoclassicismo e um retorno à “virtude antiga”, mas na verdade Bodoni estava abrindo um terreno completamente novo. Projetou cerca de trezentas fontes tipográficas e planejou um monumental catálogo de amostras, apresentando esse trabalho. Depois de sua morte, sua viúva e seu capataz Luigi Orsi continuaram com o projeto e publicaram os dois volumes do *Manuale tipografico* [8.18] em 1818. Essa celebração monumental da estética das letras e homenagem ao gênio de Bodoni é um marco na história

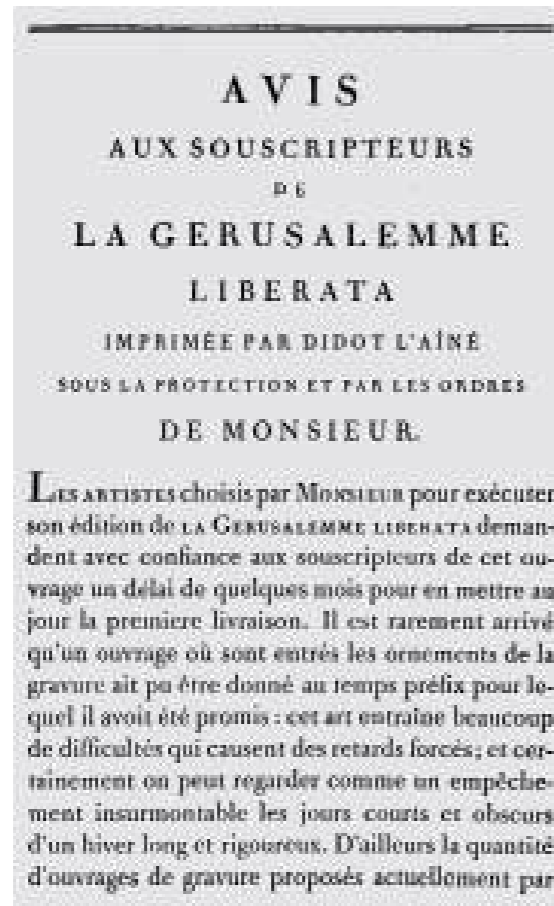


8.18 Giambattista Bodoni, página de *Manuale tipografico*, 1818. A nítida clareza das letras de Bodoni se reflete nas molduras escocesas. Compostas de elementos duplos e triplos de traço grosso e fino, estas molduras repetem os contrastes de espessura dos tipos modernos de Bodoni.

ria do design gráfico. Em 1872 os cidadãos de Saluzzo homenagearam seu filho erigindo uma estátua de Bodoni. Ironicamente, esculpiram seu nome na base em letras romanas estilo antigo.

Uma dinastia familiar de impressores, editores, fabricantes de papel e fundidores de tipos teve início em 1713 quando François Didot (1689-1757) estabeleceu uma firma de impressão e venda de livros em Paris. Em 1780, seu filho, François-Ambroise Didot (1730-1804), lançou um papel liso com base numa trama de alto acabamento, modelado segundo aquele encomendado por Baskerville na Inglaterra. A experimentação constante da fundição de tipos de Didot para estilos de tipos *maigre* (magro) e *gras* (gordo) assemelha-se às condensadas estreitas e expandidas de nosso tempo. Por volta de 1785 o sistema de medidas tipográficas de Fournier foi revisto por François-Ambroise Didot, que criou o sistema de pontos usado hoje na França. Ele percebeu que a escala de Fournier estava sujeita a encolhimento depois de impressa em papel umedecido, e nem mesmo o mestre de metal de Fournier dispunha de um critério para comparação. Consequentemente, Didot adotou o *ped de roi* oficial, dividido em doze polegadas francesas, como seu padrão. Em seguida, cada polegada foi dividida em 72 pontos. Didot descartou a nomenclatura tradicional para vários tamanhos de tipo (cícero, *petit-romain*, *gros-text* e assim por diante) e os identificou com a medida do corpo do tipo de metal em pontos (dez pontos, doze pontos etc.). O sistema Didot foi adotado na Alemanha, onde foi revisto por Hermann Berthold em 1879 para trabalhar com o sistema métrico. Em 1886, o sistema Didot, revisto para adequar-se à polegada inglesa, foi adotado como medida de ponto padrão pelos fundidores norte-americanos de tipos, e a Inglaterra adotou o sistema de pontos em 1898. As fontes [8.19] lançadas a partir de 1775 por François-Ambroise Didot possuíam uma qualidade mais leve, mais geométrica, semelhante em sensibilidade à evolução ocorrida nos desenhos de Bodoni sob a influência de Baskerville.

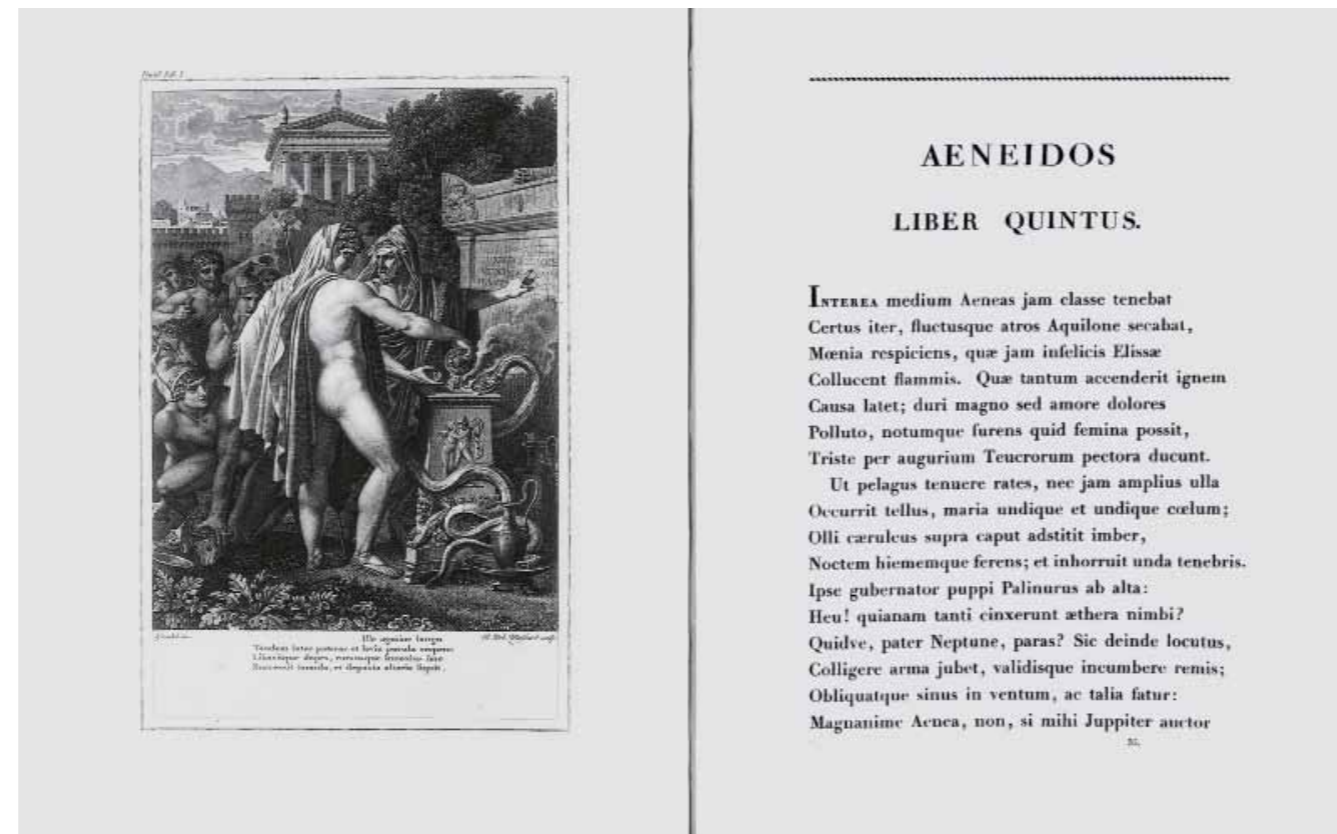
François-Ambroise teve dois filhos: Pierre Didot (1761-1853), que assumiu a oficina gráfica do pai, e Firmin Didot (1764-1836), que sucedeu ao pai na direção da fundição de tipos Didot. Entre as realizações notáveis de Firmin se encontra a invenção da estereo-



8.19 François-Ambroise Didot, composição tipográfica de um prospecto para *La Gerusalemme liberata* (Jerusalém libertada), de Torquato Tasso, 1784. Projetados na fundição de Didot, os tipos usados neste anúncio para uma novela romântica no prelo é uma apresentação muito precoce de uma verdadeira letra de estilo moderno. Serifas retas e finas, contraste extremo entre traços grossos e finos e construção sobre um eixo vertical são características que marcam essa ruptura com as letras de transição.

tipia. Esse processo envolve a fundição da duplicata de uma superfície de impressão em relevo mediante a pressão de material de moldagem (polpa de papel úmida, gesso ou argila) contra ela para fazer uma matriz. Metal derretido é vertido na matriz para formar a duplicata da lâmina de impressão. A estereotipia possibilitou tiragens maiores.

Depois da Revolução, o governo francês homenageou Pierre Didot, concedendo-lhe a oficina gráfica usada anteriormente pela Imprimerie Royale no Louvre. Ali ele deu à restauração neoclássica da era napoleônica sua expressão gráfica em uma série de *Éditions du Louvre* [8.20]. Margens fartas caracterizam a tipografia moderna de Firmin Didot, que é ainda mais mecânica e precisa que a de Bodoni. As ilustrações gravadas por artistas trabalhando no estilo neoclássico do pintor Jacques Louis David (1748-



8.20 Pierre Didot (impressor), páginas de *Bucolica*, *Georgica et Aeneis*, de Virgílio, 1798. Esta página dupla mostra a magnífica perfeição, as fartas margens e o elegante comedimento do design gráfico neoclássico.

1825) possuem técnica impecável e nítido contraste de valor tonal. Ao buscarem imitar a natureza em sua forma mais perfeita, esses artistas criavam figuras segundo o modelo ideal de estátuas gregas, congeladas em placas rasas. Uma perfeição raramente igualada, ainda que frágil, foi alcançada.

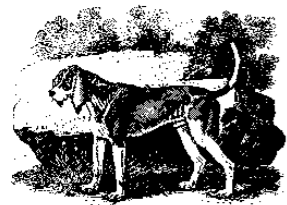
Bodoni e os Didot eram rivais com espíritos afins. São inevitáveis as comparações e a especulação sobre quem inovou e quem seguiu o outro. Compartilhavam referências comuns e o mesmo ambiente cultural. A influência de um sobre os outros era recíproca, pois Bodoni e os Didot procuraram, cada um, levar o estilo moderno mais longe que o outro. Ao fazê-lo, cada um impeliu a estética do contraste, da construção matemática e do refinamento neoclássico ao nível mais extremo possível. Credita-se a Bodoni habilidade maior como designer e impressor, mas os Didot possuíam mais erudição. Bodoni proclamou que procurava apenas o magnífico e não trabalhava para o leitor co-

mun; já os Didot, além de suas extravagantes edições em fólio, usaram seu novo processo de estereotipia para produzir edições muito maiores de livros econômicos para um público mais amplo. Um ano depois de publicado o *Manuale tipografico*, era publicado em Paris em 1819 o *Spécimen des nouveaux caractères... de P. Didot l'Aîné* (Amostras de novos caracteres... de P. Didot o Velho).

A IMPRESSÃO ILUMINADA DE WILLIAM BLAKE

Durante os últimos anos do século XVIII, uma contraposição inesperada à tipografia austera de Bodoni e Didot apareceu na impressão iluminada do visionário poeta e artista inglês William Blake (1757-1827). Em criança, Blake relatava ter visto anjos em uma árvore e o profeta Ezequiel num campo. Depois de concluir seu aprendizado de gravura e estudar na Academia Real, aos 27 anos Blake abriu uma oficina gráfica, onde era ajudado por Robert, seu irmão mais novo. Três anos depois, quando da morte de Robert, Blake relatou ter visto a alma do falecido se elevando em júbilo através do teto. Contou a amigos que Robert lhe aparecera em sonho e lhe contara sobre uma maneira de imprimir seus poemas e ilustrações como águas-fortes em relevo sem tipografia.

Blake começou a publicar livros de seus poemas; cada página era impressa como uma água-forte monocromática combinando palavra e imagem. Em seguida, ele e sua esposa coloriam à mão cada página com aquarela, ou imprimiam cores, encadernando cada exemplar com capas de papel e os vendiam a preços módicos. A fantasia lírica, as brilhantes espirais de cor e a visão imaginativa que Blake alcançava em sua poesia e respectivos projetos representam um esforço de transcender o nível material do design gráfico e da impressão para alcançar a expressão espiritual. Uma folha de rosto de 1789 de *Songs of Innocence* (Canções de inocência) [8.21] mostra como Blake integrava as letras às ilustrações. As espirais da folhagem que rodopiam das serifas das letras tornam-se folhas na árvore; pequenas figuras brincam entre essas letras contra um céu vibrante.



8.22 Thomas Bewick, “Old English Hound” (Velho cão de caça inglês) de *General History of Quadrupeds*, 1790 (à esquerda), e “The Yellow Bunting” (O trigueirão amarelo) de *British Birds* (Pássaros britânicos), 1797 (à direita). Bewick alcançou sua deslumbrante diversidade tonal combinando técnicas de linha-branca-sobre-preto – muito semelhante ao desenho a giz num quadro-negro – com um tratamento mais habitual de linha-preta-sobre-branco nas áreas de tons mais claros.



A determinação ingênua e as convicções espirituais de Blake levaram certas pessoas a desmerecê-lo como louco, e ele morreu na miséria e no abandono. Sua reação contra a ênfase neoclássica na razão e no intelecto, combinada com seu foco na imaginação, introspecção e emoções como fontes de seu trabalho fazem de Blake um arauto do romantismo do século XIX. Suas cores brilhantes e formas orgânicas espiraladas são precursoras do expressionismo, do estilo Art Nouveau e da arte abstrata.

A ÉPOCA ENCERRA-SE

O orgulho nacional britânico levou ao estabelecimento da Shakespeare Press em 1786 visando produzir edições luxuosas para competir com os volumes em fólio de Paris e Parma. A situação da tipografia inglesa era tal que uma editora, uma fundição de tipos e uma fabricante de tintas tiveram de ser implantadas para produzir edições com a qualidade desejada. O punctionista William Martin (m. 1815), antigo aprendiz de Baskerville e irmão de Robert Martin, o capataz de Baskerville, foi chamado a Londres para desenhar e abrir tipos “em imitação da letra nítida e fina usada pelos impressores franceses e italianos”. Seus tipos combinavam as proporções majestosas de Baskerville com os contrastes agudos das fontes modernas. William Bulmer (1757-1830) foi escolhido pelos editores John e Josiah Boydell e George e W. Ni-

8.21 William Blake, folha de rosto de *Songs of Innocence*, 1789. Um alegre espectro de cores anima o céu na folha de rosto para o livro de versos singelos de Blake, capturando a maravilha da infância.



col para imprimir, em nove volumes, *The Dramatic Works of Shakespeare* (Obras teatrais de Shakespeare), 1792-1802. A esses seguiu-se uma edição de Milton em três volumes.

Quando menino em Newcastle, Bulmer encontrou um amigo íntimo em Thomas Bewick (1753-1828), que é chamado o pai da xilogravura [8.22]. Depois de trabalhar como aprendiz para o gravador Ralph Beilby e aprender a gravar lâminas de espada e placas de portas, Bewick voltou sua atenção para a ilustração em xilogravura. Sua técnica da “linha-branca” empregava um buril fino para obter delica-

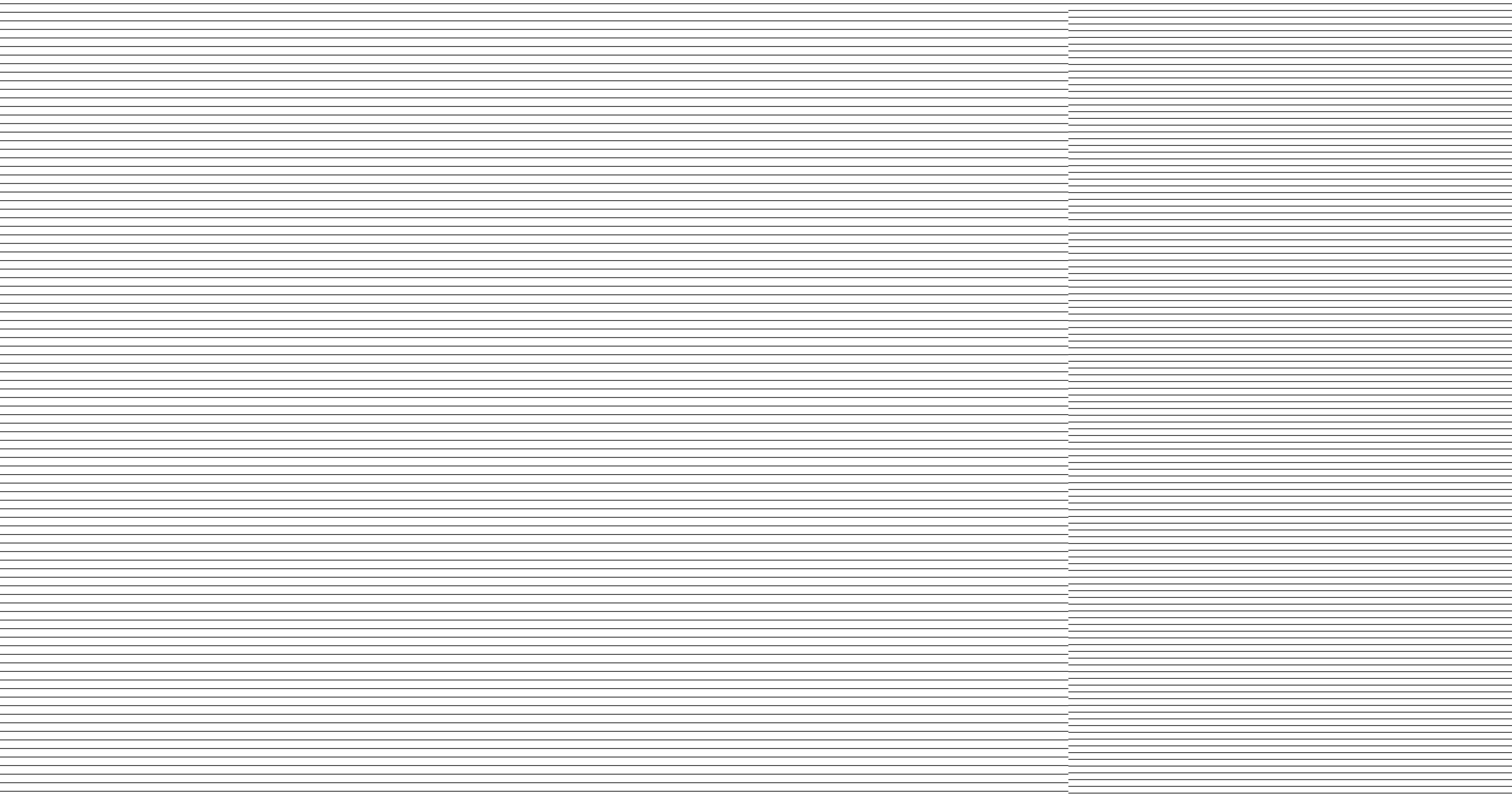
dos efeitos tonais por meio da incisão, em diagonal à fibra, nos blocos de madeira de buxo. As xilogravuras eram feitas trabalhando-as paralelamente à fibra na madeira mais macia. A publicação de sua *General History of Quadrupeds* (História geral dos quadrúpedes) em 1790 trouxe renome para Bewick e sua técnica, que se tornou um método de ilustração importante na impressão tipográfica até o advento das retículas fotomecânicas quase um século mais tarde.

Bulmer usou tipos de Martin e xilogravuras de Bewick em uma série de volumes, entre os quais *The Chase* (A caçada), de William Somerville, em 1796 [8.23], em que o design impecável e espaçoso de Bodoni e Didot era temperado por uma tradicional legibilidade e calor ingleses. Esses volumes delicados poderiam ser chamados de o posfácio lírico de um período de três séculos e meio de design gráfico e impressão que começou com Gutenberg em Mainz. A impressão havia sido uma arte manual e o design gráfico envolvia o leiaute de tipos de metal e materiais afins com ilustrações impressas com blocos feitos à mão. O século XVIII se encerrou com turbulentas revoluções políticas na França e nas colônias norte-americanas. A Inglaterra era o centro das crescentes agitações que culminaram na Revolução Industrial. As mudanças avassaladoras anunciadas pela conversão de uma sociedade agrária, com base na fabricação artesanal, numa sociedade industrial de produção mecanizada abalaram as fundações da civilização ocidental. Todos os aspectos da experiência humana, inclusive a comunicação visual, foram transformados por mudanças profundas e irreversíveis.

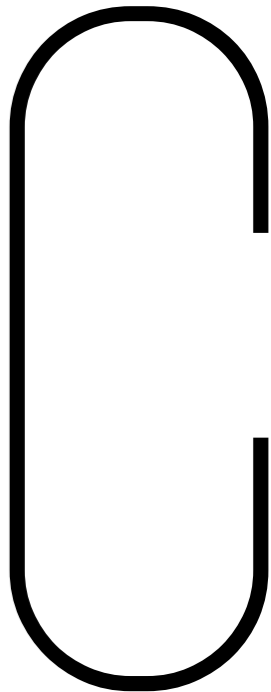
8.23 Thomas Bewick (gravador) e William Bulmer (impressor), página de *The Chase*, de William Somerville, 1796. A simplicidade se torna aqui primorosa, pois o conjunto de papel, tipos, impressão e gravuras reflete a perfeição do ofício.



In Albion's isle, when glorious Edgar reign'd,
He, wisely provident, from her white cliffs
Launch'd half her forests, and, with numerous fleets,
Cover'd his wide domain: there proudly rode,
Lord of the deep, the great prerogative
Of British monarchs. Each invader bold,
Dane and Norwegian, at a distance gazed,
And, disappointed, gnash'd his teeth in vain.
He scour'd the seas, and to remotest shores
With swelling sails the trembling corsair fled,
Rich commerce flourish'd; and with busy oars
Dash'd the resounding surge. Nor less, at land,
His royal cares; wise, potent, gracious prince!
His subjects from their cruel foes he saved,



A ponte para o século xx
A Revolução Industrial: o impacto da nova
tecnologia na comunicação visual





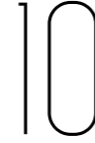
O DESIGN GRÁFICO E A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

1750

- c. 1765 • **Cotterell**, tipos com paica de 12 linhas
- 1796 • **Senefelder** inventa a litografia

1800

- 1800 • Formação da Biblioteca do Congresso (EUA)
- **Lord Stanhope**, prensa de ferro fundido
- 1803 • **Thorne**, primeiros tipos gordos “Fat Face”
- Primeira máquina de produção de papel
- 1804 • **Napoleão** coroado imperador
- 1806 • **Dicionário Webster**
- 1808 • **Beethoven**, Quinta Sinfonia
- 1810 • **Goya**, Desastres de la Guerra
- 1812 • **Começa na Europa a Guerra de 1812**
- 1814 • **Koenig**, prensa movida a vapor
- 1815 • **Figginis**, primeiros tipos egípcios
- *Napoleão derrotado em Waterloo*
- 1816 • **Caslon**, primeiros tipos sem serifa
- 1819 • *Flórida cedida aos EUA*
- 1821 • *Champollion decifra hieróglifos*
- c. 1822 • **Niépce**, primeira impressão fotolitográfica
- 1823 • *Doutirina Monroe*
- 1825 • *Fundação do Balé Bolshoi em Moscou*
- 1826 • **Niépce**, primeira foto de natureza
- 1827 • **Wells**, tipos display em madeira
- 1828 • *Formação do Partido Democrata (EUA)*
- 1831 • *Henry*, primeiro motor elétrico
- 1833 • **Figginis**, Pearl de duas linhas (tipo contornado)



O MOVIMENTO ARTS AND CRAFTS E SEU LEGADO

1834 • **Nascimento de Morris Pickering**, *The Elements of Euclid*

- 1834 • **Nascimento de Morris Pickering**, *The Elements of Euclid*
- 1847 • **Pickering**, *The Elements of Euclid*

- 1853 • *Perry*, tratado com o Japão
- 1861 • **Morris** abre firma de decoração artística
- 1869 • *Abertura do Canal de Suez*

1765 • **Harunobu**, gravuras ukiyo-e multicoloridas

c. 1770-99 • **Utamaro**, retratos de cortesãs

1830-32 • **Hokusai**, *Fugaku Sanjū Rokkai*

- c. 1856-59 • **Hiroshige**, *Ohashi Atake no Yudachi*
- 1866 • **Chéret**, cartaz para La Biche au bois
- 1874 • *Tiffany Junda* (fábrica de vidro)

1682 • **Moronobu**, jovem com duas cortesãs

1740 • **Masanobu**, perspectiva linear nas gravuras ukiyo-e

ART NOUVEAU

- 1682 • **Moronobu**, jovem com duas cortesãs
- 1740 • **Masanobu**, perspectiva linear nas gravuras ukiyo-e

1765 • **Harunobu**, gravuras ukiyo-e multicoloridas

c. 1770-99 • **Utamaro**, retratos de cortesãs

1830-32 • **Hokusai**, *Fugaku Sanjū Rokkai*

- c. 1856-59 • **Hiroshige**, *Ohashi Atake no Yudachi*
- 1866 • **Chéret**, cartaz para La Biche au bois
- 1874 • *Tiffany Junda* (fábrica de vidro)

1844 • **Morse**, telegrafo

1845 • **Anexação do Texas**

1846 • **Hoe**, prensa litográfica rotativa

1848 • **Marx**, Manifesto comunista

1850

- 1850 • **Archer**, processo de lâmina unedecida com colódio
- c. 1850-69 • **Cartazes em tipos de madeira dominam os tapumes**
- 1851 • *Melville*, Moby Dick
- 1852 • *Paxton*, Palácio de Cristal

1854 • **Formação do Partido Republicano (EUA)**

1856 • **Prang** abre empresa de litografia em Boston

1857 • **Fundação da Atlantic Monthly**

1859 • **Darwin**, Origem das espécies

1861-65 • **Brady e equipe fotografam a Guerra de Secessão**, nos EUA

1861 • **Começa a Guerra de Secessão (EUA)**

1862 • **Nasty** ingressa na *Harper's Weekly*

1863 • **Proclamação de Emancipação** (feita por Lincoln, libertando os escravos)

1864-74 • **Cameron**, fotografia de retratos crianças

1865 • **Crane**, seu primeiro livro para crianças

• *Lincoln é assassinado*

1867-69 • **Expedição geológica de O'Sullivan**

1867 • **Strauss**, valsa Danúbio Azul

c. 1870-79 • **Cartazes em xilografia** começam a declinar à medida que a litografia se torna dominante

1871 • *Boss Tweed* indiciado

• **Moss**, fotografação comercialmente viável

1873 • **Prang**, primeiro cartão de Natal inglês

1874 • **Prang**, primeiro cartão de Natal norte-americano

1875

c. 1877 • **Muybridge**, fotografia sequencial

1879 • **Greenaway**, *Under the Window*

c. 1880-89 • **Lâminas secas** substituem lâminas úmidas

1880 • **Horgan**, tela de reticula experimental

1881 • **Ives**, primeiro processo de reticula

1884 • *Ivairin*, Huckleberry Finn

1885 • **Ives**, tela de reticula

1886 • **Mergenthaler**, máquina Linotype

1887 • **Lanston**, máquina Monotype

1888 • **Câmera Eastman Kodak** torna a fotografia “a forma de arte da pessoa comum”

1893 • *Primeiro motor Ford*

1895 • **Irmãos Lumière**, cinematografia

1901 • **Morre Rainha Vitória**, da Inglaterra

1877 • **Morris** faz suas primeiras conferências públicas sobre design

1882 • **A Century Guild** é formada

1883 • **Mackmurdo**, folha de rosto para *Wren's City Churches*

• *Stevenson*, Treasure Island

1884 • **É formada a Guilda dos Trabalhadores da Arte**

• *A revista inglesa The Hobby Horse* é publicada

• *Estátua da Liberdade*

1888 • **Morris** desenha o tipo Golden

1891 • *Edison*, câmera cinematoscópica

1893 • **Morris**, tipos Chaucer

1894 • **Morris & Crane**, *The Story of the Glittering Plain*

• *Nicolau II torna-se tsar da Rússia*

1895 • **Camelot**, primeiro tipo de Goudy

1896 • **Morris**, *Chaucer da Kelmscott Press*

• **Pissarro** funda a *Eragny Press*

• **Rogers** entra para a *Riverside Press*

• **Hornby** abre a *Ashdene Press*

• **Morre Morris**

• *Sousa*, Stars and Stripes Forever

1898 • *Curie* descobre o rádio

1902 • **Ashbee**, Salmo da Essex House

1903 • **Bíblia da Doves Press**

1918 • **Koch** constituiu comunidade criativa

1940 • **Goudy**, *Typologia*

1876 • *Beil*, telefone

1879 • *Edison*, lâmpada elétrica

1881 • *Barnum & Bailey*, circo

1883 • **Grasset**, *Histoire des quatre fils Aymon*

1886 • **Grasset**, primeiro cartaz

1889 • *Van Gogh*, Sternens-Nacht

1890 • **Chéret**, Legião de Honra

1891 • **Toulouse-Lautrec**, cartaz do Moulin Rouge

1893 • **Beardsley**, *Le Mort d'Arthur*

• **Wright** abre escritório de arquitetura

1894 • **“Toorop”**, cartaz para óleo para salada *Delft*

• **Mucha**, cartaz para *Gismonda*

• **Rhead** retorna aos EUA

• **Bradley**, capas para *Inland Printer*

1895 • **Bing**, galeria l'Art Nouveau é inaugurada

1896 • **Jugend**, primeira edição

• *Steinlen*, cartaz *La Rue*

• **Ricketts** funda a editora *Vale Press*

• **Behrens**, *The Kiss*

1899 • **Van de Velde**, cartaz para Tropon

1901 • **Dudovich**, cartaz para *Bitter Campari*

1900 • **Gehrens**, texto corrido sem serifas

• **Klingspor** lança *Eckmannsschrift*

1901 • **Klingspor** lança *Behrenschrift*

1902 • **Moser**, cartaz da 13ª exposição da Secessão Vienense

• **Wright**, primeira casa “estilo pradaría”

1903 • **Hoffmann & Moser**, são criados os *Wiener Werkstätte*

1904 • **Lauwericks** ensina composição por grades geométricas na Alemanha

1907 • **Formação da Deutscher Werkbund**

• **Löffler** desenha cartas *Fiedermus*

1909 • **Behrens** e **Bernhard**, Fábrica de Turbinas da AEG

1910 • **Behrens**, cartaz para lâmpada AEG

12

A GÊNESE DO DESIGN DO SÉCULO XX

1891 • *Edison*, câmera cinematoscópica

1894 • *Nicolau II torna-se tsar da Rússia*

1895 • **McNair** e **Macdonalds**, cartaz do Instituto Glasgow de Belas-Artes

1896 • **Wright** projeta *The House Beautiful*

1897 • **Formação da Secessão Vienense**

1898 • *Curie* descobre o rádio

• **Início da publicação de *VeSacrum***

• **Fundição Berthold**, Akzidenz Grottesk

1899 • **Moser**, cartaz da 5ª exposição da Secessão Vienense

1900 • **Gehrens**, texto corrido sem serifas

• **Klingspor** lança *Eckmannsschrift*

1901 • **Klingspor** lança *Behrenschrift*

1902 • **Moser**, cartaz da 13ª exposição da Secessão Vienense

• **Wright**, primeira casa “estilo pradaría”

1903 • **Hoffmann & Moser**, são criados os *Wiener Werkstätte*

1904 • **Lauwericks** ensina composição por grades geométricas na Alemanha

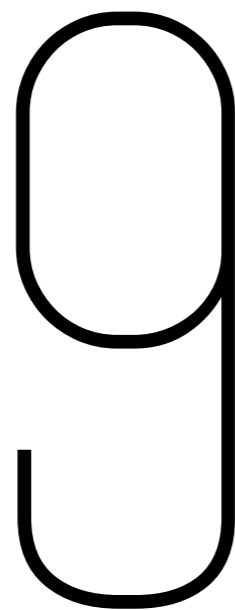
1907 • **Formação da Deutscher Werkbund**

• **Löffler** desenha cartas *Fiedermus*

1909 • **Behrens** e **Bernhard**, Fábrica de Turbinas da AEG

1910 • **Behrens**, cartaz para lâmpada AEG

1900



O design gráfico e a Revolução Industrial

Embora se possa dizer que a Revolução Industrial ocorreu inicialmente na Inglaterra entre 1760 e 1840, ela foi um processo radical de mudança social e econômica e não um mero período histórico. A energia foi um impulso importante para a transformação de uma sociedade agrícola em sociedade industrial. Até que James Watt (1736-1819) aperfeiçoasse a máquina a vapor, que rapidamente foi utilizada a partir dos anos 1780, a força animal e humana eram as fontes primárias de energia. No curso do século XIX, a quantidade de energia gerada pela força do vapor centuplicou. Durante as últimas três décadas do século, a eletricidade e os motores movidos a gasolina aumentaram ainda mais a produtividade. Um sistema fabril movido por máquinas e baseado na divisão do trabalho foi desenvolvido. Novas matérias-primas, particularmente o ferro e o aço, tornaram-se disponíveis.

As cidades cresceram rapidamente, à medida que levas de pessoas abandonavam uma vida de subsistência no campo e buscavam emprego nas fábricas.

O poder político deslocou-se da aristocracia para os fabricantes capitalistas, os comerciantes e até a classe operária. O corpo crescente do conhecimento científico era aplicado aos processos e às matérias-primas industriais. A sensação de domínio sobre a natureza e a fé na capacidade de explorar os recursos da Terra para satisfazer necessidades materiais criavam uma impetuosa confiança.

O proprietário de terras foi substituído pelo capitalista como a força mais poderosa nos países ocidentais; o investimento em máquinas para fabricação em massa se tornou a base para a mudança na indústria. A demanda de uma população urbana em rápido crescimento e com poder aquisitivo cada vez maior estimulou melhorias tecnológicas. Por sua vez, isso possibilitou a produção em massa, que aumentou a oferta e reduziu custos. Em troca, a mercadoria mais barata e mais abundante agora disponível estimulou um mercado de massa e uma demanda ainda maior. À medida que esse ciclo de oferta e procura se tornava a força por trás do inexorável desenvolvimento industrial, as artes gráficas passaram a desempenhar um papel importante na comercialização da produção fabril.

O vertiginoso avanço da Revolução Industrial não deixou de ter seus custos sociais. Os trabalhadores que trocavam as áreas rurais superpovoadas por fábricas nas cidades trabalhavam treze horas diárias em troca de míseros salários e viviam em moradias imundas, insalubres. Essa enorme força de trabalho de homens, mulheres e crianças frequentemente sofria com paralisações provocadas por superprodução, depressões, pânico econômico, falências de empresas e bancos e perda de emprego em decorrência de outras melhorias tecnológicas. Se comparado a esse cenário, o padrão geral de vida na Europa e nos Estados Unidos melhorou drasticamente durante o século XIX.

Mesmo assim, os críticos da nova era industrial lamentavam que a civilização estivesse abandonando os valores humanistas em troca de uma preocupação com bens materiais e que as pessoas estivessem perdendo seus laços com a natureza, a experiência estética e os valores espirituais.

As Revoluções Francesa e Americana resultaram em maior igualdade social e mais alfabetização e educação para todas as classes. O público para materiais

de leitura aumentou na mesma medida. A comunicação gráfica tornou-se mais importante e de acesso generalizado durante esse período instável, de incessantes mudanças. Tal como aconteceu com outras mercadorias, a tecnologia reduziu os custos unitários e aumentou a produção dos impressos. Por sua vez, a maior disponibilidade criou uma demanda insaciável, que trouxe consigo a aurora da era da comunicação de massa.

As artes manuais se encolhiam à medida que findava a unidade entre projeto e produção. Anteriormente, um artesão projetava e fabricava uma cadeira ou um par de sapatos, e um impressor se envolvia em todos os aspectos de sua arte, do projeto dos tipos e do leiaute de página à impressão concreta de livros e folhas. No curso do século XIX, porém, a especialização do sistema fabril fragmentou as artes gráficas em projeto e produção. A natureza das informações visuais foi profundamente alterada. A variedade de tamanhos tipográficos e estilos de letras teve crescimento explosivo. A invenção da fotografia – e, mais tarde, os meios de impressão de imagens fotográficas – expandiu o significado da documentação visual e das informações ilustradas. O uso da litografia colorida passou a experiência estética das imagens coloridas dos poucos privilegiados para o conjunto da sociedade. Esse século dinâmico, exuberante e muitas vezes caótico testemunhou um desfile surpreendente de novas tecnologias, criatividade e novas funções para o design gráfico. O século XIX foi um período inventivo e prolífico para novos projetos tipográficos, que iam do advento de novas categorias, como os tipos egípcios e sem serifas, à criação de estilos extravagantes e imaginativos.

INOVAÇÕES NA TIPOGRAFIA

A Revolução Industrial gerou uma mudança no papel social e econômico da comunicação tipográfica. Antes do século XIX, a disseminação de informações por meio de livros e folhetos era sua função dominante. O ritmo mais rápido e as necessidades de comunicação de massa de uma sociedade cada vez mais urbana e industrializada produziram uma expansão rápida de impressores de material publicitário, anúncios e

A B C

9.1 Thomas Cotterell, paica de doze linhas, letras, c. 1765. Essas letras *display*, mostradas em tamanho real, pareciam gigantescas para os tipógrafos do século XVIII, que estavam habituados a compor folhetos e circulares usando tipos que raramente tinham a metade desse tamanho.

9.2 Robert Thorne, tipos *fat face*, 1821. Embora o registro remeta esses projetos à publicação de *New Specimen of Printing Types, Late R. Thorne's* (Novas amostras de tipos para impressão, do finado R. Thorne) em 1821 por William Thorowgood, em geral se considera que Thorne projetou os primeiros tipos gordos em 1803.

cartazes. Maior escala, mais impacto visual e novos caracteres acessíveis e expressivos eram necessários, e a tipografia de livros, que lentamente evoluíra da caligrafia, não atendia a essas necessidades.

Não era mais suficiente que as letras do alfabeto funcionassem apenas como símbolos fonéticos. A era industrial transformou esses sinais em formas visuais abstratas, projetando poderosas figuras de forte contraste e grandes dimensões. Ao mesmo tempo, os impressores tipográficos enfrentaram crescente pressão competitiva por parte dos impressores litográficos, cujos artesãos habilidosos geravam lâminas diretamente dos esboços do artista e produziam imagens e letras limitadas apenas por sua imaginação. Os impressores tipográficos recorriam aos fundidores de tipos para expandir suas possibilidades de design e estes de muito bom grado se dispunham a atendê-los. As primeiras décadas do século XIX conheceram uma avalanche inédita de novos desenhos de tipos.

Como em muitos outros aspectos da Revolução Industrial, a Inglaterra desempenhou papel central nesse processo; importantes inovações no design foram realizadas por fundidores tipográficos de Londres. Quase se pode dizer que o primeiro William Caslon foi o avô dessa revolução. Além de seus herdeiros, dois de seus ex-aprendizes, demitidos por liderarem uma revolta de trabalhadores, Joseph Jackson (1733-1792) e Thomas Cotterell (m. 1785), tornaram-se por conta própria prósperos designers e fundidores de tipos. Ao que parece, foi Cotterell quem iniciou a ten-

dência de fundir em areia grandes e grossas letras *display* já em 1765, quando seu livro de amostras incluía, segundo as palavras de um de seus pasmos contemporâneos, uma “letra de proscrição, ou de anúncio, de grande vulto e dimensão, medindo na altura até doze linhas de paica!” (cerca de 5 centímetros) [9.1].

Outros fundidores projetaram e fundiram letras mais gordas e os tipos ficaram progressivamente mais grossos. Isso levou à invenção dos tipos gordos (*fat faces*) [9.2], categoria importante de design de tipos

MINT main.

**Quousque tandem abutere,
Catilina, patientia nostra?
quamdiu nos etiam furor is
te tuus eludet? quem after
CONSTANTINOPLE
£1234567890**

inovada pelo discípulo e sucessor de Cotterell, Robert Thorne (m. 1820), provavelmente por volta de 1803. Um estilo de tipo gordo é um tipo romano cujo contraste e peso foram aumentados pela expansão da espessura dos traços pesados. A largura do traço tem uma proporção de 1:2,5 ou até de 1:2 em relação à altura da versal. Essas fontes excessivamente grossas foram apenas o começo, quando a Fann Street Foundry, de Thorne, iniciou uma animada competição com William Caslon IV (1781-1869) e Vincent Figgins (1766-1844). A plena dimensão do feito de Thorne como designer de tipos foi documentada depois de sua morte, quando William Thorowgood – que não era designer de tipos, nem puncionista ou impressor, mas que usou prêmios ganhos na loteria para dar o lance maior quando a fundição de Thorne foi leiloada após sua morte – publicou o livro de 132 páginas com amostras, que estava composto e pronto para ir ao prelo quando Thorne morreu.

Um dos aprendizes de Joseph Jackson, Vincent Figgins, permaneceu com ele e assumiu o comando da fundição durante os três anos que antecederam a morte de Jackson, em 1792. Figgins fracassou em seus esforços para adquirir a fundição de seu mestre, porque William Caslon III ofereceu o lance mais alto. Sem se abalar, Figgins estabeleceu sua própria fundição de tipos e logo construiu respeitável reputação em design de tipos e materiais para matemática, astronomia e outros itens simbólicos, que chegaram à casa das centenas. Por volta da virada do século, ele havia projetado e fundido uma grande diversidade de tipos romanos e começou a produzir tipos eruditos e estrangeiros. A rápida mudança no gosto do design tipográfico em favor dos tipos romanos de estilo moderno e os novos estilos publicitários após a virada do século o afetaram seriamente, mas ele reagiu rápido e suas amostras de 1815 incluíam uma gama completa de estilos modernos, egípcios – a segunda maior inovação do design de tipos do século XIX [9.3] – e muitos tipos publicitários, incluindo fontes “tridimensionais”.

As fontes egípcias transmitem uma sensação pesada, mecânica, por meio de serifa retangulares em forma de lajotas, peso uniforme em todo o corpo da letra e ascendentes e descendentes curtas. Foi no livro de amostras de Thorne publicado por Thorowgood

ABCDEFGHIJ KLMNOPQR STUVWXYZ&,:;.- £1234567890

em 1821 que o nome egípcio – ainda usado para esse estilo – foi dado para as fontes de serifa retangular [9.4]. Talvez o nome tenha sido inspirado pelo fascínio da época por todos os aspectos da cultura do Egito

Quosque tandem abutere Catilina patientia FURNITURE 1820

Quosque tandem abutere Catilina patientia nostra? quamdiu nos W. THOROWGOOD.

antigo, interesse que foi intensificado pela invasão e ocupação napoleônica de 1798-1799. Viam-se semelhanças de design entre os alfabetos geométricos corpulentos e as qualidades visuais de alguns artefatos egípcios. Já nos anos 1830, uma variação das egípcias, com serifa ligeiramente adnatas e maior contraste entre traços grossos e finos, era chamada de jônica [9.5]. Em 1845, a William Thorowgood and Company patenteou uma egípcia modificada chamada de Clarendon [9.6]. Semelhantes às jônicas, essas letras eram egípcias estreitas com contrastes mais fortes entre traços espessos e finos e serifa um pouco mais leves.

O livro de amostras de Figgins de 1815 também apresentava a primeira versão do século XIX das letras em estilo toscano [9.7]. Esse estilo, caracterizado por serifa estendidas e curvas, passou por impressionantes variações durante o século XIX, muitas vezes com protuberâncias, cavidades e ornamentos.

Aparentemente, os fundidores ingleses estavam tentando inventar todas as combinações possíveis de desenho, ao modificar formas ou proporções e aplicar todo

9.3 Vincent Figgins, Antique, c. 1815. Não se sabe qual foi a inspiração para este projeto altamente original, apresentado pela primeira vez por Figgins. Se foi Figgins, Thorne ou um anônimo pintor de placas quem primeiro criou este estilo é um dos mistérios que cercam o súbito aparecimento de letras com serifa retangular.

9.4 Robert Thorne, projetos de tipos egípcios, 1821. A comparação com o projeto de Figgins revela diferenças sutis. Thorne baseou esta caixa-baixa na estrutura das letras de estilo “moderno”, mas modificou radicalmente o peso e as serifa.

9.5 Henry Caslon, amostra de tipo jônico, meados dos anos 1840. Conexão refere-se à transição curva dos traços principais de uma letra para a sua serifa. O tipo egípcio substituiu o conector por um ângulo abrupto; o tipo jônico restabeleceu um conector suave.

Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem sese effrenata jactabit audacia? nihilne te nocturnum præsidium palatii, nihil urbis vigiliæ, nihil ABCDEFGHIJKLMNOPQR £ 1234567890

9.6 Robert Besley (designer, com Thorowgood), amostra de um primeiro Clarendon, 1845. Uma adaptação do jônico que foi ainda mais sutil que a sua evolução a partir do egípcio, os estilos Clarendon tornaram-se extremamente populares após sua introdução. Quando expirou a patente de três anos, inúmeras imitações e piratarias foram lançadas por outros fundidores.

Quousque tandem abutere Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem sese effrenata jactabit audacia? nihilne te nocturnum præsidium palatii, nihilne urbis vigiliæ, nihil timor populi, nihil consensus bonorum omnium, nihil hic munitissimus habendi senatus locus, nihil horum £1234567890 SALES BY PUBLIC AUCTION.

**WIDER
HIGHER
THIN**

9.7 As duas amostras de cima são estilos toscano típicos com serifas ornamentais. Demonstram a diversidade de larguras amplas e estreitas produzidas por designers do século XIX. A amostra de baixo é um toscano antigo com serifas retangulares curvas e ligeiramente pontudas. Note-se a atenção dada ao desenho da forma negativa circundando as letras.

**ABCDEFGHIJKL
MNOP
RSTUVWX.**

**Mr C^o N^o &c. -,;:.'!
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V X
W Y Z Æ C E !**

**VINCENT FIGGINS,
LETTER FOUNDER,
15, WEST STREET, SMITHFIELD,
LONDON.**

9.8 Vincent Figgins, tipo *in shade* (sombreado), 1815. As primeiras fontes tridimensionais ou em perspectiva eram tipos gordos. Talvez os designers estivessem procurando compensar a leveza dos traços finos, que, a distância, tendiam a reduzir a legibilidade dos tipos gordos.

9.9 Vincent Figgins, Pearl de duas linhas *outline* (tipo contornado), 1833. Em fontes *outline* e de miolo vazado, uma linha de contorno de peso uniforme cerca a forma alfabética, que normalmente apareceria sólida.

9.10 William Thorowgood, itálico egípcio negativo de seis linhas, 1828. Os tipos que pareciam brancos contra um fundo preto impresso desfrutaram breve popularidade durante as décadas da metade do século XIX e depois saíram de moda.

MOLDER

tipo de decoração a seus alfabetos. Em 1815 Vincent Figgins apresentou estilos que projetavam a ilusão de três dimensões [9.8] e pareciam antes objetos corpulentos que sinais bidimensionais. Esse expediente tornou-se muito popular e os livros de amostras começaram a apresentar clones em perspectiva para qualquer estilo imaginável. Uma variação adicional foi a profundidade de sombreado, que ia das sombras finas de lápis até as perspectivas profundas. Como as inovações – incluindo perspectivas, contorno [9.9], inversão [9.10], expansão e condensação – podiam multiplicar cada tipo em grande sucessão de variações, as fundições propagavam as fontes com entusiasmo ilimitado. A mecanização dos processos de fabricação durante a Revolução Industrial tornou mais econômica e eficiente a aplicação de decoração. Designers de móveis, objetos domésticos e até de tipos se deliciavam com a complexidade do design. Durante a primeira metade do século, figuras, motivos vegetais e padrões decorativos eram aplicados a letras *display*, ou de ostensão [9.11].

R R R R R

A terceira grande inovação tipográfica do início do século XIX, o tipo sem serifa, fez sua estreia modesta em 1816 em um livro de amostras lançado por William Caslon IV [9.12]. Inseridas entre as fontes *display* decorativas na última capa do livro, uma linha de versais monolineares sem serifa de peso médio proclamava: “W CASLON JUNR FUNDIDOR DE LETRAS”.

W CASLON JUNR LETTERFOUNDER

O tipo parecia-se muito com um tipo egípcio com as serifas removidas, provavelmente como Caslon IV o projetou. O nome que Caslon adotou para esse estilo – egípcio inglês de duas linhas – tende a apoiar a tese de que suas origens estão num estilo egípcio. (O termo “inglês” denotava um tamanho de tipo mais ou menos equivalente ao de catorze pontos de hoje; desse modo, “inglês de duas linhas” indicava um tipo *display* com cerca de 28 pontos.)

Os tipos sem serifa, que se tornaram tão importantes para o design gráfico do século XX, tiveram um início tateante. No começo, os desajeitados tipos sem serifa eram usados principalmente para legendas e descrições que apareciam abaixo de tipos ultrapretos e de egípcios excessivamente grossos e foram pouco notados até o início dos anos 1830, quando vários fundidores de tipos introduziram novos estilos sem serifa. Cada designer e fundição atribuía um nome: Caslon usava *dórico*, Thorowgood chamava os seus de *grotesques*, Blake e Stephenson chamavam sua versão de *sans-surryphs* e, nos Estados Unidos, a Boston Type and Stereotype Foundry chamou de *góticos* seus primeiros tipos norte-americanos sem serifa. Talvez a intensa cor preta desses tipos *display* parecesse similar à densidade dos tipos góticos. Vincent Figgins deu a suas amostras de 1832 o nome *sans serif* [9.13] em reconhecimento ao traço mais aparente da fonte, e o nome foi adotado. Os impressores alemães tinham forte interesse nas sem serifa e, por volta de 1830, a fundição de Schelter e Giesecke lançou as primeiras fontes sem serifa com um alfabeto em caixa-baixa. Na metade do século, alfabetos sem serifa passaram a ter uso crescente.

9.11 Woods e Sharwoods, letras de fontes ornamentadas, 1838-1842. As largas letras *fat face* propiciavam um fundo para elementos figurativos e decorativos.

9.12 William Caslon IV, egípcio inglês de duas linhas, 1816. Esta amostra introduziu discretamente o que viria a se tornar um recurso importante para o design gráfico.

**TWO-LINE GREAT PRIMER SANS-SERIF.
TO BE SOLD BY AUCTION,
WITHOUT RESERVE;
HOUSEHOLD FURNITURE,
PLATE, GLASS,
AND OTHER EFFECTS.
VINCENT FIGGINS.**

9.13 Vincent Figgins, Great Primer sem serifa de duas linhas, 1832. Tanto o nome como o amplo uso de tipos sem serifa foram lançados em 1832 por canhestras fontes *display* pretas no *Specimens of Printing Types*.

O CARTAZ EM TIPOS DE MADEIRA

À medida que os tipos *display* cresciam em tamanho, os problemas se multiplicavam tanto para o impressor como para o fundidor. Na fundição, era difícil manter o metal em estado líquido ao derramá-lo e o resfriamento desigual muitas vezes criava superfícies de impressão ligeiramente côncavas. Muitos impressores constataram que os tipos grandes de metal eram proibitivamente caros, frágeis e pesados. Um impressor norte-americano chamado Darius Wells (1800-1875) começou a experimentar tipos de madeira entalhados à mão e, em 1827, inventou uma fresa lateral que possibilitava a econômica fabricação em massa de tipos de madeira para impressão de cartazes. Duráveis, leves e custando a metade do preço dos tipos grandes de metal, os tipos de madeira rapidamente venceram a resistência inicial dos impressores e produziram um impacto importante no design de cartazes e prospectos. A partir de março de 1828, quando Wells lançou a indústria de tipos de madeira com suas primeiras folhas de amostras, os fabricantes norte-americanos começaram a importar designs de tipos da Europa e a exportar tipos de madeira. Entretanto, logo surgiram fábricas de tipos de madeira nos países europeus e, na metade do século, empresas norte-americanas estavam produzindo seus próprios e inovadores alfabetos decorativos.

Depois que William Leavenworth (1799-1860) combinou o pantógrafo com a fresa em 1834, tornou-se tão fácil lançar novas fontes de tipos de madeira que os clientes eram convidados a enviar o desenho de uma letra de um novo estilo desejado; a fábrica se oferecia para projetar e produzir a fonte inteira com base no croqui sem tarifas adicionais pelo projeto e desenho de padrões.

O ímpeto dessa nova tipografia *display* e a demanda crescente por cartazes públicos para clientes, variando de circos itinerantes e companhias de *vaudeville* a lojas de roupas e às novas ferrovias, resultaram em editoras especializadas em impressão de tipos *display* [9.14]. No século XVIII, os impressos comerciais haviam sido uma atividade secundária dos impressores de jornais e livros. O design de folhetos, cartazes em tipos de madeira e prospectos nessas editoras não envolvia um



9.14 Panfleto de um trem de excursões, 1876. Para dar às palavras importantes mais destaque que o negrito, o tipógrafo usava tipos ainda mais pesados para as iniciais. Letras enormes nas extremidades se combinam com estilos estreitos e largos na expressão *Maryland Day!*.

designer gráfico na acepção do século XX. O tipógrafo, geralmente por meio de consulta ao cliente, selecionava e compunha os tipos, filetes, ornamentos e gravava em madeira ou estereotipava em metal ilustrações padronizadas que preenchiam a matriz. O designer tinha acesso a uma gama quase infinita de tamanhos, estilos e pesos de tipos e efeitos ornamentais inovadores e a filosofia do design era usá-la. A necessidade de prender com firmeza todos os elementos na prensa impunha ao design uma tensão horizontal e vertical; este se tornou o princípio básico de organização.

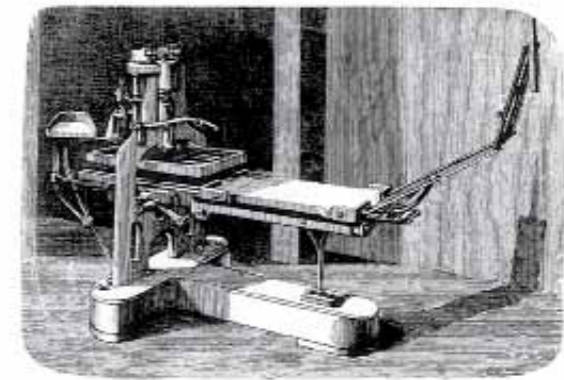
As decisões de projeto eram pragmáticas. Palavras ou textos compridos exigiam tipo estreito e palavras ou textos curtos eram compostos em fontes largas. Palavras importantes recebiam ênfase pelo uso dos maiores tamanhos de tipo disponíveis. Havia um lado prático para a grande mistura de estilos nos anúncios comerciais, porque na oficina gráfica típica muitas fontes podiam ser encontradas, mas cada uma com um número limitado de caracteres. Podiam-se usar livremente tipos de madeira junto com tipos de metal.

As editoras de cartazes tipográficos que se desenvolveram com o advento dos tipos de madeira começaram a declinar após 1870, à medida que melhorias na impressão litográfica resultavam em cartazes mais ilustrados e coloridos. Além disso, os espetáculos de entretenimento itinerantes – um de seus principais clientes – perdiam importância. O crescimento de revistas e jornais com espaço para publicidade e as restrições legislativas aos anúncios começaram a desviar a comunicação comercial da publicação de avisos e, com isso, o número de empresas de cartazes tipográficos declinou significativamente no final do século.

UMA REVOLUÇÃO NA IMPRENSA

As prensas de impressão usadas por Baskerville e Bodoni eram muito semelhantes à primeira utilizada por Gutenberg, mais de três séculos antes. Era previsível que o progresso implacável da Revolução Industrial também alterasse radicalmente a impressão. Inventores aplicaram a teoria mecânica e peças de metal à prensa manual, aumentando a eficiência e

o tamanho de sua impressão. Vários aperfeiçoamentos para tornar a prensa manual mais forte e mais eficiente culminaram, em 1800, na impressora de Lorde Stanhope [9.15], inteiramente construída de peças de ferro fundido. O mecanismo de rosca de metal precisava de cerca de um décimo da força manual necessária para imprimir numa prensa de madeira, e a impressora de Stanhope permitiu a duplicação do tamanho da folha impressa. A oficina gráfica de William Bulmer instalou e experimentou o primeiro protótipo bem-sucedido de Lorde Stanhope. Essas inovações serviram para melhorar um ofício manual parcialmente mecanizado.

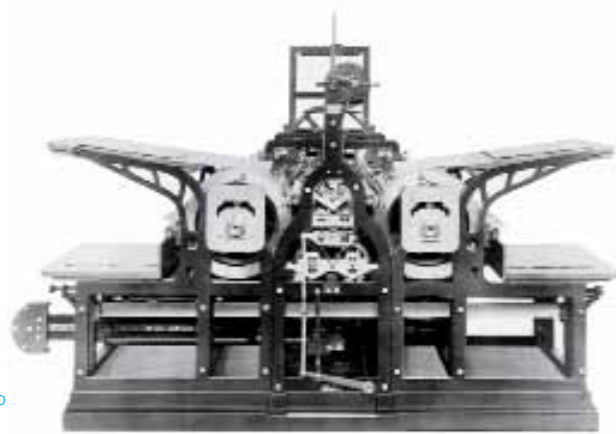


9.15 Esta ilustração em gravura retrata a prensa totalmente montada com peças de ferro inventada na Inglaterra por Charles, terceiro conde de Stanhope.

O passo seguinte converteu efetivamente a impressão em uma operação fabril de alta velocidade. Friedrich Koenig, alemão que chegou a Londres por volta de 1804, apresentou aos principais tipógrafos seu projeto para uma imprensa movida a vapor. Finalmente recebeu apoio financeiro em 1807 e Koenig obteve em março de 1810 uma patente para sua invenção, que produzia 400 folhas por hora, em comparação com as 250 folhas por hora da prensa manual de Stanhope.

A primeira impressora mecânica de Koenig não era muito diferente de uma prensa manual conectada a uma máquina a vapor. Outras inovações foram o método de entintar o tipo por meio de rolos cilíndricos em lugar das bolas manuais. O movimento horizontal da matriz de tipos no leito da máquina e o movimento do tímpano e da frasqueta eram automatizados. Essa impressora foi um prelúdio à imprensa

9.16 A primeira rotativa movida a vapor, 1814. A invenção de Koenig fez a velocidade de impressão disparar, enquanto seu preço caía consideravelmente.



movida a vapor com cilindro de parada desenvolvida por Koenig, que possibilitou operação muito mais rápida. Nesse projeto a matriz de tipos ficava num leito plano, que se movia em vaivém sob um cilindro. Durante a fase de impressão, o cilindro rolava sobre os tipos, carregando a folha a ser impressa. Ele parava enquanto a matriz saía de sob o cilindro para ser entintada por meio de rolos. Enquanto o cilindro estava parado, o impressor colocava uma folha nova de papel sobre ele.

Em Londres, John Walter II do *Times* encomendou a Koenig a construção de duas impressoras de cilindros duplos movidas a vapor [9.16]. Elas eram capazes de realizar 1 100 impressos por hora em folhas de papel com 90 centímetros de comprimento por 56 centímetros de largura. Receando a sabotagem dos trabalhadores que frequentemente destruíam o novo maquinário quando sentiam que seu emprego estava ameaçado, Walter mandou transferir as novas impressoras para a Printing House Square em sigilo absoluto. Os empregados que haviam ameaçado Koenig e sua invenção foram instruídos a esperar notícias do Continente na manhã fatal de 29 de novembro de 1814. Às seis horas, Walter entrou na sala de imprensa e anunciou: “O *Times* já está impresso – a vapor”. A edição do dia informava a seus leitores: “Nosso jornal de hoje apresenta ao público o resultado prático do maior aperfeiçoamento ligado à imprensa desde a descoberta dessa arte. O leitor deste parágrafo agora segura nas mãos um dos muitos milhares de exemplares do jornal *The Times* que foram feitos ontem à noite por um aparelho mecânico”. Economias ime-

diatas podiam ser constatadas na sala de composição, pois cada edição do *Times* vinha sendo composta em duplicata para que duas impressoras manuais pudessem imprimir a mesma página. Além disso, as notícias podiam ser impressas para chegar aos assinantes com várias horas de antecedência.

Em 1815 William Cowper obteve uma patente para uma imprensa que utilizava lâminas estereotipadas curvadas ao redor de um cilindro. Essa máquina realizava 2 400 impressões por hora e podia ser usada para imprimir 1 200 folhas de ambos os lados. Em 1827, o *Times* encomendou a Cowper e seu sócio, Ambrose Applegath, o desenvolvimento de uma impressora de quatro cilindros movida a vapor – ela utilizava lâminas curvas estereotipadas feitas rapidamente de moldes de papel machê e imprimia 4 mil folhas por hora, em frente e verso.

Por toda a Europa e América do Norte, os impressores de livros e jornais começaram a aposentar as impressoras manuais e substituí-las por equivalentes movidas a vapor. A impressora de cilindros múltiplos e movida a vapor de Applegath e Cowper produzia 32 impressos para cada um produzido na de Stanhope, e o custo unitário começou a despencar à medida que o número das tiragens decolava. Nos anos 1830 a imprensa iniciou uma vertiginosa expansão, e proliferou a impressão de jornais, livros e anúncios comerciais.

O poder da impressão de alta velocidade movida a vapor teria sido limitado se não houvesse uma fonte econômica e abundante de papel. Um jovem funcionário na fábrica de papel de Didot na França, Nicolas-Louis Robert, desenvolveu um protótipo para uma máquina de fabricação de papel em 1798, mas a agitação política na França o impediu de aperfeiçoá-la. Em 1801, o número de patente inglesa 2487 foi concedido a John Gamble para “uma invenção para produzir papel em folhas individuais, sem emenda ou junção, de um até doze pés ou mais de largura, e de um a 45 pés ou mais de comprimento”. Em 1803, a primeira máquina de produção de papel entrou em operação em Frogmore, Inglaterra. Essa máquina, que se parecia com o protótipo de Robert, derramava uma suspensão de fibra e água num canal estreito sobre uma correia transportadora vibratória de malha de arame na qual se podia fabricar folha de papel

contínua. Os direitos foram adquiridos por Henry e Sealy Fourdrinier, que investiram uma fortuna financiando e promovendo o que até hoje é conhecido como máquina Fourdrinier. Por ironia, embora os irmãos Fourdrinier tenham oferecido ao mundo papel econômico e abundante, para conseguir isso foram à ruína financeira.

A MECANIZAÇÃO DA TIPOGRAFIA

A composição tipográfica manual e a posterior redistribuição dos tipos na caixa de trabalho ainda eram um processo lento e caro. Por volta da metade do século XIX, as impressoras podiam produzir 25 mil cópias por hora, mas cada letra de cada palavra de cada livro, jornal ou revista precisava ser composta manualmente. Dezenas de experimentadores trabalhavam para aperfeiçoar uma máquina para compor tipos e as primeiras patentes foram registradas em 1825. Quando Ottmar Mergenthaler (1854-1899) aperfeiçoou sua máquina Linotype em 1886, cerca de trezentas outras tentativas tinham sido patenteadas na Europa e nos Estados Unidos e vários milhares de solicitações de patente haviam sido feitos. Muitas pessoas, entre elas o escritor Mark Twain, investiram milhões de dólares na busca da composição automática. Antes da invenção da linotipo, o alto custo e o ritmo lento da composição limitavam até os maiores jornais diários a oito páginas e os livros continuavam relativamente caros.

Mergenthaler era um imigrante alemão que trabalhava numa oficina mecânica de Baltimore e durante uma década se empenhou em aperfeiçoar sua compositora de tipos. No dia 3 de julho de 1886, aos 32 anos de idade, o inventor fez uma demonstração de sua máquina operada por teclado [9.17] no escritório do *New York Tribune*. Whitelaw Reid, editor do *Tribune*, teria exclamado: “Ottmar, você conseguiu! Uma linha de tipos (*a line o'type*)”. A nova máquina recebeu seu nome dessa reação entusiástica.

Muitos inventores anteriores haviam tentado construir uma máquina que compusesse mecanicamente tipos em metal por meio da automatização da caixa de tipos tradicional. Outros tentaram algo como uma

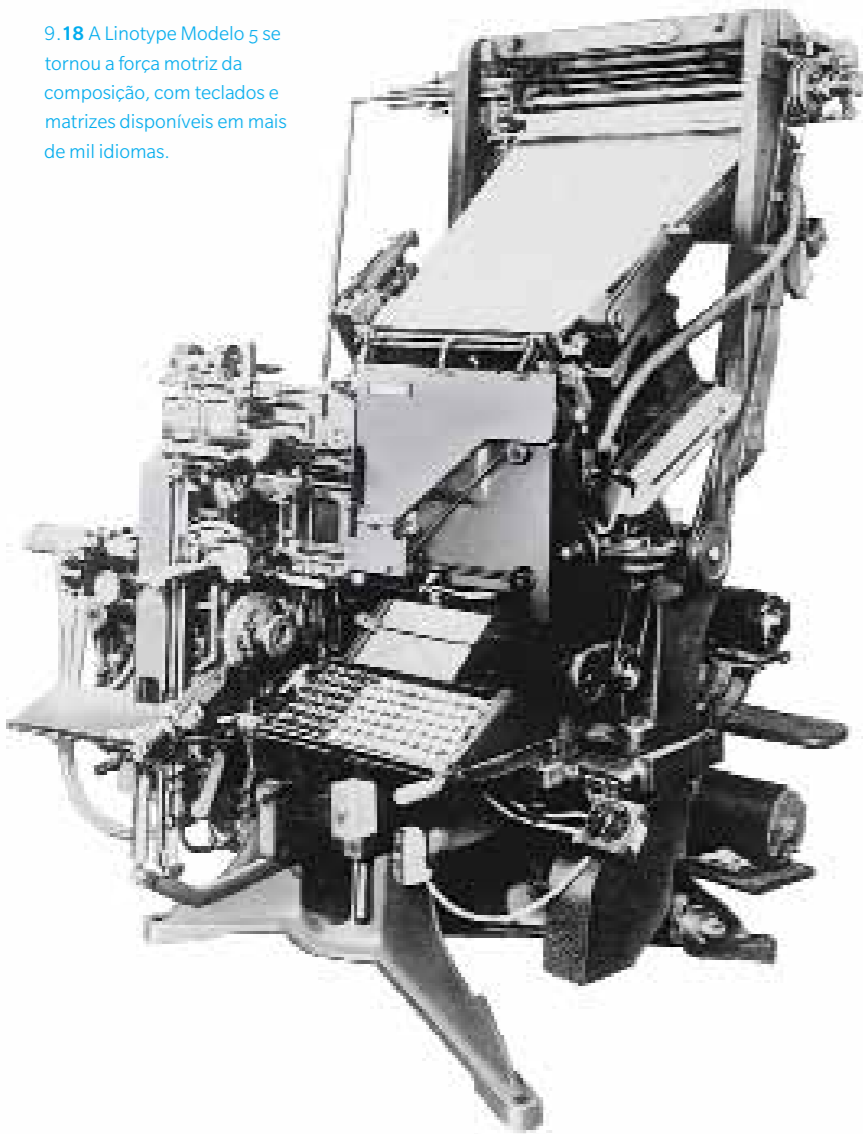
máquina de escrever que pressionasse letras sobre um molde de papel machê, ou tentaram transferir uma imagem litográfica para um alto-relevo de metal. A brilhante inovação de Mergenthaler [9.18] envolvia o uso de pequenos moldes de metal com letras, números e símbolos em baixo-relevo. Noventa teclas de máquina de escrever controlavam tubos verticais preenchidos com essas matrizes. Cada vez que o operador pressionava uma tecla, era liberada uma matriz para aquele caractere. A matriz deslizava por uma calha e automaticamente se alinhava com os outros caracteres naquela linha. Vertia-se chumbo derretido na linha de matrizes para fundir um lingote de metal com a linha de tipos em relevo.

Em 1880, os jornais de Nova York ofereciam mais de meio milhão de dólares em prêmios para o inventor que conseguisse criar uma máquina que reduzisse em 25 a 30 por cento o tempo do tipógrafo; a máquina Linotype de Mergenthaler era capaz de fazer o

9.17 Ottmar Mergenthaler faz uma demonstração da Blower Linotype, a primeira compositora de linhas de tipos por teclado, ao editor Whitelaw Reid, 3 de julho de 1886.



9.18 A Linotype Modelo 5 se tornou a força motriz da composição, com teclados e matrizes disponíveis em mais de mil idiomas.



trabalho manual de sete ou oito tipógrafos! O rápido desenvolvimento da linotipo substituiu milhares de tipógrafos altamente qualificados e greves e violência ameaçaram muitos estabelecimentos. Mas a nova tecnologia provocou uma explosão inédita de material gráfico, criando milhares de novos empregos. O preço de três centavos para um jornal nos anos 1880 despençou para um ou dois centavos, enquanto o número das páginas se multiplicava e a circulação disparava. A publicação de livros se expandiu rapidamente, com livros de ficção, biografias, livros técnicos e de história juntando-se aos textos didáticos e literários clássicos que estavam sendo editados. A linotipo desencadeou um surto de produção de periódicos, e os semanários ilustrados, entre os quais o *Saturday Evening Post* e o *Collier's*, alcançavam um público de milhões na virada do século. Em 1887, um norte-americano, Tolbert Lanston (1844-1913), inventou a máquina Monotype, que fundia caracteres individuais de metal quente. Em apenas uma década a Monotype tornou-se eficiente o bastante para ser incorporada à produção.

Os tipos de metal compostos manualmente encontravam cada vez menos mercado. Como a maioria dos tipos de texto era agora composta à máquina, era necessário menos tipos de fundição. Guerras de preços devastadoras e competição violenta alardeavam descontos de cinquenta por cento, além de mais dez por cento para pagamento em dinheiro. Consórcios, como a fusão, em 1892, de catorze fundições na American Type Founders Company, foram formados em um esforço de estabilizar a indústria, expulsando do mercado as fundições mais fracas e com isso reduzindo a capacidade excedente. A pirataria do design cresceu descontroladamente. Após as fundições lançarem novos tipos, os concorrentes imediatamente eletrotipavam os novos desenhos, depois fundiam e vendiam tipos a partir das matrizes falsas. No fim do século, a indústria da fundição de tipos se estabilizou. A tipografia de metal de composição manual encontrou um nicho menor, porém importante, no fornecimento de tipos *display* para publicidade e manchetes editoriais até o advento da fotocomposição nos anos 1960.

Avanços tecnológicos possibilitaram que tipos compostos mecanicamente fossem impressos em papel fa-

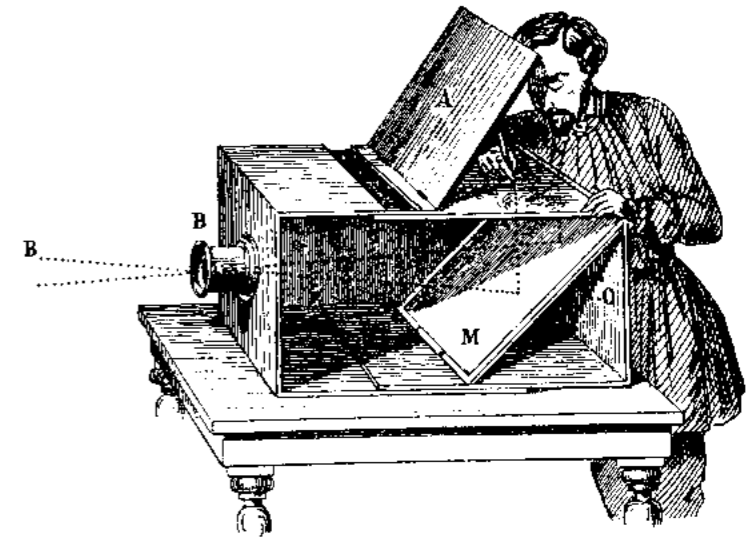
bricado também mecanicamente, com impressoras de alta velocidade movidas a vapor. Havia uma disseminação mundial de palavras e imagens e chegava a era da comunicação de massa.

FOTOGRAFIA, A NOVA FERRAMENTA DA COMUNICAÇÃO

Fazer imagens ilustrativas e preparar lâminas de impressão para reproduzi-las permaneceram como processos artesanais até a chegada da fotografia. O conceito subjacente ao dispositivo usado para produzir imagens por processos fotoquímicos, a *camera obscura* (termo latino para “câmara escura”), era conhecido no mundo antigo já no tempo de Aristóteles, no século IV aC. Uma câmara escura é um quarto ou caixa escurecida tendo em um dos lados uma pequena abertura ou lente. Raios de luz que passam por essa abertura são projetados sobre o lado oposto e formam uma imagem dos objetos iluminados que estão do lado de fora. Durante séculos os artistas usaram a câmara escura como recurso auxiliar ao desenho. Por volta de 1665, foram desenvolvidas câmaras escuras pequenas e portáteis em forma de caixa [9.19]. O único elemento adicional necessário para “fixar” ou tornar permanente a imagem projetada em uma câmara escura era um material sensível à luz capaz de capturar essa imagem.

OS INVENTORES DA FOTOGRAFIA

A fotografia e a comunicação gráfica estiveram estreitamente vinculadas a partir das primeiras experiências para capturar uma imagem da natureza com uma câmara. Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833), o francês que produziu pela primeira vez uma imagem fotográfica, iniciou sua pesquisa buscando um meio automático de transferir desenhos para lâminas de impressão. Como impressor litográfico de imagens religiosas populares, Niépce procurava outra maneira que não o desenho para fazer lâminas. Em 1822 ele revestiu uma folha de peltre com um betume sensível à luz, chamado *betume da Judeia*, que se enrijece quando exposto à



luminosidade. Em seguida, fez uma cópia-contato de um desenho, que havia sido untado com óleo para torná-lo transparente, sobre o peltre usando a luz solar. Depois lavou a lâmina de peltre com óleo de lavanda para remover as partes não endurecidas pela luz e então a queimou com ácido para fazer uma cópia incisa do original. Niépce chamou sua invenção de *heliogravura* (gravação pelo sol) [9.20].

Em 1826, ele expandiu sua descoberta colocando uma de suas lâminas de peltre no fundo de sua câmara escura e apontando-a para fora da janela. Isso lhe possibilitou fazer um retrato direto da natureza; a mais antiga foto existente é uma folha de peltre que Niépce expôs durante um dia inteiro [9.21]. Quando ele a retirou da câmara escura e a lavou com óleo de lavanda, foi capturada uma imagem nebulosa dos prédios iluminados pelo sol do lado de fora da janela de seu ateliê. Niépce continuou sua pesquisa com materiais sensíveis a luz, como o cobre revestido de prata. Louis Jacques M. N. P. Daguerre (1799-1851), artista do teatro e pintor que participava da invenção do diorama, entrou em contato com ele. Daguerre vinha realizando pesquisa semelhante, Niépce o recebeu com entusiasmo e os dois compartilharam suas ideias até este morrer de ataque cardíaco em 1833.*

Daguerre perseverou e no dia 7 de janeiro de 1839 seu processo aperfeiçoado foi apresentado à Academia Francesa de Ciências. Os acadêmicos se encanta-

9.19 Como demonstra esta câmara escura em caixa do século XIX, os princípios ópticos da fotografia eram bem entendidos e utilizados pelos artistas como auxílio ao desenho.

* Paralelamente às experiências de Niépce e Daguerre, o artista e pesquisador francês Hercules Florence (1804-1879) fazia, na cidade brasileira de Campinas, experimentos fotoquímicos que culminaram na descoberta isolada e independente de um processo fotográfico a partir de 1833. Ver Boris Kossov, *Hercules Florence, 1833: a descoberta isolada da fotografia no Brasil* (São Paulo: Duas Cidades, 1980). [N.E.]



9.20 Joseph Niépce, impressão fotolitográfica do cardeal d'Ambroise, c. 1822. Este corriqueiro retrato é a primeira imagem impressa a partir de uma lâmina criada mais pela ação fotoquímica da luz do que por intervenção humana.

9.21 Joseph Niépce, a primeira fotografia da natureza, 1826. Do alto do pátio posterior da casa de Niépce, avistam-se padrões de luz e sombra formados (da esquerda para a direita) por uma ala da casa, uma pereira, o telhado do celeiro defronte à padaria com sua chaminé e outra ala da casa.



ram com a nitidez e os detalhes de suas impressões *daguerreotípicas* [9.22] e com a incrível precisão das imagens. Em seu processo aperfeiçoado, uma folha de cobre banhada em prata e extremamente polida era sensibilizada mediante sua colocação, com a face prateada para baixo, acima de um recipiente de cristais de iodo. Depois que o vapor de iodo ascendente se combinava com a prata para produzir iodeto de prata sensível à luz, a lâmina era colocada na câmara e exposta à luz que passava através da lente, para produzir uma imagem latente. A lâmina exposta era então colocada sobre um recipiente de mercúrio aquecido e com isso se produzia a imagem visível. Depois que os vapores de mercúrio formavam uma liga com as áreas expostas da prata, o iodeto de prata não exposto era removido e a imagem era fixada com um banho de sal. O metal nu parecia negro nas áreas em que não fora atingido pela luz. A imagem luminosa, vibrante, era um baixo-relevo de compostos de mercúrio e prata que variavam de intensidade na razão direta da quantidade de luz que atingia a lâmina durante a exposição. Em um salto gigantesco, estava concretizada a tecnologia para fazer imagens mecanicamente. Num único ano inicial, meio milhão de daguerreótipos foram produzidos em Paris.

Os daguerreótipos tinham limitações, pois cada lâmina era uma imagem única de tamanho determinado, e o processo exigia meticuloso polimento, sensibilização e desenvolvimento. A superfície polida tinha uma tendência a produzir reflexos e, a menos que fosse visualizada do ângulo correto, a imagem curiosamente invertia-se e aparecia em negativo.

Pesquisas foram realizadas simultaneamente na Inglaterra por William Henry Fox Talbot (1800-1877), pioneiro no processo que constituiu a base tanto da fotografia como das lâminas de impressão fotográfica. Em 1833, ao fazer croquis na região do Lago di Como, na Itália, Talbot ficou decepcionado com sua limitada capacidade para desenhar e a dificuldade de registrar belas paisagens. Refletiu sobre “como seria maravilhoso se fosse possível fazer com que essas imagens naturais se imprimissem por si mesmas de modo duradouro e permanecessem fixas no papel”. Depois de regressar à Inglaterra iniciou uma série de experiências com papel tratado com compos-



9.22 Louis Jacques M. N. P. Daguerre, Bulevar de Paris, 1839. Neste primeiro daguerreótipo, as carroças, carruagens e pedestres não foram registrados porque a lenta exposição podia captar apenas objetos estacionários. No canto esquerdo inferior da rua, um homem parou para lustrar as botas. Ele e o engraxate foram as primeiras pessoas a serem fotografadas.

tos de prata, escolhidos porque ele sabia que o nitrato de prata era sensível à luz. Em suas primeiras experiências, fez o papel flutuar em uma salmoura fraca, deixou-o secar e depois o tratou com uma solução concentrada de nitrato de prata para formar no papel um composto insolúvel de cloreto de prata sensível à luz. Quando ele colocava um pedaço de renda ou uma folha de planta comprimidos firmemente contra o papel por meio de uma placa de vidro e o expunha à luz solar, o papel em torno do objeto lentamente escurecia. Lavando essa imagem com uma solução de sal ou iodeto de potássio, fixava-a um pouco, tornando o composto de prata não exposto bastante insensível à luz. Talbot chamou essas imagens, feitas sem uma câmera fotográfica, de *desenhos fotogênicos* [9.23]; hoje chamamos de *fotograma* as imagens feitas pela manipulação de objetos diante da luz que incide sobre papel fotográfico. A técnica foi frequentemente usada por designers gráficos do século xx.

No curso de suas experiências de 1835, Talbot começou a usar seu papel tratado na câmara escura para criar imagens fotográficas diminutas, que tinham áreas claras tornadas escuras e áreas escuras parecendo claras. O resultado eram imagens negativas da natureza.

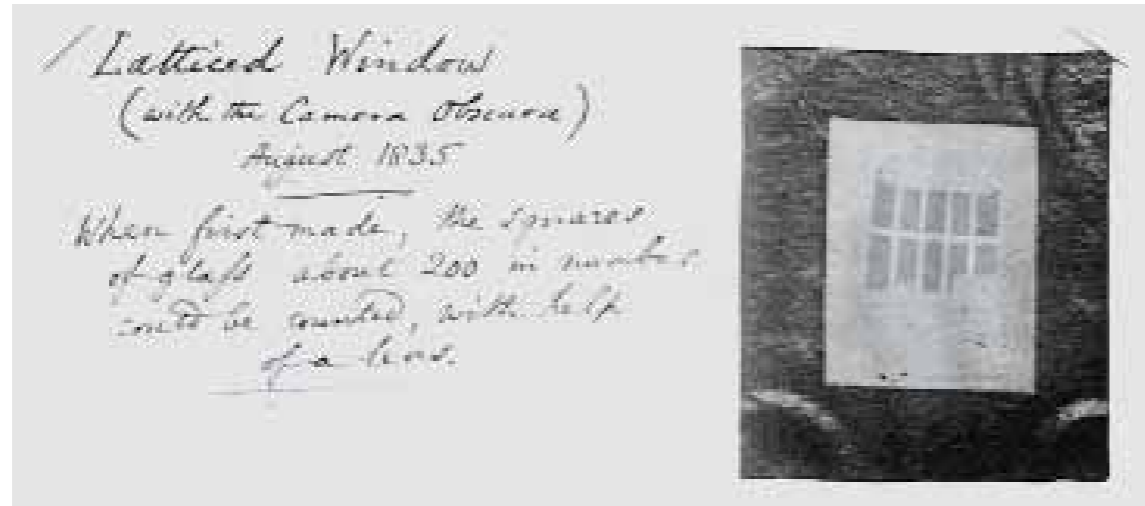
Talbot deixou sua pesquisa de lado e por quase três anos voltou-se para outros interesses, até o súbito

alvoroço internacional em torno de Daguerre. Talbot apressou-se a levar seu trabalho para Londres e em 31 de janeiro de 1839, três semanas depois do anúncio de Daguerre, apresentou um relatório rapidamente preparado para a Royal Society intitulado “Alguns informes sobre a Arte do Desenho Fotogênico, ou o processo pelo qual Objetos Naturais podem ser levados a delinear-se sem a ajuda do lápis do artista”.

Ao saber da pesquisa de Daguerre e Talbot, o eminente astrônomo e químico *sir* John Herschel (1792-



9.23 William Henry Fox Talbot, silhueta de flores sem câmara, 1839. Inserindo as flores entre seu papel fotográfico e uma folha de vidro e expondo a emulsão fotossensível à luz solar, Talbot inventou o fotograma, mais tarde muitíssimo utilizado como ferramenta por designers como László Moholy-Nagy.

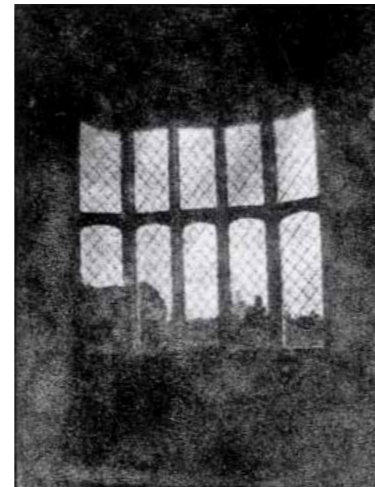


9.24 William Henry Fox Talbot, o primeiro negativo fotográfico, 1835. Esta imagem foi feita no papel fotossensível de Talbot posicionado dentro da câmara escura, que apontava para as vidraças numa grande sala de sua mansão, Lacock Abbey.

9.25 William Henry Fox Talbot, impressão a partir do primeiro negativo fotográfico. O sol forneceu a fonte de luz para fazer a cópia-contato do negativo em outra folha de papel sensibilizado, produzindo esta imagem positiva do céu e da terra do lado de fora da janela.

1871) dedicou-se ao problema. Além de reproduzir os resultados de Talbot, foi o primeiro a usar tiosulfato de sódio para fixar ou tornar permanente a imagem pela interrupção da ação da luz. No dia 1º de fevereiro de 1839 ele comunicou esse conhecimento a Talbot. Tanto Daguerre como Talbot adotaram o método de fixação da imagem. Durante aquele mês, Talbot resolveu o problema da imagem negativa fazendo uma cópia-contato da imagem com outra folha de seu papel sensibilizado exposto à luz solar. Herschel denominou a imagem invertida *negativo* [9.24] e chamou o contato de *positivo* [9.25]. Esses termos e o nome posterior dado por Herschel à invenção de Talbot, *fotografia* (do grego *photos graphos*, que quer dizer “desenho com luz”), foram adotados no mundo inteiro.

No final dos anos 1840, Talbot conseguiu aumentar a sensibilidade de seu papel à luz, expor uma imagem latente, depois revelá-la após ela ser retirada da câmara. Ele chamou a seu novo processo de *calotipia* (do grego *kalos typos*, que quer dizer “impressão bonita”) e também usou o nome *talbotipia* por sugestão de amigos. Em 1844, Talbot começou a publicar seu livro, *The Pencil of Nature* (O lápis da natureza), em fascículos para assinantes [9.26, 9.40]; o livro apresentava 24 fotografias montadas à mão em cada um dos exemplares. No prefácio ele manifestava o desejo de apresentar “algo dos primórdios da nova arte”. Como primeiro livro inteiramente ilustrado com fotografias, *The Pencil of Nature* foi um marco na história.



A claridade cristalina dos daguerreótipos era superior à suavidade das imagens dos calótipos. Para fazer a impressão positiva de um calótipo, seu negativo era prensado firmemente sobre uma folha de papel sensível à luz e colocado sob a luz solar direta. Como os raios de sol se difundiam pelas fibras do negativo, a impressão positiva era ligeiramente borrada. Mas como o negativo podia ser exposto a outros materiais sensíveis à luz para fazer um número ilimitado de cópias e posteriormente podia ser ampliado, reduzido e usado para fazer lâminas de impressão fotossensíveis, a invenção de Talbot alterou radicalmente

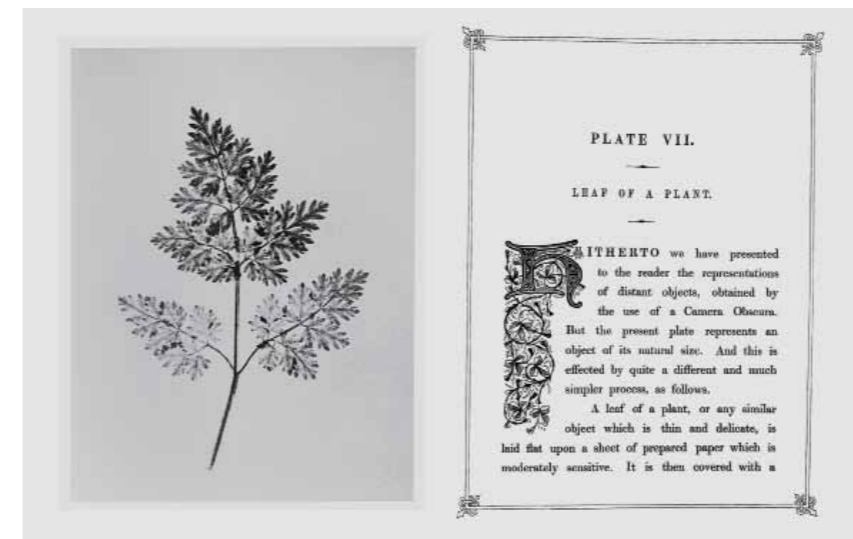
o curso da fotografia e, mais tarde, o do design gráfico. Nos estágios mais primitivos da fotografia, porém, o processo de Daguerre foi dominante, porque a miscelânea de patentes exclusivas de Talbot retardou a difusão de seus métodos.

Embora a suavidade dos calótipos tivesse personalidade, com uma textura semelhante à do desenho a carvão, iniciou-se uma busca por um veículo apropriado para aderir ao vidro material sensível à luz para que se pudessem fazer negativos e transparências positivas extremamente detalhados. Um processo de lâmina úmida foi anunciado pelo escultor inglês Frederick Archer (1813-1857) na revista *Chemist* em março de 1850. Por meio de luz de vela em uma câmara escura, um líquido claro viscoso chamado *colódio* era sensibilizado com compostos de iodo, despejado sobre uma lâmina de vidro, imerso em um banho de nitrato de prata e exposto e revelado na câmara fotográfica enquanto ainda molhado. Fotógrafos do mundo inteiro adotaram o processo de Archer. Como ele não patenteou seu processo, que possibilitava tempos de exposição muito menores que os daguerreótipos ou calótipos, em meados dos anos 1850 estes dois foram substituídos quase por completo por aquele.

Mas o alcance da fotografia ainda era seriamente limitado pela necessidade de preparar uma lâmina

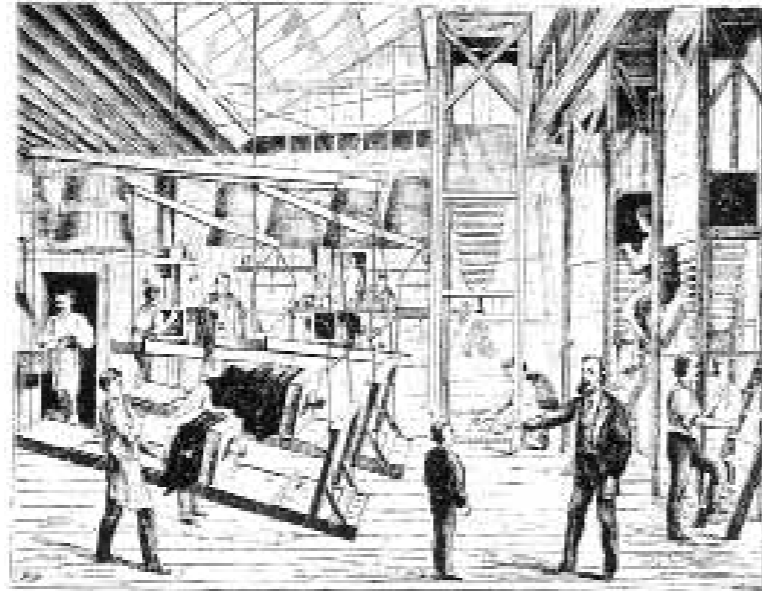


9.27 Anúncio da câmera Kodak, c. 1889. A câmera de George Eastman, simples o bastante para qualquer um “que saiba dar corda num relógio”, desempenhou papel importante para fazer da fotografia uma forma de arte acessível.



9.26 Páginas do livro de Talbot, *The Pencil of Nature*, 1844. Este primeiro livro totalmente ilustrado com fotos teve suas gravuras originais montadas sobre a página impressa. A “Plate vii” [Lâmina vii] é um fotograma. (O uso do tipo estilo moderno com iniciais decoradas é típico do antigo design de livros da era vitoriana.)

9.28 Ilustração do departamento fotográfico de Moss, de *Scientific American*, 1877. Quando este importante periódico científico noticiou a ascensão da fotogravação, revelou que, sem que seus leitores soubessem, milhares de fotogravuras haviam sido usadas lado a lado com gravuras feitas à mão durante os anos 1870 sem nenhuma diferença identificável.



A APLICAÇÃO DA FOTOGRAFIA À IMPRESSÃO

Começando nos anos 1840, o crescimento do uso profissional da xilogravura iniciado por Thomas Bewick fomentou um uso eficaz de imagens em editoriais e comunicações publicitárias. Como os blocos de gravação em madeira eram da altura dos tipos e podiam ser travados em uma única matriz de impressão tipográfica, enquanto a gravação em lâminas de cobre ou aço ou litografias precisavam ser impressas em uma tiragem separada, a xilogravura dominava a ilustração de livros, revistas e jornais. Entretanto, a preparação de blocos de xilogravura para impressão era onerosa, e diversos inventores e curiosos continuavam a procura iniciada por Niépce para descobrir um processo econômico e confiável de fotogravura para lâminas de impressão. Quando uma patente se tornava matéria de registro legal, os concorrentes procuravam uma brecha para contornar os direitos legais do inventor, dificultando a identificação de muitos deles.

Em 1871, John Calvin Moss, de Nova York, foi pioneiro no uso de um método de fotogravação comercialmente viável que traduzia figuras a traço em lâminas de metal para impressão tipográfica. Um negativo da ilustração original era feito em uma câmara de cópia

suspensa do teto por uma corda para evitar vibração [9.28]. Em um processo altamente sigiloso, o original era transferido por cópia-contato para uma lâmina de metal revestida com uma emulsão de gelatina sensível à luz, e depois gravada com ácido. Após o retoque manual para refinamentos, a lâmina de metal era montada num bloco de madeira da altura dos tipos. A implementação gradual da fotogravura reduziu o custo e o tempo necessários para produzir blocos de impressão e alcançou maior fidelidade ao original.

Antes da possibilidade de imprimi-la, a fotografia foi usada como ferramenta de pesquisa no desenvolvimento de ilustrações xilográficas. A realidade documental da fotografia auxiliava os ilustradores a capturar acontecimentos da época. Durante os anos 1860 e 1870, xilogravuras feitas com base em fotografias passaram a vigorar na comunicação de massa [9.29, 9.30]. Um exemplo é encontrado na fotografia *Freedmen on the Canal Bank at Richmond* (Homens libertos na margem do canal em Richmond), atribuída a Mathew Brady. Chegando a Richmond, Virgínia, logo após a evacuação e o incêndio que destruiu a maior parte do distrito comercial no dia 2 de abril de 1865, quando as forças da União venceram as bases confederadas da cidade, Brady voltou sua câmara fotográfica



para um grupo de antigos escravos que subitamente se viram libertos. Um momento no tempo foi preservado; um documento histórico que ajudaria as pessoas a entender sua história foi registrado com a imediatez atemporal da fotografia. Como ainda não se dispunha dos meios para reproduzir essa imagem, a revista *Scribner's* recorreu a um ilustrador para reinventar a imagem na linguagem da xilogravura para que ela pudesse ser reproduzida.

Começando com Talbot, os pesquisadores acreditavam que uma lâmina de impressão fotográfica poderia imprimir as nuances sutis de tonalidade encontradas numa fotografia se algum filtro transformasse os tons contínuos em pontos de tamanhos variados. Em seguida, os tons poderiam ser obtidos, mesmo com a aplicação uniforme de tinta da impressão em relevo. Durante os anos 1850 Talbot fez experiências com gaze como meio para dividir os tons.

Muitos trabalharam sobre o problema e contribuíram para a evolução desse processo. Uma inovação importante ocorreu no dia 4 de março de 1880, quando o *The New York Daily Graphic* imprimiu a primeira reprodução de uma fotografia com uma gama completa de tons em um jornal [9.31, 9.32]. Intitulada *A Scene in Shantytown* (Uma cena na periferia),

foi impressa por meio de uma rústica *tela de retícula* inventada por Stephen H. Horgan. A tela repartia a imagem em uma série de pontos diminutos, cujos tamanhos variados criavam tons. Os valores que iam do papel branco puro até a tinta preta densa eram simulados pela quantidade de tinta impressa em cada área da imagem.

Frederick E. Ives (1856-1937), da Filadélfia, desenvolveu um processo precoce de retícula e trabalhou na primeira produção comercial de lâminas de impressão de meios-tons em 1881. A soma de todos os pontos minúsculos produzia a ilusão de tons contínuos. Mais tarde, Ives juntou-se aos irmãos Max e Louis Levy para produzir retículas comerciais uniformes usando telas de vidro texturizado. Uma máquina tira-linhas era usada para inscrever linhas paralelas em uma camada resistente a ácido em vidro oticamente limpo. Depois que o ácido era usado para gravar as linhas marcadas no vidro, as cavidades eram preenchidas com um material opaco. Duas lâminas desse vidro tracejado eram sobrepostas, face contra face, com um conjunto de linhas correndo horizontalmente e o outro verticalmente. A quantidade de luz que passava por cada pequeno quadrado formado pelas linhas determinava o tamanho que cada ponto teria. Com essas telas po-

9.29 Atribuída a Mathew Brady, fotografia, *Freedmen on the Canal Bank at Richmond*, 1865. O fotógrafo forneceu a prova visual que o ilustrador precisava para documentar o evento.

9.30 John Macdonald, xilogravura, *Freedmen on the Canal Bank at Richmond*. A tonalidade da imagem do fotógrafo foi recriada com a sintaxe visual da linha gravada na madeira.



9.31 e 9.32 Stephen H. Horgan, fotografação experimental, 1880. Esta primeira lâmina de impressão em retícula para reproduzir uma foto em um jornal marcou o potencial da fotografia na comunicação visual.



diam-se produzir imagens reticuladas e chegava a era da reprodução fotográfica.

As primeiras ilustrações fotomecânicas em cores foram impressas na edição de Natal de 1881 da revista parisiense *L'Illustration*. Complicada e demorada, a separação fotomecânica de cores permaneceu experimental até o fim do século. Durante os anos 1880 e 1890, a reprodução fotomecânica rapidamente começou a tornar obsoletos os artesãos altamente qualificados que transferiam os croquis dos artistas para lâminas de impressão feitas à mão. Preparar uma xilogravura complexa podia exigir até uma semana de trabalho; os processos fotográficos encurtaram o tempo, do original até a lâmina de impressão, para uma ou duas horas, com grande redução de custos.

DEFININDO O MEIO

Durante as mesmas décadas, enquanto os inventores estavam expandindo os limites técnicos da fotografia, artistas e aventureiros exploravam seu potencial imagético. A fotografia reflete com exatidão o mundo externo, gerando uma imagem precisa e reproduzível. Entretanto, meramente isolar um momento único no tempo não era suficiente para alguns fotógrafos do século XIX; eles definiram e estenderam as fronteiras estéticas e comunicativas do novo meio.

Um primeiro esforço de introduzir preocupações do design na fotografia começou em maio de 1843, quando o pintor escocês David Octavius Hill (1802-1870) decidiu imortalizar os 474 ministros que retiraram suas congregações da Igreja Presbiteriana e formaram a Igreja Livre da Escócia. Hill se juntou ao fotógrafo de Edimburgo Robert Adamson (1821-1848), que havia feito calótipos durante cerca de um ano. Utilizando exposições de quarenta segundos, Hill dispunha seus modelos à luz solar usando todo o conhecimento adquirido em duas décadas de trabalho como retratista [9.33]. Os calótipos resultantes foram elogiados como superiores às pinturas de Rembrandt. Hill e Adamson também criaram fotos de paisagens que repetiam a ordem visual encontrada em pinturas de paisagem do período.

Quando Julia Margaret Cameron (1815-1879) recebeu uma câmera fotográfica e o equipamento para processar lâminas úmidas de colódio como presente de sua filha e genro em seu aniversário de 49 anos, a mensagem que acompanhava o presente dizia: “Você pode se distrair, mãe, fotografando”. De 1864 a 1874, essa esposa de um alto funcionário público inglês estendeu o potencial artístico da fotografia por meio do retratismo que registrava “fielmente a grandeza do homem interior bem como os traços do homem exterior” [9.34].

Uma vívida contribuição à fotografia foi feita pelo francês F. T. Nadar (1820-1910). Seus retratos de es-

critores, atores [9.35] e artistas possuem uma simplicidade direta e digna e fornecem um registro histórico inestimável.

A primeira entrevista fotográfica foi publicada em 1886 no *Le Journal Illustré* [9.36]. O filho de Nadar, Paul, fez uma série de 21 fotos enquanto o pai entrevistava o eminente cientista centenário Michel Eugène Chevreul. Os gestos expressivos do idoso acompanhavam suas respostas às perguntas de Nadar.



9.33 David O. Hill e Robert Adamson, reverendo Thomas H. Jones, c. 1845. A atenção do pintor à iluminação, caracterização, postura das mãos e cabeça e a composição dentro do retângulo substituíram a preferência pelos close-up dos primeiros fotógrafos.



9.35 F. T. Nadar, Sarah Bernhardt, 1859. A famosa atriz tomou Paris de assalto e se tornou um tema recorrente para o cartaz que surgia na França.



9.34 Julia Margaret Cameron, Sir John Herschel, 1867. Indo além da imagem descritiva, com seus fascinantes retratos psicológicos, Julia Cameron revelava o íntimo de seus modelos.



9.36 Paul Nadar, *L'Entretien de M. Nadar avec M. Chevreul* (Conversa do M. Nadar com M. Chevreul), 1886. As palavras pronunciadas pelo químico de 101 anos de idade foram registradas sob cada foto para produzir um registro verbo-visual da entrevista.

A FOTOGRAFIA COMO REPORTAGEM

A capacidade da fotografia de fornecer um registro histórico e fixar a história humana para as gerações futuras foi extraordinariamente demonstrada pelo próspero fotógrafo de estúdio Mathew Brady (c. 1823-1896), de Nova York. Quando começou a Guerra de Secessão, Brady partiu com um guarda-pó branco e um chapéu de palha levando um cartão manuscrito por Abraham Lincoln dizendo: “Passe para Brady – A. Lincoln”. Durante a guerra, Brady investiu uma fortuna de 100 mil dólares para enviar vinte de seus assistentes fotográficos, entre eles Alexander Gardner (1821-1882) e Timothy O’Sullivan (c. 1840-1882), para documentar a Guerra de Secessão. Dos carções de fotografia de Brady, chamados de *Whatsit* [contração de *what is it* (o que é isso?)] pelas tropas da União, o grande trauma nacional foi para sempre gra-

vado na memória coletiva. A documentação fotográfica de Brady produziu um impacto profundo no ideal romântico do público sobre a guerra [9.37]. As fotos do campo de batalha se juntavam aos croquis do artista como materiais de referência para ilustrações xilográficas para revistas e jornais.

Depois da Guerra de Secessão, a fotografia se tornou importante ferramenta de documentação e comunicação na exploração do novo território e na abertura do Oeste norte-americano. Fotógrafos, entre os quais O’Sullivan, eram contratados pelo governo federal para acompanhar as expedições aos territórios inexplorados do Oeste [9.38]. De 1867 a 1869, O’Sullivan acompanhou a Exploração Geológica do Paralelo 40, começando em Nevada. Devolvidas ao leste e traduzidas em ilustrações para reprodução, as imagens do Oeste inspiraram a grande paixão migratória que acabou conquistando todo o país.

Fotógrafo aventureiro, Eadweard Muybridge (1830-1904) morava em San Francisco e fotografou Yosemite, Alasca e América Central. Leland Stanford, ex-governador da Califórnia e presidente da Central Pacific Railroad, encomendou a Muybridge que documentasse sua convicção de que um cavalo trotador erguia as quatro patas no ar simultaneamente; o resultado decidiria uma aposta de 25 mil dólares. Ao trabalhar no problema, Muybridge ficou interessado em fotografar as passadas do cavalo a intervalos regulares. O sucesso chegou em 1877 e 1878, quando uma bateria de 24 câmeras fotográficas – defronte a um intenso fundo branco sob a luz deslumbrante do sol da Califórnia – foi equipada com obturadores rápidos que eram fechados por molas e tiras de borracha à medida que um cavalo trotador rompia fios presos aos obturadores. A sequência de fotos resultante deteve o movimento do cavalo no tempo e no espaço, e Stanford, criador e corredor de cavalos trotadores, ganhou a aposta [9.39]. O desenvolvimento do cinema, o meio cinético de luz em movimento passando por uma série de fotos instantâneas juntadas pelo olho humano graças à persistência da vista, era a extensão lógica da inovação de Muybridge.

Inventores do século XIX como Talbot, documentaristas como Brady e poetas visuais como Cameron, exerceram importante impacto no design gráfico. Na



chegada do século XX, a fotografia estava se tornando uma ferramenta de reprodução cada vez mais importante. Novas tecnologias alteraram radicalmente as existentes e tanto as técnicas de impressão como a ilustração foram drasticamente transformadas. À medida que a reprodução fotomecânica substituiu as lâminas feitas à mão, os ilustradores ganhavam nova liberdade de expressão. Pouco a pouco, a fotografia monopolizou a documentação factual e impeliu o ilustrador para a fantasia e a ficção. As propriedades texturais e tonais da imagem reticulada mudaram a aparência da página impressa.



9.39 Eadweard Muybridge, lâmina publicada em *The Horse in Motion* (O cavalo em movimento), 1883. A fotografia em série demonstrou a capacidade das imagens gráficas para registrar relações espaciotemporais. As imagens em movimento se tornavam uma possibilidade.

9.37 Mathew Brady, *Dunker Church and the Dead* (A igreja de Dunker e os mortos), 1862. Feita após a Batalha de Antietam, a mais sangrenta da Guerra de Secessão, esta foto mostra como a documentação visual assumiu um novo patamar de autenticidade com a chegada da fotografia.



9.38 Timothy H. O’Sullivan, *Sand Dunes near Sand Springs* (Dunas próximo a Sand Springs), Nevada, 1867. O território intocado do Oeste norte-americano foi documentado por fotógrafos expedicionários. O carroção de fotografia de Sullivan – isolado pelo espaço quase asiático das dunas de areia – torna-se um símbolo dessas jornadas solitárias pelas vastas distâncias.



9.40 Folha de rosto para *The Pencil of Nature* (O lápis da natureza), 1844. Este projeto evidencia a confusão eclética da era vitoriana. Letras medievais, elementos vegetais barrocos e entrelaçados celtas são combinados num denso desenho simétrico.

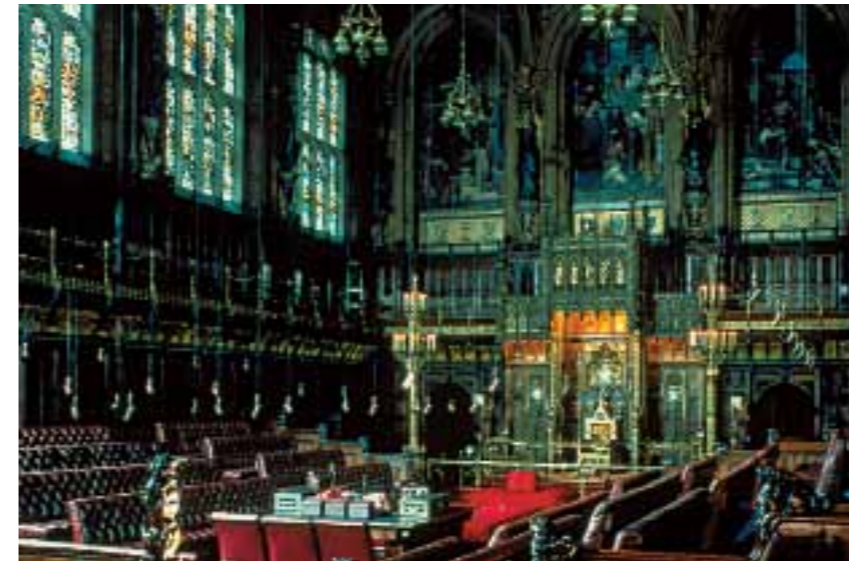
ARTES GRÁFICAS POPULARES DA ERA VITORIANA

O reinado de Vitória (1819-1901), que se tornou rainha do Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda em 1837, estendeu-se por dois terços do século XIX. A era vitoriana foi um tempo de fortes convicções morais e religiosas, convenções sociais e otimismo. “Deus está no céu, tudo certo com o mundo” era um lema popular. Os vitorianos procuravam um modelo que expressasse sua época, mas a incerteza estética levava a inúmeras abordagens do design e filosofias frequentemente contraditórias combinadas em estilos aleatórios [9.40]. Uma predileção pelo gótico, que convinha aos devotos vitorianos, era nutrida pelo arquiteto inglês A. W. N. Pugin (1812-1852) – que projetou os detalhes ornamentais das Câmaras do Parlamento britânico [9.41]. Sendo o primeiro designer do século XIX a articular uma filosofia, Pugin definia

o design como um ato moral que alcançava a condição de arte graças aos ideais e às atitudes do artista; ele acreditava que a integridade e o caráter de uma civilização estavam vinculados ao seu design. Embora Pugin dissesse olhar para os períodos antigos – particularmente o gótico – em busca não de estilo mas de um princípio, o resultado concreto de sua influência foi uma ampla imitação da arquitetura, ornamento e letras góticos.

Designer, autor e especialista em cor, o inglês Owen Jones (1809-1874) tornou-se uma influência importante do design na metade do século. Por volta de seus 25 anos, Jones viajou para a Espanha e o Oriente Próximo e realizou um estudo sistemático do design islâmico. Ele introduziu o ornamento mourisco no design ocidental em seu livro de 1842-1845, *Plans, Elevations, Sections and Details of the Alhambra* (Planos, elevações, cortes e detalhes de Alhambra). Sua principal influência se deu graças a seu livro amplamente estudado de grandes lâminas coloridas, *The Grammar of Ornament* (A gramática do ornamento) [9.42], de 1856. Esse catálogo de possibilidades de desenhos oriundos de culturas do Oriente e do Ocidente, de tribos “selvagens” e de formas naturais se tornou a bíblia do ornamento do século XIX. O amor vitoriano pela complexidade exagerada expressava-se no madeirame ostentoso aplicado à arquitetura doméstica, nos adornos extravagantes em produtos fabricados, de prataria a grandes mobílias, e nas molduras e letras elaboradas no design gráfico.

Nos anos 1850 o termo “vitoriano” começou a ser usado para expressar uma nova consciência do espírito da era industrial, sua cultura e seus padrões morais. Em 1849 o príncipe Albert, marido da rainha Vitória, concebeu a ideia de uma grande exposição com centenas de expositores de todas as nações industrializadas. A ideia se materializou na Grande Exposição de 1851, síntese importante do progresso da Revolução Industrial e catalisadora de futuros avanços. Seis milhões de visitantes examinaram os produtos de 13 mil expositores. Esse evento é comumente chamado de Exposição do Palácio de Cristal, em virtude dos 70 mil metros quadrados do pavilhão pré-fabricado de aço e vidro que constitui um marco da arquitetura.



9.41 Sir Charles Barry com A. W. N. Pugin, A Câmara dos Lordes nas Casas do Parlamento Britânico, construída em 1840-1867. O ressurgimento do gótico evoluiu de detalhes ornamentais inspirados pela arquitetura gótica.



9.42 Owen Jones, lâmina colorida de *The Grammar of Ornament*, 1856. Esta lâmina exhibe padrões encontrados na arte e artesanato da Índia.

O design gráfico da era vitoriana capturou e transmitiu os valores dessa época. Sentimentalismo, nostalgia e um cânone de beleza idealizada eram veiculados por imagens impressas de crianças, donzelas, cachorrinhos e flores. Valores tradicionais de lar, religião e patriotismo eram simbolizados com sentimentalismo e devoção. O meio de produção para essa efusão de imagens populares era a *cromolitografia*, inovação da Revolução Industrial que desencadeou uma profusão de impressões coloridas.

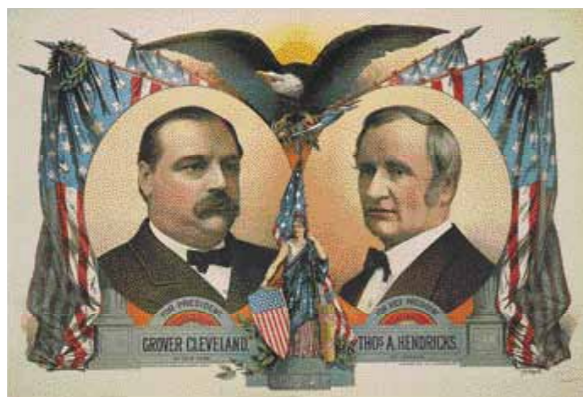
O DESENVOLVIMENTO DA LITOGRAFIA

A litografia (do grego, literalmente “impressão por pedra”) foi inventada em 1796 pelo autor bávaro Aloys Senefelder (1771-1834). Senefelder procurava uma forma barata de imprimir suas próprias obras dramáticas pela experimentação com pedras gravadas e relevos em metal. Acabou chegando à ideia de que uma pedra podia ser escavada ao redor de uma escrita com lápis oleoso e convertida em uma lâmina de impressão em relevo. Suas experiências, porém, culminaram na invenção da impressão litográfica, em que a imagem a ser impressa não é nem saliente,



9.43 Filhos de John H. Bufford. Cartaz "Swedish Song Quartett", 1867. As palavras arqueadas expressam um movimento gracioso acima de sete músicos cuidadosamente compostos. Grandes capitulares apontam para as três solistas, estabelecendo uma relação visual entre palavra e imagem.

9.44 S. S. Frizzall (artista) e filhos de J. H. Bufford (impressores), cartaz para a campanha presidencial de Cleveland e Hendricks, 1884. O estilo solto das bandeiras e outras imagens simbólicas emoldurando os candidatos enfatiza o extremo realismo dos retratos.



como na impressão em relevo, nem incisa, como na impressão em *intaglio*. Em vez disso, ela é formada no plano liso da superfície de impressão. A impressão a partir de uma superfície plana é chamada de impressão *planográfica*.

A litografia se baseia em um princípio químico simples de que óleo e água não se misturam. A imagem é desenhada numa superfície plana de pedra com *crayon*, caneta ou lápis de base oleosa. A água é espalhada sobre a pedra para umedecer todas as áreas, exceto a imagem de base oleosa, que repele a água. Em seguida, uma tinta também de base oleosa é passada com um rolo sobre a pedra, aderindo à imagem, mas não às áreas molhadas. Uma folha de papel é colocada sobre a imagem e utiliza-se uma prensa para transferir a imagem entintada para o papel. No início do século XIX, Senefelder começou a fazer experiências com litografia multicolorida e em seu livro de 1819 previa que um dia esse processo seria aperfeiçoado para possibilitar a reprodução de pinturas.

Desde o tempo dos livros xilográficos medievais, a aplicação manual de cor a imagens impressas era um

processo lento e caro. Os impressores alemães lideraram a litografia em cores e o impressor francês Godefroy Engelmann patenteou um processo chamado *cromolitografia* em 1837. Depois de analisar as cores contidas na imagem original, o impressor as separava em uma série de lâminas de impressão e imprimia essas cores componentes, uma por uma. Frequentemente, uma lâmina de impressão (em geral preta) estabelecia a imagem após lâminas separadas imprimirem as outras cores. A chegada da impressão em cores teve enormes consequências sociais e econômicas.

A ESCOLA DE CROMOLITOGRAFIA DE BOSTON

A cromolitografia norte-americana começou em Boston, onde vários excelentes praticantes inauguraram uma escola de naturalismo litográfico. Alcançaram a perfeição técnica e imagens de convincente realismo.

Em 1846, o inventor norte-americano e gênio da mecânica Richard M. Hoe (1812-1886) aperfeiçoou a imprensa litográfica rotativa [9.47], que foi apelidada de "imprensa relâmpago" porque podia imprimir seis vezes mais rápido que as prensas litográficas planas então em uso. Essa inovação representou um impulso importante na competição da litografia com a impressão tipográfica. A impressão econômica em cores, que ia das reproduções de arte para as salas de estar da classe média até folhetos de propaganda de todos os tipos, fluía das gráficas em milhões de impressos anuais.

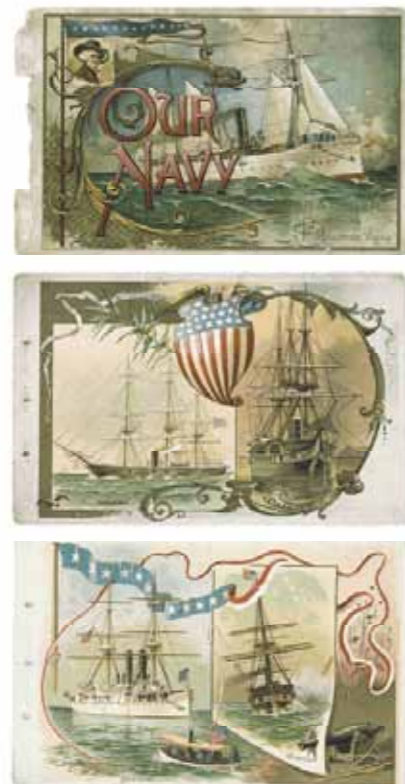
O segundo inovador importante da cromolitografia em Boston foi John H. Bufford (m. 1870), desenhista genial cujas imagens em estilo *crayon* alcançaram notável realismo. Depois de se formar em Boston e trabalhar em Nova York, Bufford retornou àquela cidade em 1840. Especialista em reproduções de obras de arte, cartazes, capas e ilustrações de livros e revistas, ele frequentemente usava cinco ou mais cores. O meticuloso desenho tonal de sua pedra preta sempre se tornava a lâmina mestre. Para uma edição como a do cartaz de c. 1867 "Swedish Song Quartett" [sic] (Quarteto da canção sueca) [9.43], por exemplo, o desenho tonal mestre original foi duplicado com exatidão em uma pedra litográfica. Em seguida, pedras

separadas foram preparadas para imprimir os tons de pele, vermelho, amarelo, azul e o fundo cinza-ardósia. Marrons, tons de cinza e laranja eram criados quando essas cinco pedras eram sobreimpressas em registro perfeito. A gama de cores do original era separada nas partes componentes, depois reunidas na impressão. O *crayon* litográfico semifotográfico luzia com os brilhantes tons de amarelo e vermelho subimpressos nos trajes típicos.

Em 1864, os filhos de Bufford entraram para sua empresa como sócios. O velho Bufford assumiu a responsabilidade pela direção artística até sua morte, em 1870. Marcas registradas dos projetos de Bufford eram o meticuloso e convincente desenho tonal e a integração de imagem e letras em um projeto unificado. Em seus trabalhos gráficos de campanha política, como o cartaz para Grover Cleveland e Thomas A. Hendricks na campanha presidencial de 1884 [9.44], um repertório rico de motivos patrióticos, incluindo águias, bandeiras, flâmulas, colunatas e a Liberdade vestida com a bandeira, foi usado para dar o tom desejado. A firma de Bufford faliu em 1890. As duas décadas após a morte do fundador foram um período de declínio na qualidade, com preços baixos e ênfase em novidades baratas.

A litografia nos Estados Unidos manteve sua influência alemã. As excelentes pedras litográficas da Bavária – e os artesãos altamente qualificados que as preparavam para impressão – eram exportadas da Alemanha para outros países. A Academia de Arte de Düsseldorf, com um currículo baseado no formalismo acadêmico, era a maior escola de formação para artistas dedicados à criação de imagens para impressão litográfica. As quatro décadas de 1860 a 1900 foram o auge da cromolitografia, pois ela dominava a impressão em cores. As artes gráficas da era vitoriana encontraram um dos mais prolíficos inovadores no imigrante alemão Louis Prang (1824-1909), cujo trabalho e influência eram internacionais. Depois de dominar as complexidades do ramo de estamperia de tecidos de seu pai, aos 26 anos de idade, Prang chegou à América em 1850 e estabeleceu-se em Boston. Seu conhecimento de química de impressão, cor, administração de negócios, design, gravação e impressão foram de grande valor quando ele constituiu uma em-

9.46 Schumacher & Ettlinger, litógrafos, capa e páginas do refinado panfleto *Our Navy*, 1888. Efeitos complexos são criados pelo contraste de escala e perspectiva.



9.47 Forst, Averell & Co., cartaz para a gráfica Hoe, 1870. Esta máquina tornou possíveis edições em massa de cromolitografias.



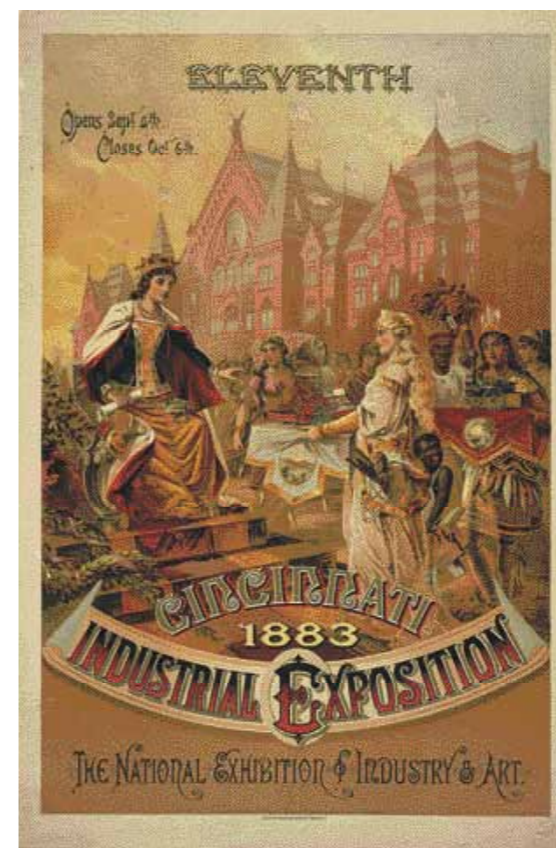
da ilustração com padrões decorativos derivados de *The Grammar of Ornament*, de Jones. O canto superior esquerdo desse cartão comercial foi despregado para revelar o padrão geométrico debaixo dele. Recursos de ilusão de ótica como esse encantavam os artistas gráficos do século XIX. No requintado folheto *Our Navy* (Nossa Marinha) [9.46], encomendado pela Allen & Ginter Company, as montagens utilizam complexos ornamentos tridimensionais e fitas como artifícios de composição, que unificam os leiautes pela junção de elementos díspares entre si movendo-se entre os planos do espaço ilusionista. Um cartaz para a gráfica Hoe [9.47] apresenta uma nova liberdade nas inscrições: as linhas de letras se tornam elásticas, correndo em arcos ou em ângulos e até sobrepondo-se às imagens; cores mescladas e graduadas fluem nas letragens e nos fundos; molduras entrecortam-se e curvam-se à vontade.

Circos e parques de diversão encomendavam grandes cartazes para anunciar sua chegada. Produtores de espetáculos de entretenimento preferiam ilustrações sensacionais com letras pesadas e simples colocadas sobre fundos e molduras de cores intensas. A faixa em amarelo vivo no topo do cartaz do carrossel Carry-Us-All [9.48] era deixada em branco para dar espaço para os gráficos locais imprimirem as datas e o local da instalação do parque de diversão. A paixão da era vitoriana pela alegoria e personificação é vista num cartaz da Cincinnati Industrial Exposition (Exposição Industrial de Cincinnati) [9.49]. Em uma cena mítica defronte ao pavilhão da exposição, uma figura alegórica representando a “Queen City”, como Cincinnati chamava a si mesma, recebe maquinário, produtos agrícolas e bens manufaturados de figuras simbólicas representando os vários estados participantes da exposição.

Projetos de estrutura complexa promovendo espetáculos itinerantes, obras literárias e apresentações teatrais [9.50] absorviam os espectadores. Comparados aos cartazes contemporâneos, esses anúncios se destinavam a um tempo maior de observação devido ao ritmo mais lento da vida no século XIX e à concorrência menor por parte de outras imagens coloridas.

Rótulos e embalagens se tornaram atividades importantes para a cromolitografia [9.51]. A litografia em lâminas de latão para confecção de embalagens

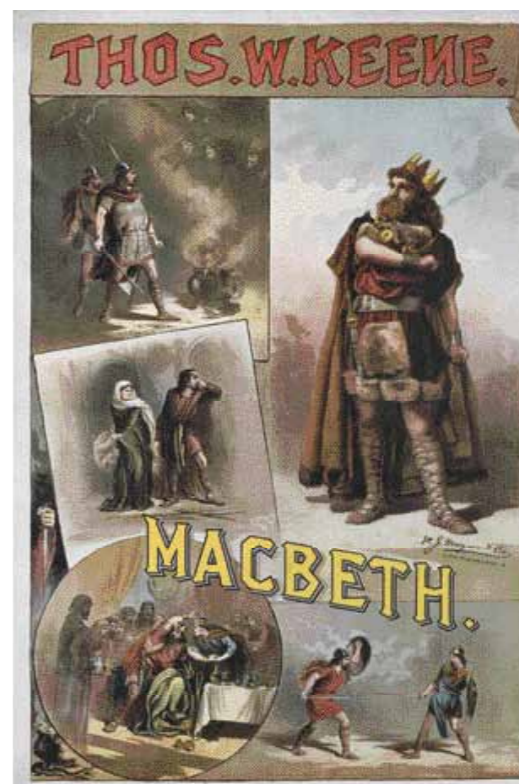
gerava consideráveis dificuldades técnicas. O metal não poroso repelia as tintas, e as superfícies de impressão de metal em chapa e de pedra eram igualmente rígidas e inflexíveis. Na metade do século, desenvolveram-se processos de impressão por decalque. Imagens invertidas eram impressas sobre papel fino, depois transferidas para chapas de metal sob grande pressão. O papel era então umedecido e removido, deixando as imagens impressas na lâmina de latão. Em 1875 o inglês Robert Barclay recebeu uma patente para impressão litográfica *offset* sobre latão. A tinta aplicada a uma imagem desenhada numa pedra era recolhida por um cilindro de impressão de papelão não absorvente, depois imediatamente passada para a chapa de metal. Mais tarde, Barclay utilizou um cilindro revestido de borracha para marcar o metal. Embalagens de latão impressas para produtos alimentícios e tabaco eram ampla-



9.48 The Riverside Print Company of Milwaukee, cartaz para os carrosséis portáteis Carry-Us-All da C. W. Parker Company, não datado. Os carrosséis da Parker, fabricados no Kansas, eram muito populares nos parques de diversão itinerantes do Meio-Oeste.

9.49 Krebs Lithographing Company, cartaz para a Cincinnati Industrial Exposition, 1883. Transmite um eufórico otimismo em relação ao progresso industrial.

9.50 W. J. Morgan & Co., Cleveland, cartaz litográfico para teatro, 1884. A montagem de ilustrações cria planos superpostos com diversas escalas e profundidades.





9.51 Projetos cromolitográficos de embalagens em lata para alimentos e produtos de tabacaria usavam cores vivas chapadas, inscrições elaboradas e imagens simbólicas para criar uma presença emblemática para o produto.

mente usadas em toda a Europa e América do Norte no final do século XIX e início do século XX.

Ao encerrar-se o século, a era de ouro da cromolitografia estava chegando ao fim. Mudanças nas preferências do público e o desenvolvimento da fotogravura estavam tornando obsoleto o uso da cromolitografia de pedras preparadas manualmente. O declínio pode ser marcado pelo ano de 1897, quando Prang – consciente da revolução na sensibilidade e na tecnologia do design – fundiu sua empresa com a Clark Taber & Company, gráfica especializada no novo processo fotográfico de reprodução de obras de arte. Além disso, a famosa empresa de reprodução litográfica de arte Currier & Ives abriu falência logo após a virada do século.

A BATALHA DOS CARTAZES

Na metade do século XIX, o cartaz e a folha impressos tipograficamente encontravam a concorrência de um cartaz mais figurativo e sedutor. A litografia era o meio gráfico que possibilitava uma abordagem mais ilustrativa da comunicação pública.

Na metade do século, os impressores tipográficos reagiram à concorrência das litografias fluidas e colo-

ridas, que eram usadas nos anúncios, com esforços heróicos e criativos para ampliar seu meio. Testemunha disso, por exemplo, é o enorme cartaz colorido projetado por Joseph Morse, de Nova York, para o Circo Sands, Nathan e Companhia em 1856 [9.52]. Grandes xilogravuras eram impressas em seções, montadas pelos pregadores de cartazes.

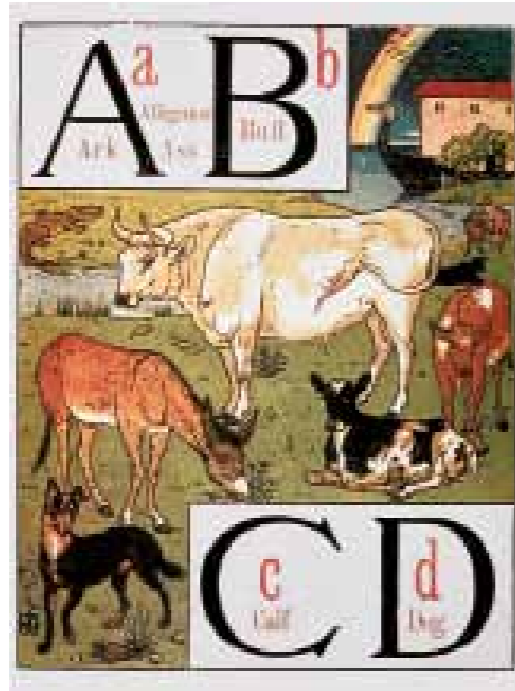
Em seu trabalho dos anos 1860, James Reilley, de Nova York, projetou maneiras engenhosas de aumentar o impacto visual do cartaz tipográfico. O cartaz de 1866 para os Seis Espetáculos de John O'Brien é um excelente exemplo das soluções criativas de Reilley. Na França, as editoras de cartazes feitos por tipografia e litografia trabalhavam em conjunto, e ilustrações litográficas coloridas eram coladas sobre grandes cartazes de tipos de madeira. Uma obra-prima desse gênero é o cartaz para o Cirque d'hiver (Circo de inverno) de 1871 [9.53]. A firma tipográfica Morris Père et Fils encomendou a um litógrafo, Emile Levy, a ilustração de um número de dança acrobática chamado Les Papillons (As borboletas). O final espetacular desse número que emocionava multidões apresentava duas jovens artistas, uma negra e outra branca, sendo lançadas no ar. Levy as ilustrou como mulheres borboletas surreais.



9.52 Joseph Morse, cartaz em xilogravura multicolorida, 1856. A escala gigante – 262 por 344 centímetros – possibilitava que figuras em tamanho natural se destacassem diante da manchete "Five Celebrated Clowns Attached to Sands, Nathan Co.'s Circus" (Cinco palhaços famosos incorporados ao circo Sands, Nathan & Cia).



9.53 Morris Père et Fils (impressores tipográficos) e Emile Levy (litógrafo), cartaz para o Cirque d'hiver, 1871. As artistas são apresentadas como mulheres borboletas surreais.



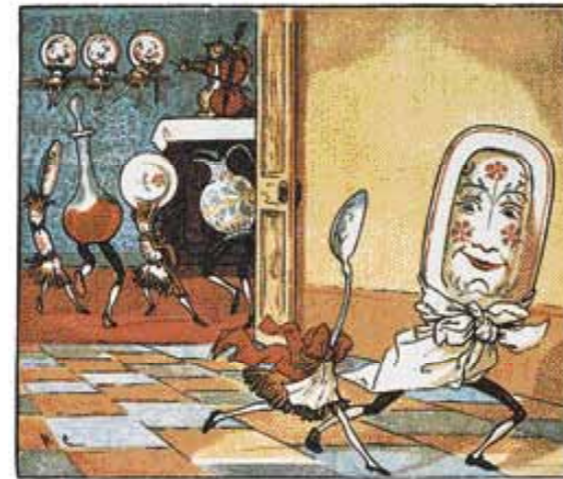
9.54 Walter Crane, página de seu livro *Absurd A. B. C.* (*Absurdo A. B. C.*), 1874. Figuras animadas são colocadas contra um fundo negro; grandes letras são integradas nas imagens.

ILUSTRAÇÕES PARA CRIANÇAS

Antes da era vitoriana, os países ocidentais tendiam a tratar as crianças como “adultos pequenos”. Os vitorianos desenvolveram uma atitude mais terna e isso se expressou na elaboração de *livros-brinquedo*, que continham figuras coloridas para crianças da pré-escola. Diversos artistas ingleses produziram livros bem projetados e ilustrados, com uso limitado da cor, estabelecendo um padrão para as artes gráficas relativas a crianças que ainda hoje se encontra em uso.

Geralmente se reconhece que Walter Crane (1845-1915) foi um dos primeiros e mais influentes designers de livros ilustrados para crianças [9.54]. Aprendiz de xilogravador na adolescência, Crane estava com 20 anos de idade em 1865 quando foi publicado seu *Railroad Alphabet* (Alfabeto ferroviário). Uma longa série de seus *livros-brinquedo* rompe com o padrão tradicional de material impresso para crianças. Os primeiros trabalhos gráficos desse tipo insistiam num propósito didático ou moral e sempre ensinavam ou pregavam para os jovens; Crane procurava apenas entreter. Ele foi o primeiro a ser influenciado pela xilogravura ja-

9.55 Randolph Caldecott, ilustração de *Hey Diddle Diddle* (*Ei, Diddle Diddle*), c. 1880. Sem se dar conta da extravagante fuga amorosa, o aparelho de jantar dança a um ritmo musical envolvente.



ponesa e a introduziu na arte ocidental. Após adquirir algumas estampas japonesas de um marinheiro inglês no final dos anos 1860, Crane extraiu inspiração da cor chapada e contornos fluidos. Seus projetos incomuns suscitaram diversas encomendas para tapeçarias, vitrais, papel de parede e tecidos. Crane permaneceu em atividade até o século xx. Desempenhou papel importante no movimento *arts and crafts*, tema do capítulo 10, e produziu impacto significativo na formação em arte e design.

Por volta de seus 20 anos, o bancário Randolph Caldecott (1846-1886) desenvolveu uma paixão pelo desenho e à noite fazia aulas de pintura, desenho e modelagem. Um fluxo constante de trabalhos como *freelancer* o incentivou a mudar-se para Londres e profissionalizar-se aos 26 anos. Possuía um sentido singular para o absurdo, e sua capacidade de exagerar o movimento e as expressões faciais tanto de pessoas como de animais dava vida ao seu trabalho. Caldecott criou um universo onde pratos e travessas são personificados, os gatos fazem música, as crianças são o centro da sociedade e os adultos se tornam criados. Seu estilo de desenho humorístico se tornou um ar-

quétipo para os livros infantis e, mais tarde, para os filmes de animação [9.55].

O modo como Kate Greenaway (1846-1901) retratou a infância arrebatou a imaginação da era vitoriana. Como poeta e ilustradora, Kate criou um mundo pequeno e modesto de felicidade infantil; como designer de livros, ela às vezes elevou seu senso gracioso de leiaute de página a níveis inovadores [9.56]. Imagens em silhueta e cores suaves criavam páginas de grande encanto, ao mesmo tempo que o uso do espaço em branco e o equilíbrio assimétrico rompiam com a tendência à desordem dessa época.

As roupas que Kate desenhava para seus modelos exerceram grande influência na moda infantil. Walter Crane, porém, queixava-se de que ela “exagerou no tamanho das toucas e seus pequeninos quase se perdem nas roupas”. Para Kate, a infância se tornou um mundo idealizado de fantasia, e o apego vitoriano pelo sentimento e pela idealização fez dela uma artista de renome internacional, cujos livros ainda hoje são impressos.

A ASCENSÃO DO DESIGN EDITORIAL E PUBLICITÁRIO NOS ESTADOS UNIDOS

James (1795-1869) e John (1797-1875) Harper utilizaram suas modestas economias – e a oferta do pai de hipotecar a fazenda da família se necessário – para criar uma gráfica em Nova York em 1817. Seus irmãos mais novos Wesley (1801-1870) e Fletcher (1807-1877) entraram para a empresa em 1823 e 1825, respectivamente. Com 18 anos de idade, Fletcher Harper assumiu o cargo de editor quando entrou para a sociedade e as publicações próprias da empresa aumentaram muito ao longo das décadas. Na metade do século, a Harper and Brothers havia se tornado a mais importante gráfica e editora do mundo. Na função de editor sênior e gerente de atividades editoriais, Fletcher Harper deu o tom das comunicações gráficas nos Estados Unidos durante meio século.

O design criativo de livros não foi preocupação da maioria das editoras nos Estados Unidos ou na Europa, nem da Harper and Brothers, durante a maior parte do século XIX. Com a rápida expansão do pú-



9.56 Kate Greenaway, página de *Under the Window* (*Sob a janela*), 1879. Omitindo o fundo, Greenaway simplificou seus desenhos de página e concentrou-se nas figuras.



9.57 Joseph A. Adams, página da Harper's Illuminated and New Pictorial Bible, 1846. Na primeira página do Antigo e do Novo Testamento, a estrutura de duas colunas com uma margem central para anotação era rompida pela centralização dos primeiros versos.

blico leitor e com as economias resultantes das novas tecnologias, os editores se concentravam em grandes tiragens e preços módicos. Fontes de estilo moderno, em geral derivações de segunda classe dos modelos de Bodoni e Didot, eram compostas em leiautes de página corriqueiros.

Durante os anos 1840, a Harper and Brothers lançou um projeto monumental que se tornou a realização mais sofisticada da jovem nação na área de design gráfico e produção de livros até hoje. A *Harper's Illuminated and New Pictorial Bible* (Nova Bíblia iluminada e ilustrada da Harper), impressa em máquinas especialmente projetadas e construídas para sua produção, continha 1 600 xilogravuras feitas de ilustrações de Joseph A. Adams [9.57]. Sua publicação em 54 fascículos de 28 páginas cada um foi anunciada por uma campanha publicitária cuidadosamente orquestrada. Cada segmento era costurado e encadernado à mão em capas de papel pesado impressas em duas cores.

Nos preparativos para essa obra, Adams inventou um processo galvanotípico que consistia na pressão da xilogravura em cera para fazer um molde, o qual era polvilhado com grafite para torná-lo eletrocondutivo. Em seguida, era feita uma eletrodeposição de metal (geralmente cobre) no molde. A fina casca resultante era respaldada com chumbo e essa superfície de impressão mais rígida permitiu a Harper publicar 50 mil exemplares em fascículos. Uma edição em capa dura de 25 mil exemplares com douração feita à mão em encadernação de marroquim foi vendida após completada a série de fascículos. O formato consistia em duas colunas de texto com uma margem central contendo anotações. As ilustrações incluíam grandes imagens de duas colunas de largura, contidas em requintadas molduras ao estilo vitoriano e centenas de ilustrações espalhadas entre os textos. Cada capítulo era aberto por uma capitular iluminada.

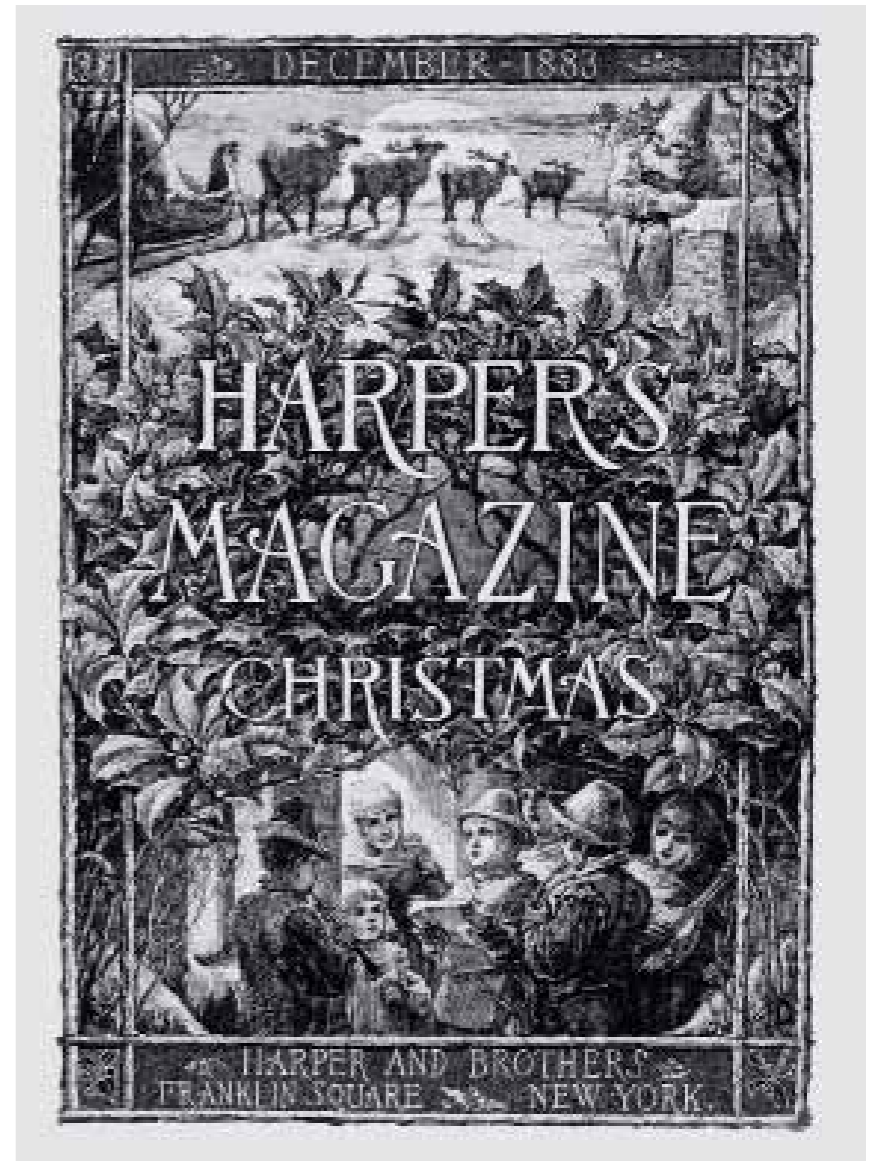
A empresa inaugurou a era da revista ilustrada em 1850, quando a *Harper's New Monthly Magazine* (Nova revista mensal da Harper) [9.58] de 144 páginas começou a publicar ficção inglesa em fascículos e inúmeras ilustrações xilográficas foram criadas pela equipe de arte para cada edição. À revista mensal se juntou um periódico semanal que funcionava como uma revista de notícias, a *Harper's Weekly*, em 1857. A *Harper's Bazar* para mulheres foi fundada em 1867 e o público jovem passou a ser o alvo da *Harper's Young People* em 1879. A *Harper's Weekly* era anunciada como “uma revista da civilização” e desenvolveu uma elaborada divisão do trabalho por áreas, para a rápida produção de xilogravuras para reprodução de charges e reportagens ilustradas [9.59], baseadas em desenhos de artistas/correspondentes, entre os quais Thomas Nast (1840-1902).

Nast, talentoso artista precoce, havia se transferido da escola pública para a escola de arte após concluir o sétimo ano da escola fundamental e iniciou sua carreira ganhando quatro dólares por semana como ilustrador da *Leslie's Weekly* quando tinha 15 anos de idade. Aos 22 anos, Fletcher Harper o contratou para fazer desenhos do campo de batalha durante a Guerra de Secessão. Tal era a força de seu trabalho que o presidente Abraham Lincoln chamou Nast de “o melhor sargento recrutador” e o general Ulysses S. Grant de-



clarou que ele havia feito mais do que ninguém para encerrar o conflito. A reação do público ao trabalho de Nast foi um fator importante no aumento da circulação da *Harper's Weekly*, de 100 mil para 300 mil exemplares por edição.

Depois da guerra, Nast continuou com a *Harper's Weekly*, onde desenhava suas imagens diretamente invertidas na chapa de madeira para os artesãos entalharem. Suas profundas preocupações sociais e políticas o levaram a eliminar o detalhe e introduzir símbolos e rótulos para maior eficácia comunicativa em seu trabalho. Ele já foi chamado de pai da charge política norte-americana. Os símbolos vívidos que Nast popularizou e enfocou abrangem uma série de imagens importantes: Papai Noel, John Bull (como símbolo para a Inglaterra), a mula do Partido Democrata, o elefante do Partido Republicano, o Tio Sam e Colúmbia (figura feminina que simbolizava a democracia e que se tornou protótipo da Estátua da Liberdade).



9.59 À maneira de A. H. Wald, capa para a Harper's Weekly, 1864. Gravada a partir do esboço feito por um “jornalista visual” em campo, esta capa é precursora da cobertura de eventos atuais por revistas.

9.58 Richard G. Tietze, cartaz para a Harper's Magazine, 1883. Alcança-se uma qualidade impressionista numa ilustração dividida em três zonas, com a área de azevinhos no meio fornecendo um fundo para a mensagem e ao mesmo tempo separando as imagens.

9.61 Charles Dana Gibson, cartaz para a revista *Scribner's*, 1895. Embora a beleza primorosa das "Gibson Girls" fosse captada com facilidade e controle, Gibson não se preocupava com o projeto de texto e imagem como um todo coeso. Neste cartaz, o impressor adicionou texto em tipos destoantes.



9.60 Thomas Nast, charge política da *Harper's Weekly*, 1871. Esta imagem de página dupla foi afixada por toda a cidade de Nova York no dia da eleição.



Nast também investiu contra a corrupção do cacique político William Marcy Tweed, que controlava a política de Nova York a partir do infame Tammany Hall. Tweed afirmava não se importar com o que os jornais escreviam, porque os eleitores não sabiam ler, mas “com certeza podiam ver aquelas malditas figuras”. A incansável crítica ilustrada de Nast culminou, no dia das eleições, em uma charge de página dupla do “tigre Tammany” solto no Coliseu, devorando a liberdade, enquanto Tweed, como imperador romano, ladeado por seus representantes eleitos, presidia a carnificina [9.60]. A oposição venceu as eleições.

Após a morte de Fletcher Harper em 1877, uma equipe editorial mais conservadora assumiu a revista,

levando Nast a declarar que “a política sempre estrangula os indivíduos”. O presidente Theodore Roosevelt reconheceu a eficácia da ilustração de Nast para o Partido Republicano e nomeou-o cônsul-geral no Equador, onde morreu de febre amarela seis meses depois.

Charles Parsons se tornou editor de arte da Harper and Brothers em 1863 e ajudou a elevar o padrão das ilustrações nas publicações da empresa. Parsons tinha excelente olho clínico para detectar jovens talentos e um ilustrador que ele contratou foi Charles Dana Gibson (1867-1944), cujas imagens de jovens mulheres [9.61] e homens de queixo quadrado definiram um cânone de beleza física nos meios de comunicação de massa que perdeu por várias décadas.

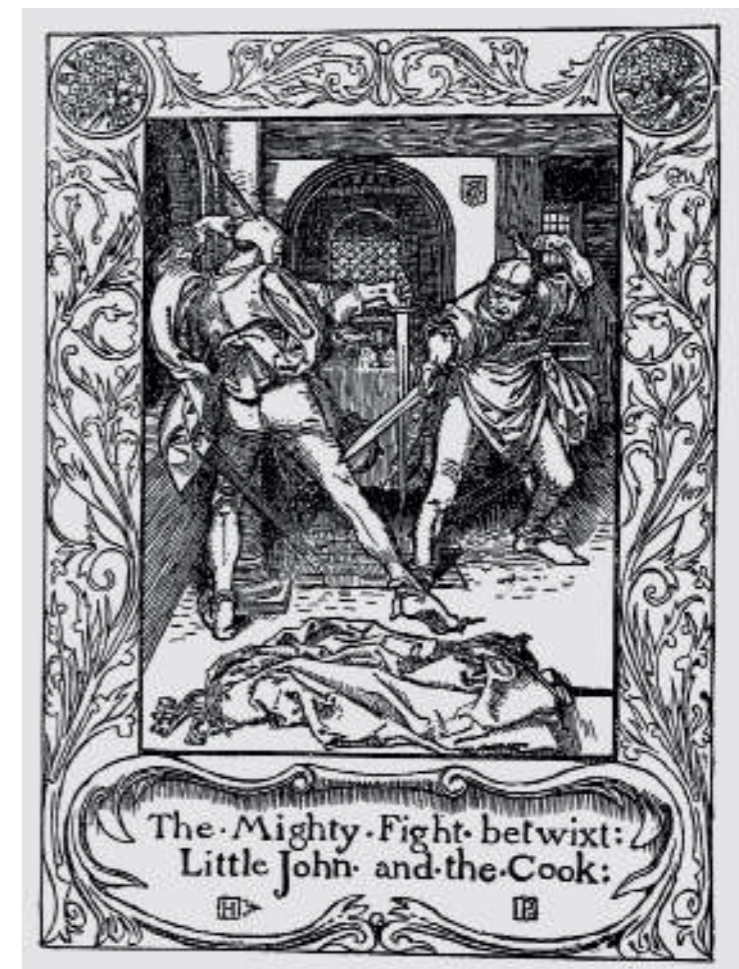
Entre os muitos ilustradores incentivados por Parsons, Howard Pyle (1853-1911) produziu a influência mais ampla. O trabalho e o talento extraordinários de Pyle como professor fizeram dele a principal força na deflagração do período chamado de Era de Ouro da Ilustração Americana. Estendendo-se pelas décadas de 1890 a 1940, esse período na história das comunicações visuais nos Estados Unidos foi dominado em grande medida pelo ilustrador. Os editores de arte das revistas selecionavam os ilustradores cujo trabalho ofuscassem os formatos tipográficos rotineiros. Muitas vezes, os leiautes de anúncios funcionavam como guias para o ilustrador, indicando quanto espaço deixar para o texto.

Pyle publicou mais de 3 300 ilustrações e duzentos textos, de simples fábulas para crianças ao monumental *The Story of King Arthur and His Knights* (A história do rei Artur e seus cavaleiros) em quatro volumes. A pesquisa meticulosa, montagem elaborada e a precisão histórica da obra de Pyle [9.62] inspiraram uma geração mais jovem de artistas gráficos a levar avante a tradição do realismo nos Estados Unidos. O impacto da fotografia, a nova ferramenta da comunicação, sobre a ilustração pode ser rastreado na carreira de Howard Pyle, que evoluiu com as novas tecnologias de reprodução. Ele tinha 23 anos quando recebeu sua primeira encomenda de ilustração da *Scribner's Monthly* em 1876. Como acontecia com a maioria das ilustrações de revistas e jornais da época, esse desenho a traço era passado para um xilografador, para ser entalhado em um bloco em relevo, que podia ser montado ao lado de tipos e impresso tipograficamente.

Uma década mais tarde, em 1887, Pyle estava com 34 anos quando recebeu sua primeira encomenda para uma ilustração em tons. O novo processo fotomecânico de retícula possibilitava a conversão dos pretos, brancos e tons de cinza da pintura a óleo e guache de Pyle em minúsculos pontos pretos que eram fundidos pelo olho humano para produzir a ilustração de tonalidade contínua. Além do impacto desse processo sobre os gravadores, os ilustradores se viam diante da necessidade de passar da arte a traço para as ilustrações em tons, pintadas, ou enfrentar um mercado declinante em sua área.

Outro avanço ocorreu para Pyle em 1893, quando o ilustrador, aos 40 anos de idade, criou sua primeira ilustração em duas cores. A imagem foi impressa com duas lâminas de retícula. Uma impressão foi em tinta preta e a outra – tirada com um filtro – separava os tons vermelhos dos pretos e cinzas. Essa lâmina recebia uma tinta vermelha muito próxima do vermelho de Pyle. Quatro anos depois, em 1897, Pyle teve a primeira oportunidade de aplicar seu espetacular senso cromático a uma encomenda de ilustração totalmente em cores. Essa imagem foi impressa pelo sistema de processamento em quadricromia. Todas as ilustrações em quatro cores de Pyle foram pintadas durante os catorze anos que vão de 1897 até sua morte, em 1911, aos 58 anos de idade.

9.62 Howard Pyle, ilustração de *The Merry Adventures of Robin Hood* (As alegres aventuras de Hobin Hood), 1883. Pyle buscava a autenticidade em cada detalhe do ambiente, objetos, vestuário e caracterização.





9.63 Anúncios da era vitoriana, 1880-1890. Este pot-pourri varia de pequenos anúncios tipográficos a anúncios de página inteira, com predomínio das ilustrações.



Os principais concorrentes da *Harper's Weekly* foram a revista *Century* (1881-1930) e a *Scribner's Monthly* (1887-1939). Esses três grandes periódicos eram impressos pela empresa de Theodore Low de Vinne (1824-1914). Aos três, Vinne e seu pessoal conferiam um leiaute simples e digno, mas um tanto seco. Na *Century*, por exemplo, o texto era composto em duas colunas de tipos com dez pontos, e as xilogravuras eram deixadas ao lado do texto correspondente. O título dos artigos era meramente composto em capitulares de doze pontos e centrado acima da página inicial do artigo. Vinne estava insatisfeito com os tipos finos modernos primeiramente usados nessa revista e, por isso, encomendou ao designer de tipos Linn Boyd Benton que abrisse um mais preto, mais legível, ligeiramente alargado, com traços finos mais grossos e serifas egípcias curtas. Hoje chamado Century, esse estilo inusitadamente legível ainda se encontra em uso generalizado. Sua grande altura-x e caracteres ligeiramente alargados o tornaram muito popular nas publicações para crianças.

A onda crescente de alfabetização, os custos de produção em grande queda e o aumento das receitas com a propaganda elevaram o número de jornais e revistas publicados nos Estados Unidos de oitocentos

para 5 mil entre 1830 e 1860. Durante os anos 1870, as revistas eram amplamente usadas para propaganda em geral.

Estreitamente ligado ao crescimento das revistas foi o desenvolvimento de agências de publicidade. A primeira delas foi aberta em 1841 por Volney Palmer, da Filadélfia. Como empresa de consultoria dotada de qualificações especializadas, ela teve como pioneiro outro agente publicitário da Filadélfia: N. W. Ayer e filho. Em 1875 Ayer fazia com seus clientes um contrato aberto que lhes permitia ter acesso às tarifas reais que as publicações cobravam das agências, mas recebia uma porcentagem adicional pela inserção dos anúncios. Nos anos 1880, Ayer já prestava serviços que os clientes não tinham como executar e que os editores não ofereciam, como os de redação de textos. Ao final do século, ele estava se direcionando para oferecer vários serviços: redação de textos, direção de arte, produção e seleção de mídias.

Muitas convenções sobre a venda persuasiva foram desenvolvidas durante as duas últimas décadas do século XIX. Anúncios presentes em revistas inglesas e norte-americanas do período demonstram algumas dessas técnicas [9.63]. A concepção dessas páginas segue a das páginas publicitárias da era vitoriana,

com pouca preocupação com um projeto integrado. Ao final do século, revistas como a *Cosmopolitan* e a *McClure's* traziam uma centena de páginas de anúncios em cada edição mensal. Frequentemente uma ilustração tinha tipos compostos acima ou abaixo e outras vezes a prática dominante da cromolitografia, letras superpostas por cima de uma imagem, era adotada pelo abridor de lâminas.

No dia 20 de junho de 1877, a Pictorial Printing Company de Chicago lançou um novo formato gráfico quando o primeiro número da *Nickel Library* chegou às bancas em todos os Estados Unidos. Chamados de *nickel novels* ou *story papers*, os folhetins semanais tinham capas cheias de ação interpretando histórias da Guerra de Secessão e da conquista do Oeste. O formato típico era de 16 a 32 páginas, compostas com duas a quatro colunas de texto por página. O tamanho da página de 20,3 por 30,5 centímetros possibilitava aos artistas criar imagens que produziam forte impacto visual na prateleira do jornaleiro.

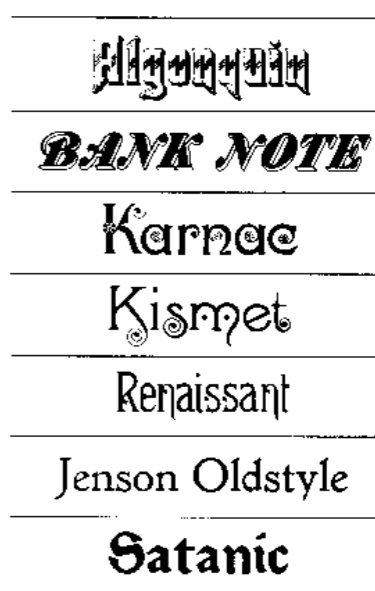
A TIPOGRAFIA NA ERA VITORIANA

À medida que a era vitoriana avançou, o gosto pela elaboração dos ornamentos tornou-se uma influência maior no design de tipos e inscrições. Os tipos elaborados do início do século XIX se baseavam em letras com estrutura tradicional. Sombras, silhuetas e adornos eram aplicados, retendo, ao mesmo tempo, a estrutura clássica das letras [9.49]. Na segunda metade do século, avanços tecnológicos permitiram que as fundições de tipos de metal levassem a elaboração, inclusive a distorção fantasiosa das formas básicas, a um grau extremo. Para produzir tipos mais intrincados, os puncionistas abriam seus projetos em metal macio, que era depois galvanizado, para fazer um punção mais rígido, capaz de estampar o desenho numa matriz de bronze. A cromolitografia, com suas inscrições descontraídas, era a principal fonte de inspiração para fundições e impressores tipográficos, que procuravam manter sua fatia de mercado na feroz competição do ramo das artes gráficas.

O berlinense Herman Ihlenburg (n. 1843) foi um dos maiores designers de tipos dessa era e passou a



9.64 Herman Ihlenburg, projetos de tipos.



9.65 John F. Cumming, projetos de tipos. Os dois tipos da parte inferior mostram uma notável mudança na abordagem do design de Cumming sob a influência da Kelmscott Press, que será abordada no capítulo 10.

maior parte de sua carreira, de 1866 até depois da virada do século, na fundição MacKellar, Smiths & Jordan da Filadélfia, que se tornou uma das principais integrantes da American Type Founders Company quando o monopólio foi formado em 1892. A empresa MacKellar, Smiths & Jordan desempenhou papel importante no projeto e produção de tipos *display* vitorianos e Ihlenburg foi um dos principais membros de sua equipe de designers. Antes do final do século ele projetou mais de oitenta tipos *display* e abriu punções para mais de 32 mil caracteres tipográficos. Isso é ainda mais extraordinário à luz da extrema complexidade de muitos de seus desenhos [9.64].

John F. Cumming (n. 1852) projetou muitos tipos elaborados para a Dickinson Type Foundry em Boston [9.65], mas a paixão pelos tipos vitorianos adornados começou a declinar nos anos 1890, dando lugar à restauração da tipografia clássica, inspirada pelo movimento inglês *arts and crafts* (ver capítulo

10). Cumming navegou na maré da mudança e projetou tipos derivados desse movimento.

Letras bizarras e fantásticas desfrutavam grande popularidade e muitas marcas do período refletem o amor dessa época pela complexidade ornamental [9.66]. Os puristas tipográficos consideram os desenhos de tipos de Ihlenburg, Cumming e seus contemporâneos aberrações na evolução da tipografia, uma iniciativa comercial destinada a dar aos anunciantes novas expressões visuais que chamassem a atenção para suas mensagens e ao mesmo tempo garantissem às fundições um fluxo constante de tipos novos e originais para serem vendidos aos impressores.

As artes gráficas da era vitoriana não eram o resultado de uma filosofia do design ou de convicções artísticas, mas das atitudes e sensibilidade dominantes no período. Muitas de suas convenções ainda podiam ser encontradas durante as primeiras décadas do século xx, particularmente na promoção comercial.



9.66 Marca registrada da Moss Engraving Company, 1872. A complexidade gráfica e os slogans frequentemente embelezavam as marcas da era vitoriana.

10

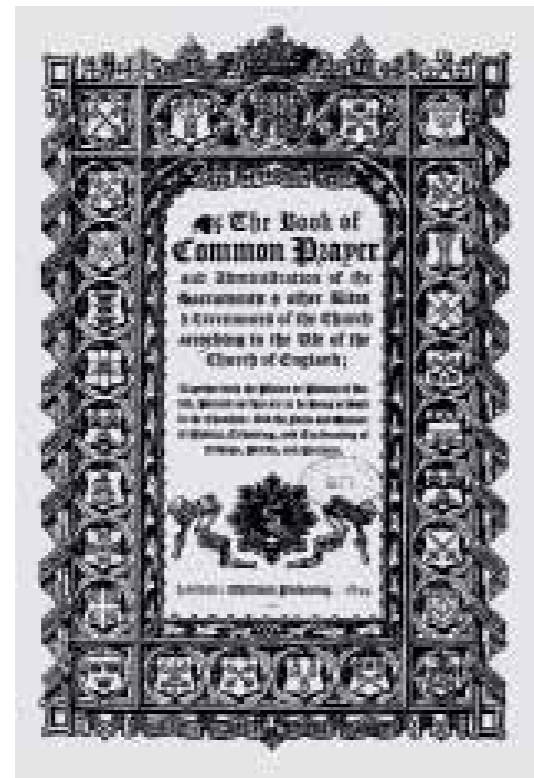
O movimento *arts and crafts* e seu legado

À medida que se encerrava o século XIX, a qualidade do design e da produção de livros tornou-se vítima da Revolução Industrial, com algumas exceções notáveis, como os livros do editor inglês William Pickering (1796-1854). Aos 14 anos de idade, Pickering tornou-se aprendiz de um livreiro e editor de Londres; aos 24, montou sua própria livreria especializada em títulos antigos e raros. Pouco depois, esse jovem com profundo amor pelos livros e extraordinária erudição iniciou seu catálogo de publicações. Pickering desempenhou papel importante na separação do design gráfico da produção tipográfica. Controlava a definição de formato, seleção de tipos, ilustrações e todos os demais aspectos visuais. Sua paixão pelo design o levou a encomendar novos ornamentos, iniciais e ilustrações xilográficas.

Os livros de Pickering eram produzidos por editores que trabalhavam sob sua estreita supervisão pessoal. Um relacionamento cordial de trabalho entre

editor/designer e impressor foi criado por Pickering e Charles Whittingham (1795-1876), da Imprensa Chiswick. A excelente habilidade artesanal de Whittingham complementava as demandas de Pickering por qualidade. Em livros de prosa e verso, como a série Aldine Poets em 53 volumes, seus projetos evoluíam para a simplicidade clássica. Em colaboração com Whittingham, Pickering reviveu os tipos de Caslon, que ele admirava por sua clara legibilidade. Seus livros litúrgicos, entre os quais o *Book of Common Prayer* (Livro de oração comum) de 1844 [10.1], são alguns dos melhores exemplos da revitalização das formas góticas que permeou o século XIX.

A edição de Pickering de *The Elements of Euclid* (Os elementos de Euclides), de Oliver Byrne [10.2], é um marco no design de livros. Diagramas e símbolos são impressos com xilografuras em brilhantes cores primárias; a cor substituiu a rotulação alfabética tradicional para identificar as linhas, figuras e formas nas aulas de geometria. O autor do livro proclamava que,



10.1 William Pickering, folha de rosto para o *Book of Common Prayer*, 1844. A complexidade da arquitetura e os elementos heráldicos góticos são retratados de forma convincente neste frontispício, que no original é vermelho e preto.



com sua abordagem, a geometria poderia ser aprendida em um terço do tempo empregado com os manuais tradicionais e que o ensino era mais duradouro. As cores e as estruturas precisas antecipavam a arte geométrica abstrata do século XX.

Apesar dos esforços de Pickering e outros, o design de livros continuou a decair até o final do século, quando começou a experimentar um renascimento. Essa revitalização – que primeiro tratou o livro como objeto de arte com edição limitada, depois influenciou a produção comercial – foi resultado, em grande parte, do movimento *arts and crafts* (artes e ofícios), que floresceu na Inglaterra durante as últimas décadas do século XIX como reação à confusão social, moral e artística da Revolução Industrial. Advogavam-se o design e um retorno aos ofícios manuais e abominavam-se os bens “baratos e vis” da produção em massa da era vitoriana. O líder do movimento, William Morris (1834-1896), clamava por clareza de propósito, fi-

design feito por engenheiros sem preocupação estética. Por trás das teorias de Ruskin estava sua crença fervorosa de que as coisas belas eram valiosas e úteis precisamente porque eram belas. Além disso, ele passou a preocupar-se com justiça social, defendendo a melhoria da habitação para os trabalhadores industriais, um sistema nacional de educação e benefícios de aposentadoria para os idosos.

Entre os artistas, arquitetos e designers que abraçaram a síntese entre a filosofia estética e a consciência social, William Morris é uma figura central na história do design. Filho mais velho de um abastado importador de vinhos, Morris foi criado num solar georgiano à margem da floresta Epping, onde o modo de vida quase feudal, antigas igrejas e mansões e o maravilhoso meio rural inglês o marcaram profundamente. Em 1853, Morris ingressou no Exeter College, Oxford, onde iniciou sua longa amizade com Edward Burne-Jones (1833-1898). Ambos pretendiam abraçar o sacerdócio e suas extensas leituras incluíam história medieval, crônicas e poesia. Escrever se tornou uma atividade cotidiana para Morris, que publicou seu primeiro livro de poemas aos 24 anos de idade. Ao longo de sua carreira, produziu um fluxo permanente de poesia, ficção e escritos filosóficos, que completaram 24 volumes quando sua filha May (1862-1938) publicou suas obras reunidas, após sua morte.

Ao viajarem num feriado pela França em 1855, Morris e Burne-Jones decidiram tornar-se artistas em vez de clérigos. Após a graduação, Morris ingressou no escritório de arquitetura de G. E. Street, em Oxford, onde formou laços estreitos de amizade com seu supervisor, o jovem arquiteto Philip Webb (1831-1915). Morris achou a rotina do escritório de arquitetura sufocante e tediosa e, por isso, no outono de 1856 abandonou essa carreira e juntou-se a Burne-Jones na busca da pintura. Como a herança da família de Morris fornecia uma generosa renda de novecentas libras por mês, ele podia seguir suas ideias e interesses para onde quer que esses o levassem. Os dois artistas renderam-se à influência do pintor pré-rafaelita Dante Gabriel Rossetti (1828-1882). Morris debatia-se com suas pinturas românticas de pompa medieval, mas não se satisfazia inteiramente com elas. Casou-se

10.2 William Pickering, páginas de *The Elements of Euclid*, 1847. Um sistema de codificação de cores trouxe clareza ao ensino da geometria.

com sua modelo de arrebatadora beleza, Jane Burden, filha de um cavalariço de Oxford, e, no processo de estabelecer seu lar, começou a descobrir sua vocação para o design.

A Red House, projetada para o casal por Philip Webb, é um marco na arquitetura privada. Em lugar de colocar os cômodos em uma caixa retangular atrás de uma fachada simétrica, a casa tinha uma planta em forma de L que derivava de um planejamento funcional do espaço interior. Quando chegou o momento de mobiliar o interior, Morris subitamente descobriu o estado deprimente em que se encontrava o design de produtos e móveis vitorianos. Durante os vários anos seguintes ele projetou e supervisionou a execução de mobília, vitrais e tapeçarias para a Red House.

Em consequência dessa experiência, Morris se reuniu com seis amigos em 1861 para fundar a empresa de decoração artística Morris, Marshall, Faulkner and Company. Crescendo rapidamente, a empresa montou *showrooms* em Londres e começou a formar equipes de artesãos que terminaram por incluir fabricantes de móveis e gabinetes [10.3], tecelões e tintureiros, fabricantes de vitrais, ceramistas e ladrilheiros. Morris se mostrou um brilhante designer de padrões bidimensionais. Ele criou mais de quinhentos projetos para papéis de parede, tecidos, carpetes e tapeçarias. O projeto de padrão Rosa [10.4], de 1883, demonstra seu estudo atento de botânica e desenho fluente; seus padrões esbeltos teciam arabescos decorativos de formas naturais. Um número igualmente grande de vitrais foi criado sob sua supervisão. As artes medievais e as plantas eram suas principais inspirações. Em 1875 a empresa foi reorganizada como Morris and Company, tendo Morris como único proprietário.



10.3 Projeto de gabinete para Morris and Company, 1861. Adornam este gabinete pinturas de Ford Madox Brown, Edward Burne-Jones e D. G. Rossetti ilustrando a lua de mel do rei italiano René de Anjou no século xv. A estrutura e os entalhes ornamentais fazem referência ao design da era medieval.



Profundamente preocupado com os problemas da industrialização e do sistema fabril, Morris tentou implementar as ideias de Ruskin: a insipidez dos bens produzidos em massa e a falta de trabalho digno podiam ser sanadas pela junção de arte e ofício. A arte e o ofício poderiam combinar-se para criar belos objetos, de prédios a roupas de cama; os trabalhadores poderiam novamente encontrar alegria no trabalho, e o ambiente feito pelo homem – que havia decaído nas cidades industriais com cortiços asquerosos e deprimentes, cheios de bens manufaturados de gosto vulgar – poderia ser revitalizado.

Uma preocupação moral com a exploração dos pobres levou Morris a abraçar o socialismo. A consternação com a destruição desenfreada da herança arquitetônica o motivou a fundar a Sociedade para a Proteção de Prédios Antigos, também chamada de “Anti-Scrape” (literalmente, “antirraspagem”). A repulsa diante de afirmações falsas e enganosas da propaganda o levou a envolver-se na Sociedade para

Verificação dos Abusos da Propaganda Pública, que enfrentava diretamente os infratores.

Durante os anos 1880 e 1890, o movimento *arts and crafts* foi respaldado por uma série de sociedades e guildas que procuravam fundar comunidades artísticas democráticas unidas para o bem comum. Essas variavam de cooperativas para montar exposições a comunas baseadas em ideais socialistas e religiosos.

A CENTURY GUILD

Aos 26 anos de idade, o arquiteto Arthur H. Mackmurdo (1851-1942), conheceu William Morris e inspirou-se em suas ideias e realizações no design aplicado. Em viagens à Itália em 1878 e 1880, Mackmurdo encheu seus blocos de croquis com estudos das estruturas e dos ornamentos arquitetônicos do Renascimento, além de exaustivos desenhos de plantas e outras formas da natureza. De volta a Londres, Mackmurdo liderou um grupo de jovens artistas e designers que se juntaram em 1882 para fundar a Century Guild. Do grupo faziam parte o designer/ilustrador Selwyn Image (1849-1930) e o designer/escritor Herbert R. Horne (1864-1916). O objetivo da Century Guild era “passar todos os ramos da arte para a esfera, não mais do comerciante, mas do artista”. As artes do design deveriam ser elevadas ao “seu lugar de direito ao lado da pintura e da escultura”. O grupo desenvolveu uma nova estética à medida que Mackmurdo e seus amigos, que eram cerca de vinte anos mais jovens que Morris e seus sócios, incorporavam a seus trabalhos características do design renascentista e japonês. Os projetos do grupo fornecem um dos elos entre o movimento *arts and crafts* e a estilização floral da *art nouveau*.

Destacando o trabalho dos membros da guilda, o periódico *The Century Guild Hobby Horse* começou a ser publicado em 1884 como a primeira revista com impressão refinada exclusivamente dedicada às artes visuais. A paixão do movimento *arts and crafts* pela Idade Média transparecia nos projetos gráficos de Image e Horne. Entretanto, vários projetos que tiveram a contribuição de Mackmurdo possuem formas que são pura *art nouveau* em sua concepção e execução. Ele explorou pela primeira vez o abstrato entrela-

çamento de padrões florais no entalhe do espaldar de uma cadeira em 1881 [10.5]. Após a folha de rosto de 1883 para o seu livro *Wren's City Churches* (As igrejas urbanas de Wren) [10.6], vieram padrões de texturas [10.7], a marca da Century Guild [10.8], e desenhos para o periódico *Hobby Horse* [10.9]. Em retrospecto, parecem fecundas inovações que poderiam ter lançado um movimento, mas os padrões eram precoces para o seu tempo. Mackmurdo não aprofundou esse caminho e a *art nouveau* não explodiu em um movimento senão na década seguinte.

O *Hobby Horse* [10.10, 10.11], que buscava proclamar a filosofia e os objetivos da Century Guild, era produzido com esmerado cuidado sob a tutela de *sir* Emery Walker (1851-1933), o mestre impressor e tipógrafo da Chiswick Press [10.12, 10.13]. Seu cuidadoso leiaute e composição, papel artesanal e intrincadas ilustrações xilográficas fizeram dele o arauto do crescente interesse das *arts and crafts* pela tipografia, design gráfico e impressão. Mackmurdo, além de antecipar a *art nouveau*, foi precursor do movimento da imprensa particular e do renascimento do design de livros. Esse movimento não deve ser confundido com as gráficas de amadores ou aficionados. Era antes um movimento de design e impressão que advogava uma preocupação estética na produção de livros. Procurava reconquistar os padrões do design, materiais de alta qualidade e o cuidadoso acabamento existentes antes da Revolução Industrial.



10.5 Arthur H. Mackmurdo, cadeira, 1881. Ao desenvolver este padrão decorativo, Mackmurdo considerou cuidadosamente as qualidades e a força estrutural do projeto visual. Unificar a construção e o ornamento tornou-se uma característica importante da *art nouveau*.



10.6 Arthur H. Mackmurdo, folha de rosto para *Wren's City Churches*, 1883. As formas de plantas de Mackmurdo são estilizadas em ritmos com forma de chamas e ondas que comprimem o espaço negativo entre elas. Isso estabelece uma interação positiva e negativa entre a tinta preta e o papel branco.

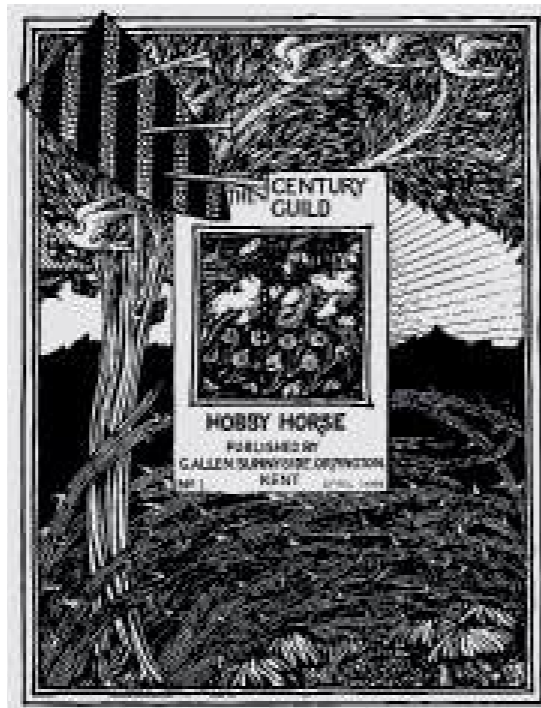


10.7 Arthur H. Mackmurdo, padrão Pavão, 1883. Mackmurdo aplicou a este tecido de algodão estampado formas e imagens semelhantes às de sua famosa folha de rosto.

10.8 Arthur H. Mackmurdo, marca para a Century Guild, 1884. Chama, flor e iniciais são comprimidas e afinadas em formas proto-art nouveau.



10.9 Arthur H. Mackmurdo, elemento do projeto do periódico *Hobby Horse*, 1884. Trata-se de uma inversão do design da folha de rosto (ver figura 10.6), pois as formas vegetais estilizadas, ritmos ondulantes, animação do espaço e tensão visual entre espaços positivos e negativos são criados por formas brancas sobre fundo preto em vez de formas pretas sobre fundo branco.



10.10 Selwyn Image, folha de rosto para *The Century Guild Hobby Horse*, 1884. Recheando-a com detalhes, Image concebeu uma "página dentro de uma página", que reflete o interesse do movimento *arts and crafts* pela Idade Média.



O *Hobby Horse* foi o primeiro periódico dos anos 1880 a apresentar o ponto de vista das *arts and crafts* inglesas para um público europeu e a tratar a impressão como uma forma séria de design. Mais tarde Mackmurdo relatou que mostrara a William Morris um exemplar do *Hobby Horse* e discutira com ele as dificuldades do projeto tipográfico, entre elas os problemas de proporções e margens, espaçamento de letras e entrelinhas, escolha de papel e tipos. Segundo se conta, Morris se entusiasmou com as possibilidades do design de livros enquanto admirava páginas bem elaboradas, margens generosas, amplo entrelinha-



10.11 Selwyn Image, xilogravura da *Hobby Horse*, 1886. O potencial de forma e padrão como meios visuais para expressar pensamento e sentimento é realizado nesta elegia gráfica para o ilustrador/gravador Arthur Burgess. Um pássaro preto voa em direção ao sol sobre tristes tulipas murchas que pairam acima de folhas em forma de chamas.



10.12 Herbert Home, marca registrada para a Chiswick Press, c. 1895. O golfinho da Aldine juntou-se a um leão heráldico no emblema da oficina tipográfica.

10.13 Walter Crane, marca registrada para a Chiswick Press, c. 1898. As conotações medievais da versão de Crane para a marca da Chiswick, em contraste com a versão simplificada de Home, evidenciam a divergência dos pontos de vista do período.

mento e meticulosa impressão repleta de ilustrações xilográficas feitas à mão, cabeçalhos e vinhetas decorativas, além de capitulares ornamentadas. Águas-fortes e litogravuras originais eram impressas como lâminas delicadas e anexadas às edições trimestrais.

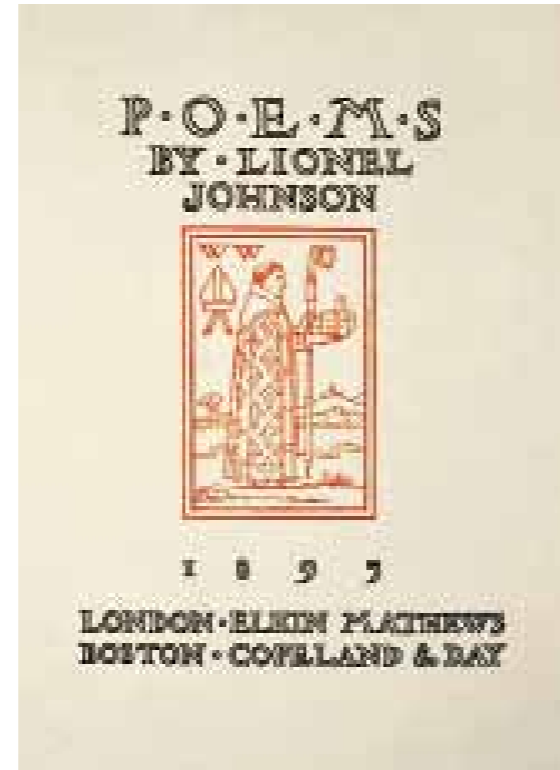
Num artigo intitulado "Sobre a unidade da arte" na edição de janeiro de 1887 do *Hobby Horse*, Selwyn Image afirmava com veemência que todas as formas de expressão visual mereciam o estatuto de arte. Sugeria que "o inventor desconhecido de padrões para decoração de uma parede ou de uma moringa d'água" que "se dedica a representar linhas e massas abstra-

tas” tem igual direito de ser chamado de artista como o pintor Rafael, que representava “a forma humana e os mais elevados interesses humanos”. Ele repreendia a Real Academia de Arte por recomendar a mudança do nome da entidade para Real Academia da Pintura a Óleo, porque isso era muito limitado em relação ao âmbito total das formas de arte e design. Na observação que foi, talvez, a mais profética da década, Image concluía: “Pois quando começamos a perceber que todos os tipos inventados de Forma, Tonalidade e Cor são aspectos igualmente verdadeiros e respeitáveis da Arte, vemos algo muito parecido com uma revolução que surge na nossa frente”.

Embora recebesse amplas encomendas, a Century Guild dissolveu-se em 1888. A ênfase estivera nos projetos em colaboração, mas seus membros passaram a preocupar-se mais com suas obras pessoais. Selwyn Image projetou tipos, inúmeras ilustrações, mosaicos, vitrais e bordados. Mackmurdo concentrou-se na política social e no desenvolvimento de teorias para a reforma do sistema monetário e Herbert Horne projetou livros com simplicidade clássica e comedimento [10.14]. Sua formação acadêmica incluía composição tipográfica e seus leiautes tinham um senso preciso de alinhamento, proporção e equilíbrio.

A KELMSCOTT PRESS

Vários grupos e pessoas preocupados com a revitalização do ofício se juntaram para formar a Guilda dos Trabalhadores da Arte em 1884. As atividades da guilda foram ampliadas em 1888, quando um grupo dissidente formou a Sociedade das Artes Unidas, elegeu Water Crane como seu primeiro presidente e fez planos para patrocinar exposições. Quando da abertura da primeira exposição, em outubro de 1888, o nome havia sido alterado para Sociedade de Exposições de Artes e Ofícios. As primeiras mostras incluíam apresentações e palestras. Entre essas, em 1888, William Morris apresentou a tecelagem de tapeçarias, Walter Crane falou sobre design e Emery Walker sobre projeto e impressão de livros. Em sua palestra de 15 de novembro, Walker apresentou diapositivos de manuscritos medievais e desenhos de tipos incu-



10.14 Herbert Home, folha de rosto para *Poems*, de Lionel Johnson, 1895. Simetria, tipos contornados, espaçamento de letras e alinhamento são as qualidades projetuais do trabalho de Home. As letras combinam perfeitamente com a ilustração.

nabulares. Defendendo a unidade do design, Walker disse à plateia: “O ornamento, seja qual for, figura ou padronagem, deve fazer parte da página, deve estar integrado ao plano global do livro”. Walker considerava o design do livro semelhante à arquitetura, uma vez que somente o cuidadoso planejamento de cada aspecto – papel, tinta, tipo, espaçamento, margens, ilustração e ornamento – poderia resultar numa unidade de projeto.

Após a palestra daquela noite de outono, quando Morris e Walker, que eram amigos e vizinhos, voltavam juntos para casa, Morris decidiu aprofundar-se no projeto e na impressão de tipos. Era uma possibilidade que ele vinha considerando havia algum tempo e começou a trabalhar em seu primeiro projeto de tipos no mês seguinte, em dezembro. Os tipos incunabulares foram ampliados fotograficamente para cinco vezes o seu tamanho original para que ele pudesse estudar suas formas e contraformas. Sua decisão de trabalhar seriamente com o design gráfico e a impressão não é

THE ARTS AND CRAFTS OF TODAY. BEING AN ADDRESS DELIVERED IN EDINBURGH IN OCTOBER, 1889. BY WILLIAM MORRIS.

‘Applied Art’ is the title which the Society has chosen for that portion of the arts which I have to speak to you about. What are we to understand by that title? I should answer that what the Society means by applied art is the ornamental quality which men choose to add to articles of utility. Theoretically this ornament can be done without, and art would then cease to be ‘applied’... would exist as a kind of abstraction, I suppose. But though this ornament to articles of utility may be done without, man up to the present time has never done without it, and perhaps never will; at any rate he does not propose to do so at present, although, as we shall

de admirar, já que seu interesse por livros era bem antigo. Sua biblioteca incluía alguns magníficos manuscritos medievais e incunábulo. Anteriormente, Morris havia feito diversos livros manuscritos, escrevendo o texto em caligrafia maravilhosamente controlada e ornamentando-os com delicados filetes e capitulares com formas fluidas e cores claras e suaves.



Morris chamou seu primeiro tipo de Golden [10.15], porque sua intenção inicial era imprimir *The Golden Legend* (A lenda dourada), de Jacobus de Voragine, como seu primeiro livro, trabalhando com a tradução de William Caxton. O Golden se baseava nos tipos romanos venezianos projetados por Nicolas Jenson entre 1470 e 1476 [7.2]. Morris estudou grandes cópias fotográficas das letras de Jenson, depois as desenhou e redesenhou diversas vezes. Punções foram feitos e

corrigidos para os projetos finais, que capturavam a essência do trabalho de Jenson, mas não o copiavam de modo servil. A fundição do tipo Golden começou em dezembro de 1890. Foram contratados artesãos e uma velha prensa manual, recuperada do depósito de um impressor, foi montada num chalé alugado próximo ao solar Kelmscott, em Hammersmith, que Morris adquirira como casa de campo. Morris batizou seu novo empreendimento de Kelmscott Press [10.16, 12.16], e sua primeira produção foi *The Story of the Glittering Plain* (A história de planície resplandescente), de William Morris, com ilustrações de Walter Crane [10.17]. De início estavam planejadas vinte cópias, mas à medida que a notícia do empreendimento se espalhou Morris foi convencido a aumentar a tiragem para duzentas cópias em papel e seis em velino. De 1891 até a dissolução da Kelmscott Press em 1898, dois anos após a morte de Morris, mais de 18 mil exemplares de 53 títulos diferentes haviam sido produzidos.

O estudo cuidadoso dos tipos góticos incunabulares de Peter Schoeffer [5.14], Günther Zainer e Anton Koberger [6.7 – 6.11] inspirou o projeto de Morris para o Troy, o tipo gótico de notável legibilidade projetado para *The Story of the Glittering Plain*. Morris fez os caracteres mais largos, aumentou as diferenças entre caracteres parecidos e arredondou mais os curvos. Uma versão menor do Troy, chamada Chaucer, foi o último dos três projetos de tipos de Morris. Esses projetos despertaram interesse renovado pelos estilos e inspiraram várias outras versões na Europa e nos Estados Unidos.

A Kelmscott Press estava empenhada em recapturar a beleza dos livros incunabulares. Meticulosa impressão manual, papel artesanal, xilogravuras feitas à mão, capitulares e filetes similares aos usados por Ratdolt transformaram o chalé pitoresco numa máquina do tempo que viajava quatro séculos de volta ao passado. O livro se tornava uma forma de arte.

O design da Kelmscott Press foi definido em seus primeiros livros. William H. Hooper (1834-1912), mestre artesão chamado de sua aposentadoria para trabalhar na gráfica, gravava filetes e capitulares decorativas desenhadas por Morris em madeira. Estes possuíam maravilhosa compatibilidade visual com os tipos e ilustrações xilográficas de Morris com base em desenhos

10.15 William Morris, tipo Golden, 1888-90. Esta fonte inspirou renovado interesse pela tipografia de estilo veneziano antigo.

10.16 William Morris, marca registrada para a Kelmscott Press, 1892.



10.17 William Morris (designer) e Walter Crane (ilustrador), folha de rosto de página dupla para *The Story of the Glittering Plain*, 1894. Operando com sua compulsão para ornamentar o espaço total, Morris criou uma luminosa gama de contrastes.

feitos por Burne-Jones, Crane e C. M. Gere. Morris desenhou 644 blocos para a gráfica, incluindo capitulares, filetes, molduras e frontispícios. Primeiro ele esboçava levemente as linhas principais a lápis; depois, munido de tintas branca e preta, trabalhava em vaivém, pintando o fundo em preto e, sobre ele, o desenho em branco. O desenho final seria desenvolvido por meio desse processo orgânico; Morris acreditava que o copiar meticuloso de um desenho preliminar extraía a vida de um trabalho completo.

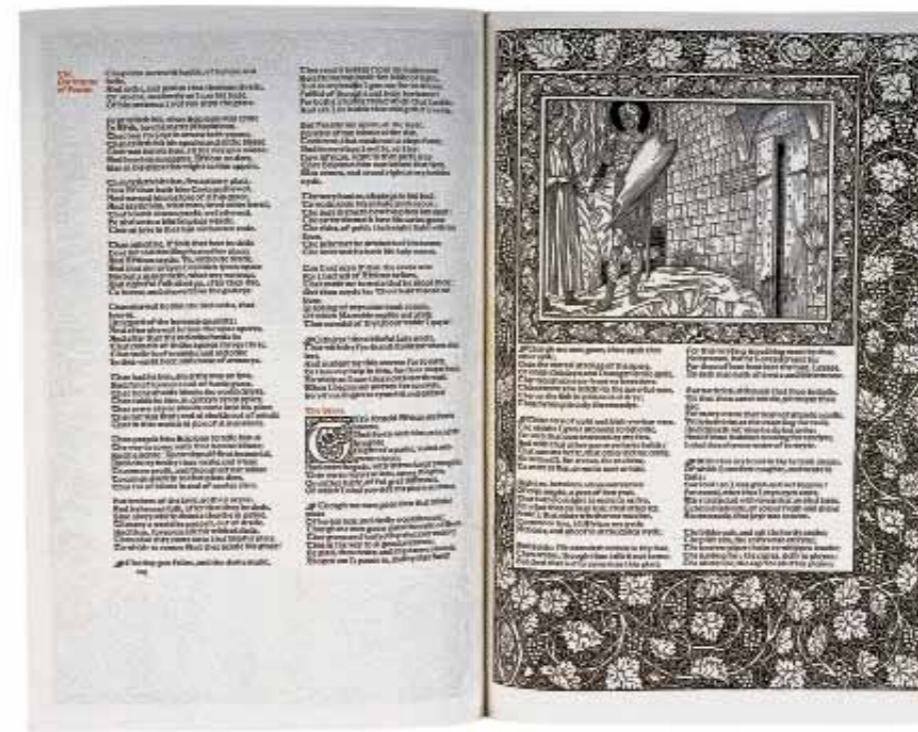
O volume mais destacado da Kelmscott Press é o ambicioso *The Works of Geoffrey Chaucer* (As obras de Geoffrey Chaucer), de 556 páginas [10.18, 10.19]. Quatro anos em preparação, o Chaucer da Kelmscott tem 87 ilustrações xilográficas projetadas por Burne-Jones, além de catorze filetes largos e dezoito

molduras menores em torno das ilustrações gravadas a partir de designs de Morris. Além disso, Morris projetou mais de duzentas capitulares e palavras para uso no Chaucer da Kelmscott, que foi impresso em preto e vermelho em tamanho fôlio grande. Foi necessário um esforço exaustivo de todos os envolvidos no projeto. Essa edição, 425 exemplares em papel e treze em velino, foi a realização final da carreira de Morris. No dia 2 de junho de 1896, a oficina de encadernação entregou os dois primeiros exemplares para o debilitado designer. Um era para Burne-Jones, o outro para Morris. Quatro meses depois, no dia 3 de outubro, William Morris morria aos 62 anos de idade.

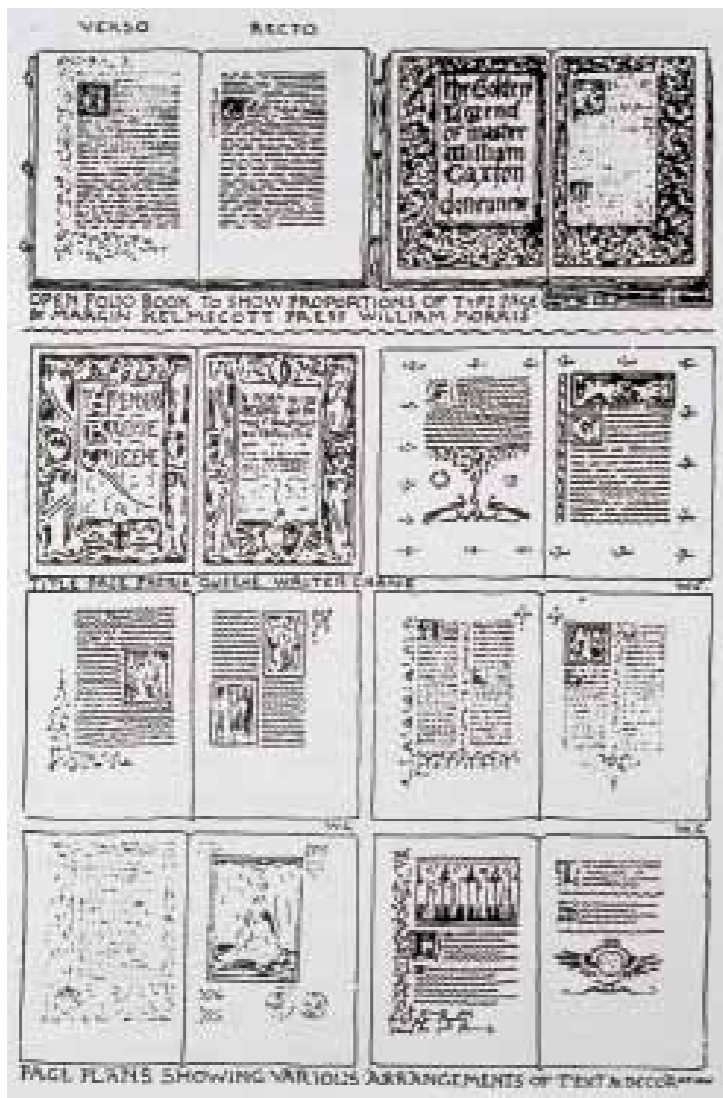
O paradoxo de William Morris é que, enquanto procurava refúgio no trabalho manual feito no passado,



10.18 William Morris, página ilustrada de *The Works of Geoffrey Chaucer*, 1896. Um sistema de tipos, capitulares, molduras e ilustrações combinados para criar o deslumbrante estilo Kelmscott.



10.19 William Morris, página de texto de *The Works of Geoffrey Chaucer*, 1896. Belas páginas de textura e tonalidade contêm uma ordem e nitidez que tornam legíveis e acessíveis as palavras do autor.



10.20 Walter Crane, esboços de leiaute de *The Bases of Design* (As bases do design), 1898. Crane usou estes esboços para demonstrar a relação entre páginas duplas que formam uma unidade, e o modo como as margens podem ser usadas para efeito decorativo.

desenvolveu atitudes em relação ao design que delimitavam o futuro. Seu clamor pelo ofício manual, fidelidade aos materiais, a conversão do útil em belo e a adequação do design à função são comportamentos adotados pelas gerações posteriores, que procuravam unificar não a arte e o ofício, mas a arte e a indústria. Morris ensinou que o design podia trazer a arte para a classe trabalhadora, mas os móveis refinados da Morris & Company e os magníficos livros da Kelmscott estavam ao alcance apenas dos ricos.

A influência de William Morris e da Kelmscott Press no design gráfico, particularmente no design de livro, evidenciou-se não só na imitação estilística direta dos filetes, capitulares e estilos de tipos; o conceito de Morris do livro bem-feito, seus belos projetos tipográficos baseados em modelos anteriores e seu senso de unidade do design, com os detalhes mais ínfimos relacionados ao conceito total, inspiraram uma nova geração inteira de designers de livros [10.20]. Por ironia, esse paladino da habilidade manual tornou-se a inspiração para uma restauração do refinado design de livros que adentrou o século xx e pouco a pouco se infiltrou na impressão comercial.

A complexidade das decorações de Morris tende a desviar a atenção de seus outros feitos. Seus livros alcançavam uma totalidade harmoniosa e suas páginas de texto – que constituíam a maioria esmagadora das páginas de seus livros – eram concebidas e executadas tendo em vista sua legibilidade. O reexame que Morris realizou nos estilos de tipos anteriores e da história gráfica desencadeou um processo dinâmico de reforma do design que resultou numa melhoria importante na qualidade e variedade de fontes disponíveis para a composição e a impressão.

Uma última ironia é que, embora estivesse voltando a métodos de impressão do período incunabular, Morris usou capitulares, filetes e ornamentos que eram modulares, intercambiáveis e repetíveis. Um aspecto estrutural da produção industrial era aplicado à página impressa.

O MOVIMENTO DA IMPRENSA PARTICULAR

Arquiteto, designer gráfico, joalheiro e prateiro, o infatigável Charles R. Ashbee (1863-1942) fundou a Guilda de Artesanato em 1888 com três membros e apenas cinquenta libras esterlinas como capital de giro. Embora William Morris abrigasse dúvidas e lançasse “uma boa dose de água fria” no projeto de Ashbee, a guilda encontrou sucesso inesperado em seus propósitos. A Escola de Artesanato unificou o ensino do design e da teoria com a experiência da oficina. Ashbee procurou restabelecer a experiência holística da aprendizagem, que fora destruída pela subdivisão do trabalho e pela produção mecânica. Cerca de setecentos alunos receberam uma educação baseada em duas vertentes: o desenvolvimento da habilidade prática complementado por leituras de Ruskin e o estudo da aplicação dos princípios artísticos aos materiais. Incapaz de garantir apoio do Estado ou de competir com as escolas técnicas subsidiadas por ele, a Escola de Artesanato foi finalmente fechada em 30 de janeiro de 1895. A Guilda de Artesanato, por outro lado, floresceu como uma cooperativa onde os trabalhadores participavam da direção e dos lucros. Ela era influenciada tanto pelo socialismo como pelo movimento *arts and crafts*. Em 1890, a guilda alugou a Essex House, velha mansão em estilo georgiano situada num local que havia se deteriorado e se tornado um setor miserável e desolado da Londres industrial.

Após a morte de William Morris, Ashbee entrou em negociações com seus testamenteiros para transferir a Kelmscott Press para a Essex House. Quando se divulgou que as xilogravuras e os tipos da Kelmscott seriam depositados no Museu Britânico com a norma de que não fossem usados para impressão durante cem anos, Ashbee resolveu contratar os principais funcionários da Kelmscott Press, adquirir o equipamento que estivesse disponível para venda e constituir a Essex House Press [10.21]. O Salmo de 1902 é uma obra-prima do design da Essex House Press [10.22]. O texto está em inglês vernacular do século xvi, na tradução de c. 1540 do arcebispo Thomas Cranmer de Canterbury. Ashbee desenvolveu um projeto gráfico para cada salmo, com um numeral romano, o título em latim em versais vermelhas, um título descritivo em inglês em versais pre-

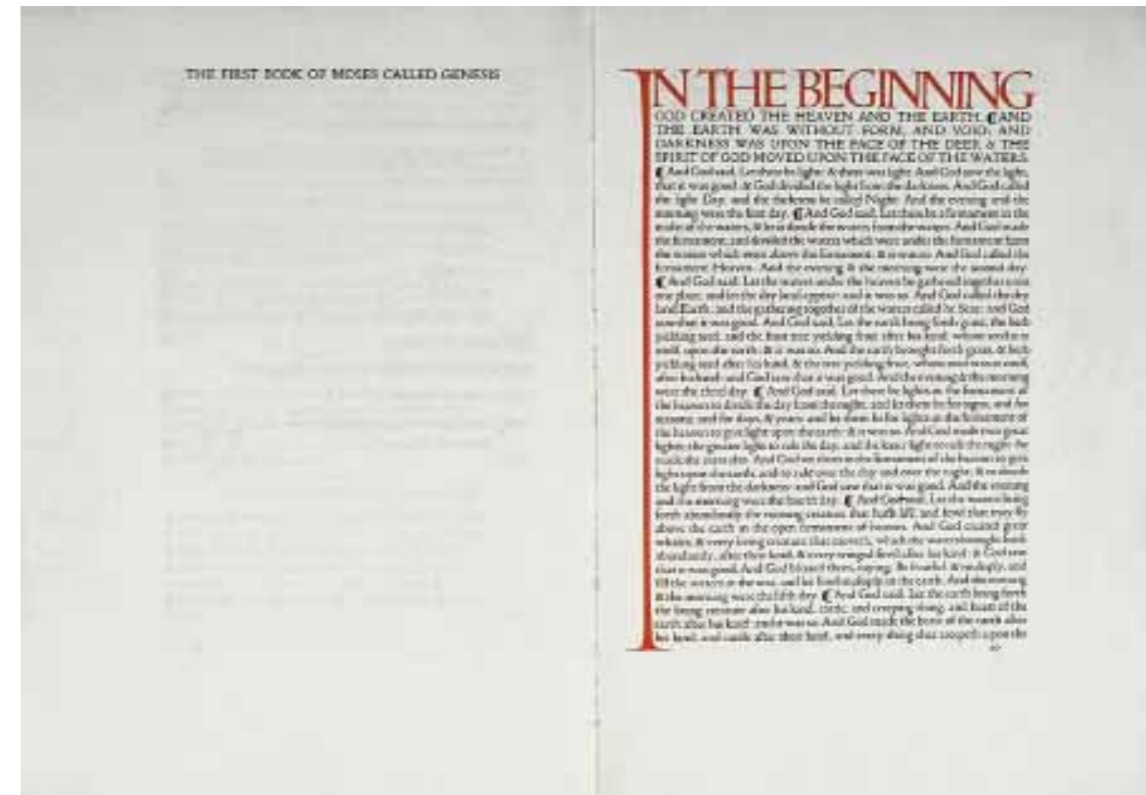
tas, uma capitular composta em xilogravura e o corpo do salmo. Os versículos eram separados por ornamentos foliáceos xilográficos impressos em vermelho.

Em 1902, a guilda se mudou para a aldeia de Chipping Campden e iniciou a ambiciosa tarefa de convertê-la em uma sociedade comunal para os trabalhadores e suas famílias. Os grandes custos envolvidos, combinados com as despesas para manter a loja de varejo na Brook Street em Londres, levaram a guilda à concordata em 1907. Muitos de seus artesãos continuaram a trabalhar de forma independente e o desestimado Ashbee voltou à prática da arquitetura, a qual deixara de lado por mais de duas décadas. Embora ele fosse um importante teórico do design e seguidor dos ideais de Ruskin e Morris na virada do século, após a Primeira Guerra Mundial Ashbee questionou a convicção de que a fabricação industrial era inerentemente perversa e formulou um programa de design relevante para a nova era. Assim, o discípulo de Ruskin que fora mais longe no estabelecimento de um paraíso idílico da oficina de trabalho, numa era posterior tornou-se uma das maiores autoridades inglesas em favor da integração da arte e da indústria.

Em 1900, o encadernador T. J. Cobden-Sanderson (1840-1922) juntou-se a Emery Walker na fundação da Doves Press em Hammersmith. Dispunham-se a “atacar o problema da Tipografia pura”, com a opinião de que “a obrigação primordial da Tipografia é comunicar à imaginação, sem perder pelo caminho, o pensamento ou a imagem que o Autor pretendia transmitir”. Os livros da Doves Press, entre os quais sua obra-prima monumental, a Bíblia de 1903 [10.23], são livros tipograficamente maravilhosos. Ilustração e ornamento foram descartados nos cerca de cinquenta volumes lá produzidos utilizando papel de excelente qualidade, impressão perfeita e tipos e espaçamentos requintados. A Bíblia em cinco volumes utilizava algumas notáveis capitulares projetadas por Edward Johnston (1872-1944). Esse mestre calígrafo do movimento *arts and crafts* inspirara-se em William Morris e abandonara seus estudos de medicina em troca da vida de escriba. O estudo feito por Johnston sobre as técnicas caligráficas e os manuscritos antigos, bem como suas atividades de ensino, fez dele uma influência importante na arte das letras.

10.21 Charles R. Ashbee, o emblema da Essex House Press, c. 1902. Esta xilografavura de página inteira, relacionando metaforicamente a Guilda do Artesanato com a abelha buscando uma flor, aparece na página de colofão do Salmo da Essex House.

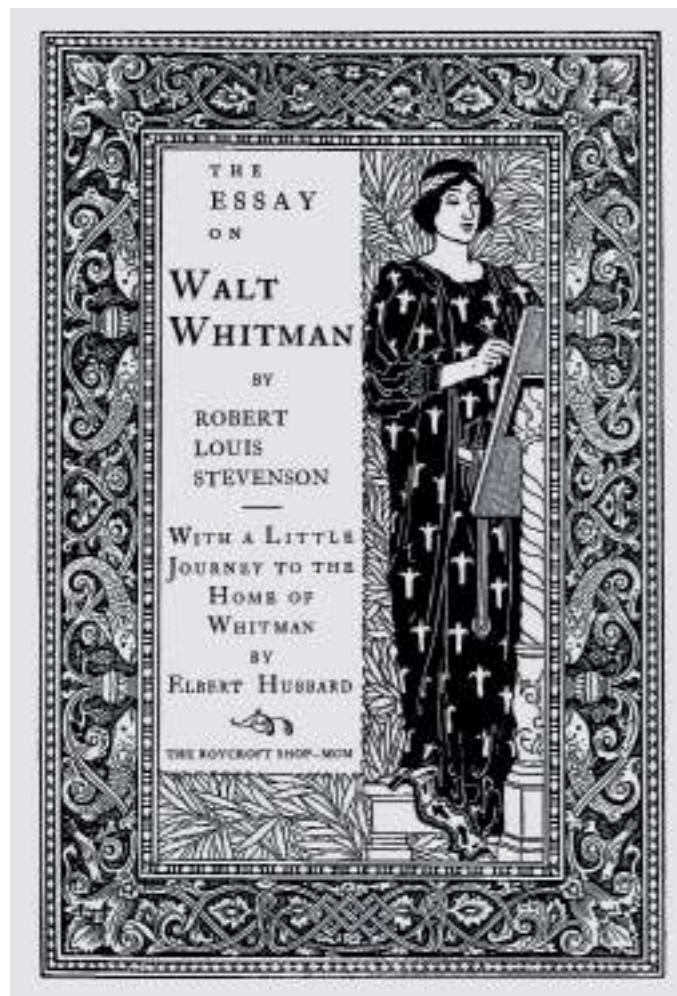
10.22 Charles R. Ashbee, páginas do Salmo da Essex House, 1902. Iniciais abertas à mão em blocos de madeira, tipos caligráficos, papel artesanal e impressão por prensa manual combinam-se para recriar a qualidade dos incunábulo.



10.23 T. J. Cobden-Sanderson e Emery Walker, páginas da Bíblia publicada pela Doves Press em 1903. A pureza do design deste livro e a perfeição da arte raramente foram iguais.

10.24 C. H. St. John Hornby, página da Legend de São Francisco de Assis, 1922. O livro uso da capitular e as palavras iniciais impressas em cor notabilizaram os leiautes da Ashendene Press.





10.25 Louis Rhead, página de rosto de *The Essay on Walt Whitman* (Ensaio sobre Walt Whitman), 1900. A Roycroft Press encomendou este projeto a um designer notável.

Estabelecida em 1895, a Ashendene Press, dirigida por C. H. St. John Hornby, de Londres, mostrou-se uma excepcional imprensa particular [10.24]. Os tipos projetados para a Ashendene eram inspirados nos tipos semigóticos usados por Sweynheym e Pannartz em Subiaco. Tinham uma elegância vibrante e boa legibilidade, com moderadas diferenças de peso entre os traços grossos e finos e uma letra ligeiramente comprimida.

Uma reviravolta curiosa no movimento *arts and crafts* é o caso do norte-americano Elbert Hubbard (1856-1915), que conheceu William Morris em 1894. Hubbard estabeleceu sua Roycroft Press (gráfica) e Roycroft Shops (oficinas artesanais) em East Aurora, Nova York. A comunidade Roycroft tornou-se uma atração turística, na qual quatrocentos empregados produziam mobílias artísticas para casa, objetos de cobre, artigos de couro e material impresso. Os livros [10.25], as brochuras de momentos de inspiração e duas revistas de Hubbard tinham a aparência dos volumes da Kelmscott.

Embora Hubbard morresse em 1915 a bordo do malfadado *Lusitânia*, os *roycrofters* continuaram até 1938. Os críticos de Hubbard afirmam que ele banalizou o movimento inteiro, embora seus defensores acreditem que os *roycrofters* trouxeram beleza para a vida das pessoas comuns que, de outro modo, não teriam a oportunidade de aproveitar os frutos da reação contra os mediócrs produtos industrializados. Entre seus detratores se encontra May Morris, que recusou um convite para visitar “esse insuportável imitador de meu querido pai”, durante sua visita aos Estados Unidos.

Lucien Pissarro (1863-1944) aprendeu a desenhar com o pai, o pintor impressionista Camille Pissarro, depois foi aprendiz de xilogravador e ilustrador com o renomado ilustrador de livros Auguste Lepère. Decepcionado com a resposta a seu trabalho na França e tomando conhecimento de um ressurgimento do interesse por ilustrações xilográficas na Inglaterra, Pissarro mudou-se para lá, estabelecendo-se em Wiltshire, para participar desse movimento. Em 1892, Lucien casou-se com Esther Bensusan (1870-1951). Cativado pelos livros da Kelmscott, Lucien e Esther fundaram a Eragny Press (nome em homenagem à al-

deia da Normandia onde ele nascera e estudara com seu pai) em 1894.

Lucien e Esther Pissarro trabalharam juntos na concepção, gravação de xilos e impressão dos livros da Eragny Press; muitos tinham xilogravuras de três e quatro cores produzidas com base nas ilustrações feitas por Lucien. Ele projetou o tipo Brook [10.26] para sua gráfica, inspirando-se em Nicolas Jenson. Ao contrário de membros mais antigos do movimento *arts and crafts*, o casal Pissarro era inspirado tanto pelo passado como pelo presente; seus livros [10.27] combinavam as sensibilidades tradicionais do movimento da imprensa particular com um interesse pelo florescente movimento *art nouveau* (tratado no capítulo 11) e no expressionismo.

On, still on, I wandered on,
And the sun above me shone;
And the birds around me winging
With their everlasting singing
Made me feel not quite alone.

In the branches of the trees
Murmured like the hum of bees
The low sound of happy breezes,
Whose sweet voice that never ceases
Lulls the heart to perfect ease.

10.26 Lucien Pissarro, tipo Brook, 1903. Esta amostra dos Verses de Christina G. Rossetti ilustra a estrutura do tipo romano, serifas grossas e detalhes da imprensa particular de Pissarro.



10.27 Lucien e Esther Pissarro, páginas de *Ishtar's Descent to the Nether World* (Descida de Ishtar ao mundo subterrâneo), 1903. Imagem, cor e ornamento se combinam para gerar intensa energia expressionista.

UM RENASCIMENTO DO DESIGN DE LIVROS

O efeito de longo alcance de Morris foi uma significativa atualização do design de livros e da tipografia em todo o mundo. Na Alemanha, essa influência inspirou um renascimento das artes e ofícios, novos tipos maravilhosos e uma melhoria substancial no design de livros.

Na Holanda, a vanguarda tradicional foi liderada por Sjoerd H. De Roos (1877-1962) e pelo brilhante Jan van Krimpen (1892-1958). A eles se seguiram J. F. van Royen (1878-1942) e dois mestres editores-impressores de Maastricht, Charles Nypels (1895-1952) e A. A. M. Stols (1900-1973). Estes também desejavam fomentar um renascimento na tipografia holandesa e, como Morris, não consideravam a Revolução Industrial uma bênção. Ao contrário, a produção em massa era vista como mal necessário, cautelosamente tolerado, sobretudo por razões econômicas.

Procuravam revitalizar as artes gráficas por meio de um retorno aos padrões tradicionais. Suas diretrizes incluíam leiautes simétricos, harmonia e equilíbrio, cuidadosas proporções de margem, espaçamento adequado entre letras e palavras, tipos tradicionais singelos com a mínima variação possível de tamanhos e habilidosa impressão tipográfica. Acreditavam que o tipógrafo devia primeiro servir o texto e, quanto ao resto, permanecer nos bastidores.

Com formação inicial em litografia, de 1895 a 1898 De Roos frequentou um curso geral em arte na Rijksacademie em Amsterdã. Com 23 anos, foi contratado como desenhista assistente pela Het Binnenhuis, progressista empresa industrial e de design de interiores. Foi durante esse período que tomou consciência do baixo nível da tipografia holandesa da época e a revitalização do design de livros logo se tornou a paixão de sua vida. De Roos deixou a Het Binnenhuis em 1903 e no mesmo ano foi solicitado a projetar o

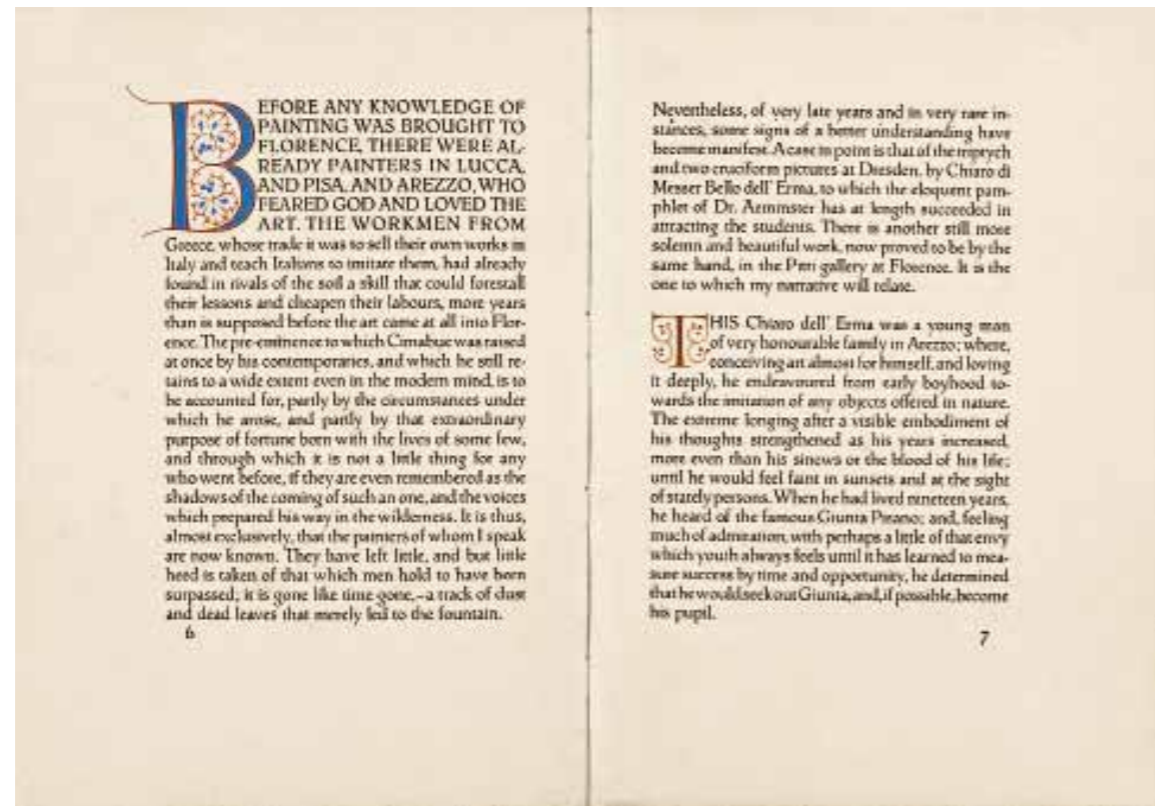
livro *Kunst en maatschappij* (Arte e sociedade), tradução de uma coletânea de ensaios de William Morris. A legibilidade era a prioridade máxima, e o livro foi composto nos tipos relativamente novos projetados e batizados em homenagem ao arquiteto e designer tipográfico franco-suíço Eugène Grasset. Esse foi o único livro projetado por De Roos no estilo *art nouveau* e devido à sua simplicidade foi excepcional para o design holandês de livros no período. Foi um divisor de águas na carreira de De Roos e resultou em sua contratação como assistente artístico para a fundidora de tipos Amsterdã, onde ele ficou até 1941.

De Roos estava convencido de que a tipografia era o fundamento do bom design de livros e que o ideal era que ela fosse prática, bonita e de fácil leitura. Em sua opinião, nenhum tipo nativo da Holanda atendia a esses requisitos e, em janeiro de 1912, a fundidora Amsterdã lançou a Hollandsche Mediaeval, de De Roos, uma fonte para texto em dez tamanhos baseada em tipos venezianos do século xv. Esse foi o primeiro tipo projetado e produzido na Holanda durante mais de um século e foi um dos mais populares por pelo menos dez anos. A ele se seguiram mais oito projetos de tipos com os quais De Roos obteve considerável *status*. Escritor prolífico, entre 1907 e 1942, publicou 193 artigos sobre design de tipos e tipografia. Um de seus excepcionais projetos foi *Hand and Soul* (A mão e a alma) para De Heuvelpers em 1929 [10.28]. Para esse livro ele projetou o leiaute, o tipo Meidoorn e as capitulares. Além disso, um cliente importante desse período foi a progressista editora de Roterdã, W. L. e J. Brusse, que pediu a De Roos que desse nova feição a suas publicações.

Jan van Krimpen, nascido em Gouda, frequentou a Real Academia de Belas-Artes em Haia e logo se tornou o preeminente designer de livros de sua geração na Holanda. Em 1920, a publicação de *Deirdre & de zonen van Usnach* (Deirdre e os filhos de Usnach), de A. Roland Hoist, inaugurou a série Palladium de 21 livros dedicados a poetas contemporâneos [10.29]. *Het zatte hart* (O coração embriagado) (1926), de Karel van de Woestijne, demonstrava seu hábil desenho e uso de letras iniciais e é o único livro na série Palladium composto em seu próprio tipo, Lutetia [10.30]. Abertos em 1923-1924, esses foram os primeiros tipos

10.29 Jan van Krimpen, páginas de *Deirdre & de zonen van Usnach*, de A. Roland Hoist, série Palladium, 1920.

10.30 Jan van Krimpen, páginas de *Het zatte hart*, de Karel van de Woestijne, Palladium nº 25, 1926.



10.28 S. H. de Roos, páginas de *Hand and Soul*, de Dante Gabriel Rossetti, publicado por De Heuvelpers (The Hill Press), 1929.





10.31 Charles Nypels, páginas de *Het Voorhout ende't kostelijke mal* (Voorhout e a comédia deliciosa), de Constantijn Huygens, tipos Grotius e capitulares desenhadas por De Roos, 1927.

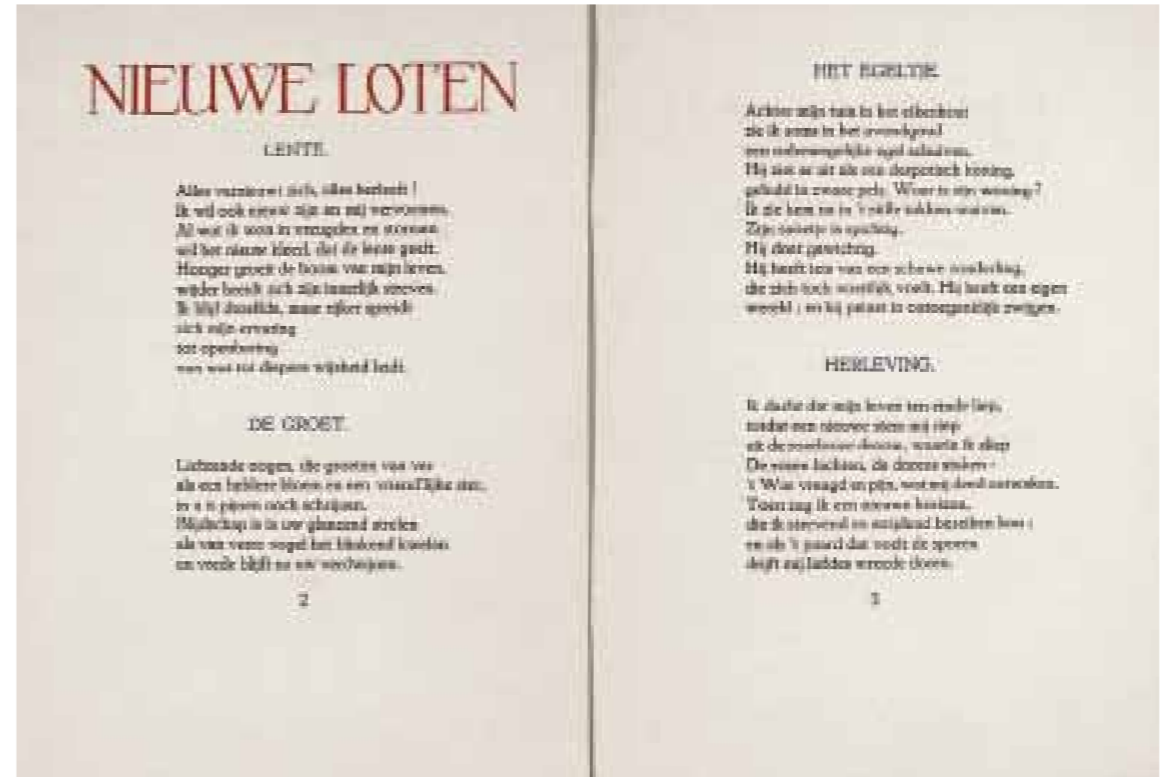
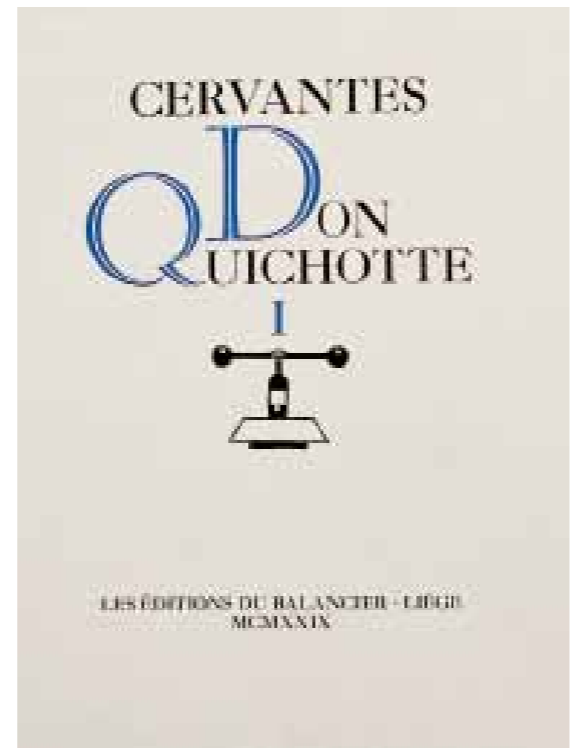
que ele projetou durante os 35 anos de sua associação com o impressor Enschedé, de Haarlem. Para Van Krimpen, não existia tipografia além daquela do livro e todos os seus tipos eram projetados para essa finalidade. Ele encarava com desprezo a propaganda, bem como as pessoas a ela ligadas. Para ele, o leitor nunca deveria ter consciência da tipografia; o único propósito do designer era tornar a leitura a mais agradável possível e nunca se intrometer entre o leitor e o texto. Felizmente, contudo, ele costumava romper até certo ponto com suas próprias regras e cada um de seus livros tem alguma diferença sutil a oferecer. Até sua morte, em 1958, o entusiasmado Van Krimpen continuaria a se opor, incansável, a tudo e todos que em sua opinião fossem danosos à tipografia do livro.

Os laços de Charles Nypel com a profissão de impressor em Maastricht estenderam-se por várias gerações. Em 1914 ele começou a trabalhar como aprendiz de De Roos na fundição Amsterdã e, em 1917, foi contratado oficialmente pela firma Leiter-Nypels, de sua família, tornando-se sócio em 1920. Nypels tinha uma abordagem nova, evidenciada por suas folhas de rosto e páginas de texto, seu uso da cor e suas capitulares. O melhor exemplo de seu trabalho inicial é o livro de 1927, *Het Voorhout ende't kostelijke mal* (Voorhout e

10.32 Charles Nypels, página de *Don Quichotte*, de Miguel de Cervantes, 1929-1931.

a comédia deliciosa) [10.31], de Constantijn Huygens. As capitulares vermelhas e azuis de De Roos transformam muitas páginas em cintilantes sinfonias de cores tipográficas. Publicado em quatro seções entre 1929 e 1931, *Don Quichotte* mostra Nypels no melhor de sua elegância e as excepcionais capitulares de De Roos adicionaram o toque final [10.32]. Mas esse livro foi considerado dispendioso demais, e o resultado foi que Nypels teve de sair da empresa. Posteriormente trabalhou como designer autônomo para firmas como a De Gemeenschap, de Utrecht.

Como Nypels, A. A. M. (Sander) Stols nasceu numa família de impressores de Maastricht. Enquanto Stols estudava Direito em Amsterdã em 1921, ele e seu irmão mais novo, Alphonse, decidiram entrar para o ramo de publicações da família, a empresa Boosten & Stols. Ambos eram críticos da qualidade anterior da empresa e estavam comprometidos com altos padrões de design. O princípio de Stols era a simplicidade e a máxima legibilidade, e seu trabalho foi notado por sua tipografia contida e artesanato clássicos [10.33]. Ele preferia tipos como Garamond e Bembo,



10.33 A. A. M. Stols, páginas de *Nieuwe loten* (Novos recortes) de Marie Cremers, terceiro livro da série Trajectum Mosam, 1923.

mas em diversas ocasiões usou os tipos Hollandsche Mediaeval e Erasmus Mediaeval de De Roos. Como Van Krimpen, Stols descrevia o papel do designer em termos claros e incisivos:

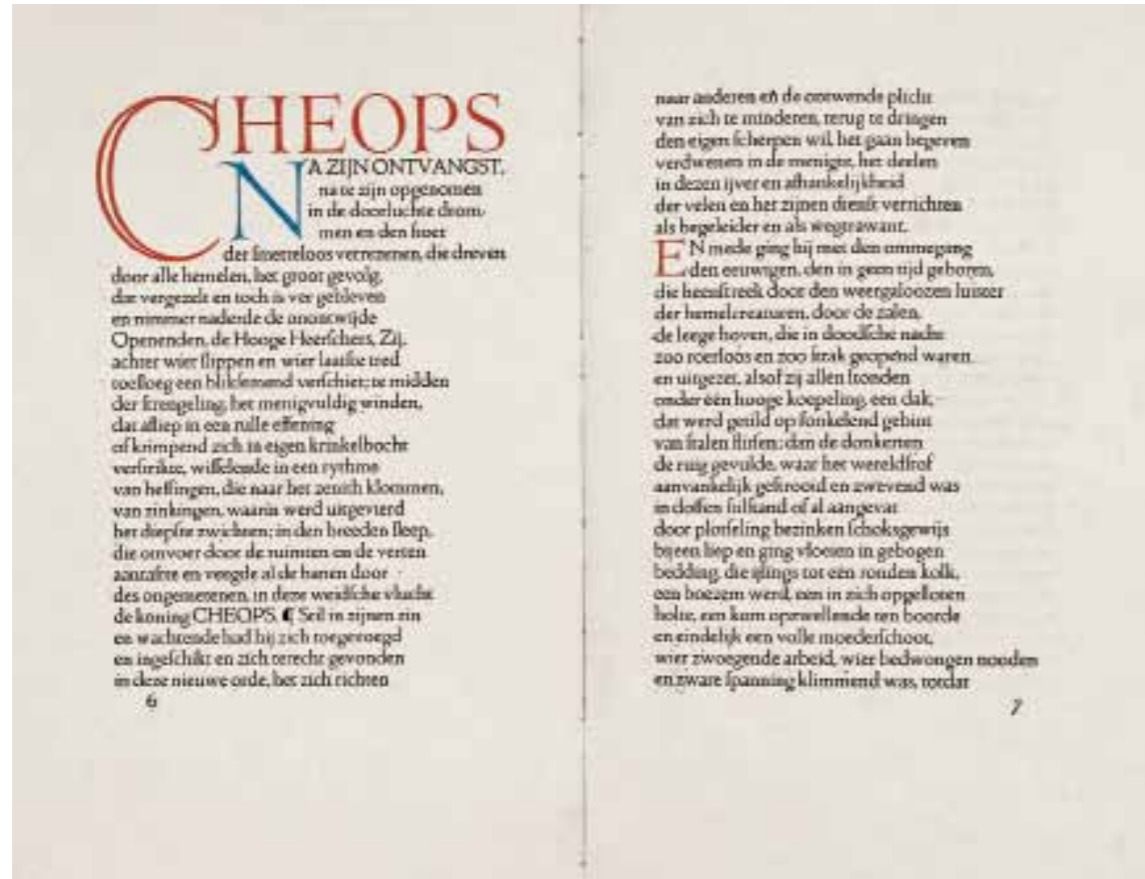
Entendida a forma na qual o livro será impresso [...] o designer deve ainda cumprir uma série de requisitos para o livro, conhecer sua história e tecnologia, ter maestria e gosto, e discernimento quanto aos custos de produção. Em suma, todos os fatores que possibilitem converter um texto escrito num livro impresso e que satisfaçam as maiores exigências de legibilidade.

Jean François van Royen nasceu em Arnhem em 1878 e morreu no campo de concentração alemão em Amersfoort em 1942. Embora fosse designer de livros e editor particular, Van Royen deu sua principal contribuição ao design gráfico na Holanda graças ao seu posto como secretário-geral da empresa nacional de correios, telefonia e telégrafo, a PTT, e seria impossível avaliar sua contribuição fora desse contexto. Pro-

jetou poucos livros ao longo da vida, e é provável que ele não teria sido lembrado por esse papel senão em um pequeno círculo.

Após doutorar-se em Direito pela Universidade de Leiden em 1903, Van Royen trabalhou durante um ano na editora de Martinus Nijhoff em Haia antes de assumir um cargo secundário de auxiliar administrativo no setor jurídico dos correios em 1904. Em 1912, Van Royen ingressou na De Zilverdistel (O Cardo de Prata), imprensa particular em Haia e dois tipos exclusivos foram encomendados. O primeiro foi o Zilvertype, de De Roos, basicamente uma versão atualizada do Hollandsche Mediaeval. O segundo, o Disteltype, uma interpretação moderna da minúscula carolíngia, foi projetado por Lucien Pissarro.

Em 1916, o livro *Cheops* (Quéops), projetado por Van Royen, foi impresso em Zilvertype com as capitulares e títulos também abertos por De Roos seguindo sugestões de Van Royen [10.34]. Van Royen tinha um lado exótico e seus títulos, capitulares e vinhetas facilmente discerníveis são muito mais extravagantes que



10.34 J. F. van Royen, página dupla de *Cheops*, de J. H. Leopold, iniciais e títulos executados por S. H. de Roos, publicado por De Zilverdistel, 1916.

os de Van Krimpen e De Roos. Em 1923, Van Royen mudou o nome da De Zilverdistel para De Kunera Pers (Imprensa Kunera), o qual permaneceu até sua morte, em 1942.

O mais importante designer de tipos alemão foi Rudolf Koch (1876-1934), figura influente com pontos de vista profundamente místicos e medievais. Católico devoto, Koch lecionava na Escola de Artes e Ofícios em Offenbach am Main, onde liderou um grupo de escritores, impressores, pedreiros e trabalhadores em metal e tapeçarias numa comunidade criativa. Considerava o alfabeto uma realização espiritual suprema da humanidade. Dedicando-se antes da Primeira Guerra Mundial à caligrafia feita à caneta, Koch buscou a experiência medieval por meio do projeto e da inscrição de livros manuscritos. Mas ele não procurou meramente imitar o escriba medieval; ten-

tou levar adiante a tradição caligráfica pela criação de uma expressão simples e original derivada de seus próprios gestos e materiais. Após a guerra, Koch voltou-se para prospectos e artesanatos inscritos à mão e depois estabeleceu estreitos laços com a fundição de tipos Klingspor. Seus projetos de tipos variavam de interpretações originais de letras medievais [10.35] a novos projetos inesperados, como as letras brutalhadas e rústicas de seu tipo Neuland [10.36].

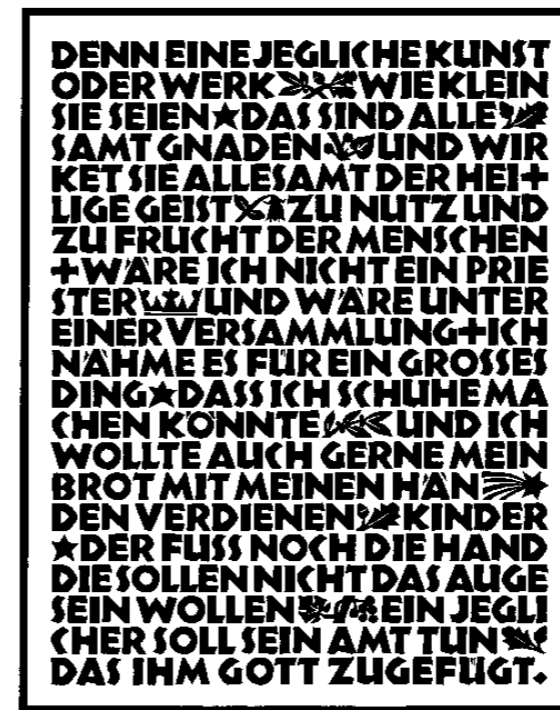
Nos Estados Unidos, a influência do movimento *arts and crafts* na revitalização da tipografia e do design de livros progrediu nas mãos de dois jovens do Meio-Oeste que se renderam ao encanto da Kelmscott Press durante os anos 1890. O designer de livros Bruce Rogers (1870-1956) e o designer de tipos Frederic W. Goudy (1865-1947), ambos devotados a uma vida inteira de trabalho criativo, tiveram uma longa



10.35 Rudolf Koch, Halbfette Deutsche Schrift (German Script seminegro), 1911-1913; Deutsche Schrift (German Script), 1906-1910; e Schmale Deutsche Schrift (German Script estreito), 1910-1913. As retomadas do gótico feitas por Koch conseguiram extraordinária legibilidade, notável cor tipográfica e intervalos espaciais, além de formas e ligaturas originais.

carreira repleta de amor pelos livros e de trabalho diligente. Transmitiram seu senso excepcional de design e produção de livros pelo século xx adentro.

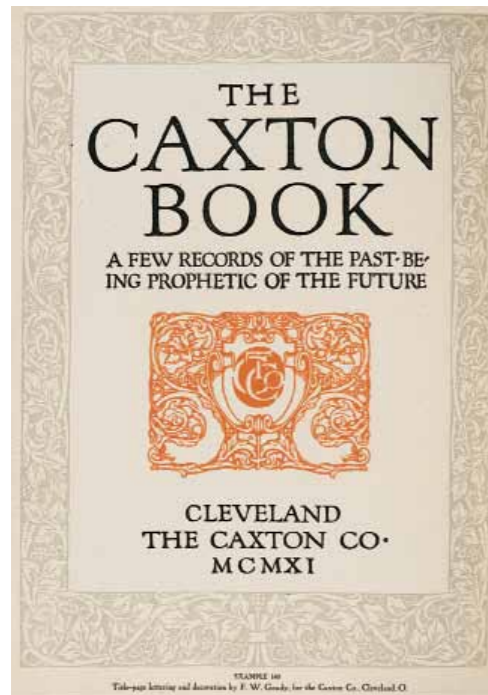
Quando garoto em Bloomington, Illinois, Frederic Goudy já era apaixonado pelas formas das letras. Mais tarde lembrava-se de ter recortado mais de 3 mil letras



10.36 Rudolf Koch, amostra do Neuland, 1922-1923. Uma textura densa é alcançada nestes tipos concebidos intuitivamente com formas versais inéditas de "C" e "S". Os ornamentos de inspiração xilográfica são usados para justificar esta inserção em um retângulo bem definido.

de papel colorido e convertido as paredes da igreja que frequentava num ambiente multicolorido de passagens bíblicas. Goudy trabalhava como guarda-livros em Chicago no início dos anos 1890 quando aderiu à impressão e à publicidade. Livros da Kelmscott Press, entre os quais *The Works of Geoffrey Chaucer*, e de outras imprensas particulares presentes no departamento de livros raros da livraria A. C. McClurg estimularam a imaginação de Goudy, que passou a interessar-se por arte, literatura e tipografia em "um plano mais elevado que o do mero enfoque comercial".

Em 1894, Goudy inaugurou a Camelot Press com um amigo, mas regressou à contabilidade no ano seguinte, após o surgimento de desacordos. Em 1895, estabeleceu a efêmera Booklet Press, e então projetou seu primeiro tipo, Camelot, durante o período de desemprego que se seguiu. Seu desenho a lápis de versais foi despachado pelo correio para a fundição de tipos Dickinson, de Boston, com uma oferta de venda do projeto por cinco dólares. Após uma ou duas semanas, recebeu um cheque de dez dólares em pagamento pelo projeto. Em 1899, Goudy tornou-se designer autônomo em Chicago, especializando-se no projeto de *letterings* e tipos. Um empreendimento nos moldes do ideal artesanal da imprensa particular [10.37], a Village Press mudou-se primeiro para Boston e depois para Nova York, onde um terrível incêndio a destruiu completamente em 1908. Esse mesmo ano marcou o fim dos esforços de Goudy como impressor; ele dedicou então sua energia ao projeto, à abertura e à fundição de tipos e iniciou uma longa sociedade com a Lanston Monotype Company, que encomendou algumas de suas melhores fontes. Goudy projetou um total de 122 tipos, segundo seus próprios



10.37 Frederic W. Goudy, capa de libreto, 1911. Os ideais do movimento *arts and crafts* foram atualizados na impressão para o comércio.

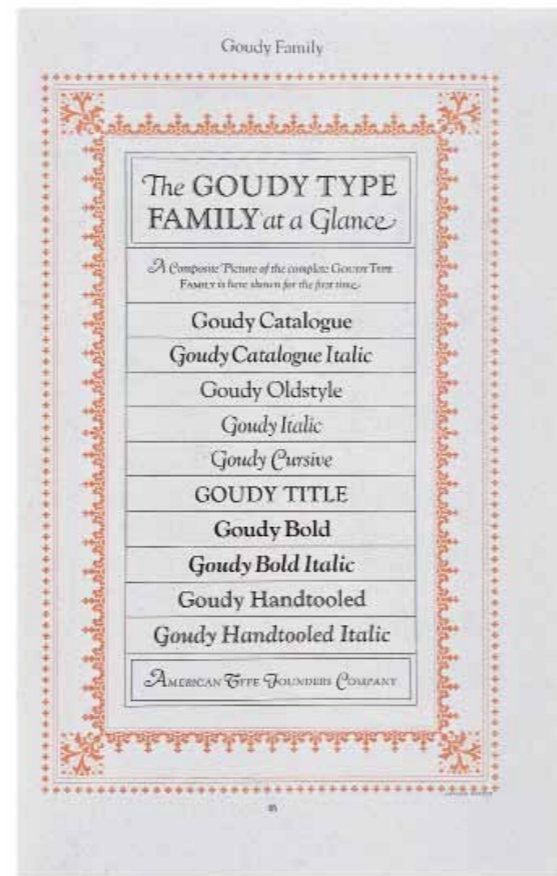
cálculos (contava as variações de romanos e itálicos como tipos distintos), incluindo alguns que nunca foram produzidos. Tradicionalista convicto, Goudy baseou muitos de seus tipos em desenhos venezianos ou do Renascimento francês [10.38].

Com personalidade afável e espirituosa, além de impressionante habilidade para escrever, Goudy apresentava William Morris e seus ideais a impressores corriqueiros. Entre seus livros que merecem ser lidos estão *The Alphabet* (O alfabeto, 1908), *Elements of Lettering* (Elementos do *lettering*, 1921) e *Typologia* (Tipologia, 1940). As duas revistas que ele editava, *Ars Typographica* e *Typographica*, produziram impacto na trajetória do design de livros. Em 1923, Goudy estabeleceu a fundição Village Letter em uma antiga fábrica às margens do rio Hudson, onde ele se tornou um próspero anacrônico – um designer de tipos independente que abria matrizes, depois fundia e vendia tipos. Em 1939, um segundo incêndio catastrófico queimou totalmente a fábrica, destruindo cerca de 75 projetos originais de tipos e milhares de matrizes. Sem se abalar, Goudy continuou a trabalhar até sua morte, aos 82 anos de idade.

10.38 A página 45 do *Specimen Book and Catalogue 1923* (Livro e catálogo de amostras 1923) da American Type Founders apresentava a série Goudy de fontes Old Style, incluindo fontes projetadas por outros designers.

Na virada do século, William Addison Dwiggins (1880-1956), um dos alunos de Goudy que se mostrava especialmente culto, definiu o estilo da editora Alfred A. Knopf e projetou centenas de livros para essa empresa. Durante o início dos anos 1920, Dwiggins usou pela primeira vez o termo *designer gráfico* para definir suas atividades profissionais. Em 1938 projetou um dos tipos para livros de uso mais generalizado nos Estados Unidos, o Caledonia.

Albert Bruce Rogers, de Lafayette, Indiana, partiu de suas raízes da Kelmscott nos anos 1890 para se tornar o mais importante designer de livros norte-americano do início do século xx. Após graduar-se na faculdade, onde teve muita participação como artista do *campus*, Rogers tornou-se ilustrador de jornais em Indianápolis. Desanimado com a tendência sensacionalista da reportagem ilustrada, com suas frequentes



Rogers como o designer dos sessenta lançamentos nessa linha nos doze anos seguintes. Beatrice Warde escreveu que Rogers “conseguiu roubar o Fogo Divino que brilhava nos livros da Kelmscott Press e, de algum modo, ser o primeiro a trazê-lo para a terra”. Rogers aplicou a concepção ideal de livro à produção comercial, tornando-se muito influente e definindo o padrão para o livro do século xx. Foi chamado de designer alusivo, pois seu trabalho lembra projetos anteriores. Para inspirar-se, passou dos tipos corpulentos e dos fortes ornamentos xilográficos de Jensen e Ratdolt para as letras mais leves e graciosas do Renascimento francês [10.39].

Em 1912, Rogers deixou a Riverside Press para se tornar designer de livros autônomo. Apesar de alguns anos difíceis, ele conquistou a liberdade necessária para realizar seu potencial pleno como artista gráfico. Seu projeto do tipo Centaur, de 1915, é uma das melhores dentre as inúmeras fontes inspiradas por Jensen.

10.39 Bruce Rogers, página com tipografia clássica. Veneziano na concepção, este projeto usa um peso de linha similar nos traços dos tipos e na moldura.



10.40 Bruce Rogers, página de *The Centaur*, por Maurice de Guérin, 1915. O cabeçalho, a capitular e o leiaute da página lembram os maravilhosos projetos gráficos do Renascimento francês.

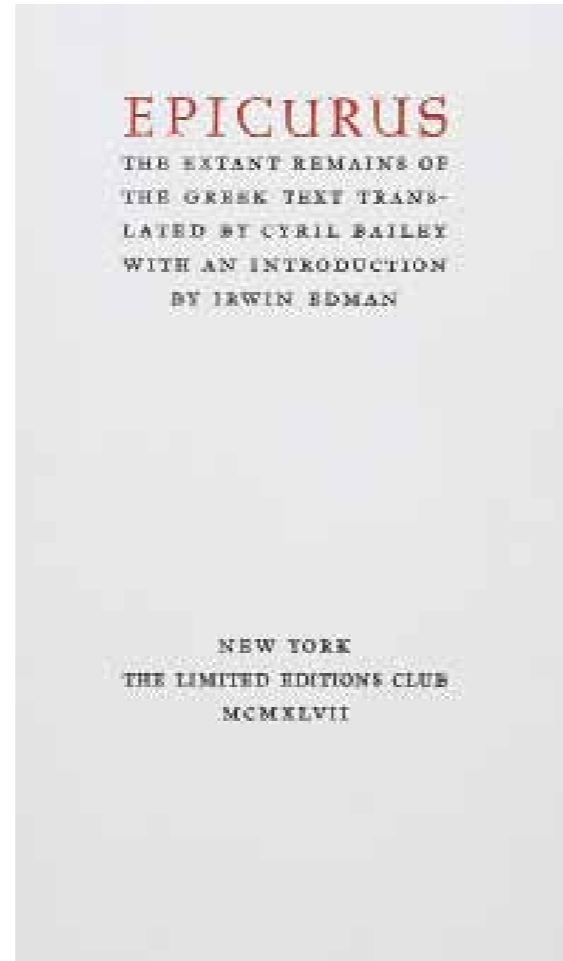
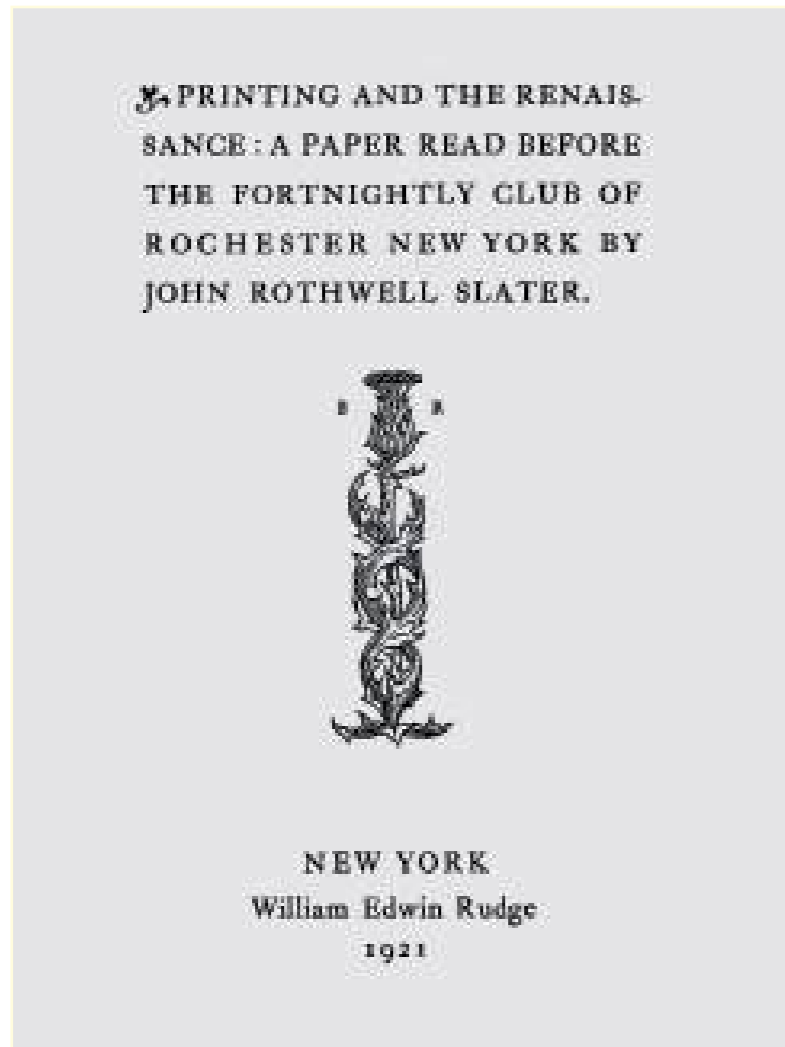
viagens ao necrotério local, Rogers tentou a pintura de paisagens, trabalhou para uma ferrovia do Kansas e fez ilustrações de livros. Depois que um amigo, J. M. Bowles, mostrou algumas publicações da Kelmscott para Rogers, seu interesse imediatamente voltou-se para o design de livros. Bowles dirigia uma loja de materiais de arte e editava uma pequena revista chamada *Modern Art*. Louis Prang se interessou por esse periódico e convidou Bowles a se mudar para Boston para editar o que passou a ser um periódico da L. Prang & Company. Era necessário um designer tipográfico, e Rogers foi contratado por cinquenta centavos por hora com garantia de uma semana de vinte horas de trabalho.

Rogers ingressou na Riverside Press, da Houghton Mifflin Company, em 1896 e projetou livros com forte influência do movimento *arts and crafts*. Em 1900, a Riverside criou um departamento especial para edições limitadas de alta qualidade tendo

Foi usada inicialmente em *The Centaur* (O centauro), de Maurice de Guerin, um dos mais elegantes designs de livros realizados por Rogers [10.40]. Em 1916, viajou para a Inglaterra para um esforço infrutífero de colaboração com Emery Walker, ficando depois como consultor da Cambridge University Press até 1919. Rogers trabalhou na Inglaterra novamente de 1928 a 1932; entre suas encomendas de projeto estava a monumental *Oxford Lectern Bible* (A Bíblia Oxford de atril).

Sendo em grande parte um designer intuitivo, Rogers possuía um sentido extraordinário de proporção visual e de “exatidão” [10.41]. O design é um processo

10.41 Bruce Rogers, frontispício de *Printing and the Renaissance* (A impressão e o Renascimento), publicado por William Edwin Rudge, Nova York, 1921.



que envolve inúmeras decisões; as escolhas sutis quanto a papel, tipos, margens, entrelinhas etc. podem combinar-se para culminar na criação de uma unidade ou de um desastre. Rogers escreveu: “A prova última, ao considerar o uso ou o descarte de um elemento de desenho ou decoração, parece ser a seguinte: ele se mostra indispensável ou a página ficaria bem ou melhor se ele fosse omitido?”. Tão rigorosos eram seus padrões de projeto que, quando compilou uma lista de livros bem-sucedidos dentre os setecentos que projetou, escolheu apenas trinta. O primeiro de sua lista era precedido por mais de uma centena de livros anteriores. Embora Rogers fosse um classicista que revitalizava as formas do passado, fazia isso com um senso do que era adequado para singularizar

10.42 Bruce Rogers, folha de rosto para *Epicurus*, Limited Edition Club, Nova York, 1947.

um projeto de livro [10.42]. Como Frederic Goudy, ele teve uma vida longa e foi reconhecido por seus feitos como designer gráfico.

Morris, o movimento *arts and crafts* e as imprensas particulares revitalizaram a tipografia. A paixão pelos tipos da era vitoriana começou a declinar nos anos 1890, à medida que imitações dos tipos da Kelmscott

foram sucedidas pela retomada de tipos clássicos. Os tipos dos mestres Garamond, Plantin, Caslon, Baskerville e Bodoni foram estudados, novamente abertos e oferecidos para composição manual e por teclado durante as primeiras três décadas do século xx.

Nos Estados Unidos, a American Type Founders Company (ATF) montou ampla biblioteca para pesquisa tipográfica e desempenhou papel importante na retomada de projetos anteriores. Seu diretor de desenvolvimento de tipos, Morris F. Benton (1872-1948), projetou importantes variações de Bodoni e Garamond. O colaborador de Benton no tipo Garamond

10.43 Páginas do *Specimen Book and Catalogue 1923* da American Type Founders apresentam demonstrações de impressão de sua retomada do Garamond com ornamentos Cleland.



da ATF [10.43] foi Thomas Maitland Cleland (1880-1964), designer cujos filetes, tipos e imagens foram inspirados no Renascimento italiano e francês. Cleland desempenhou papel importante ao converter o design do Renascimento e as artes projetuais da antiga Roma nas influências dominantes nas artes gráficas nos Estados Unidos durante as primeiras três décadas do século xx.

A retomada por Benton dos tipos de Nicolas Jenson foi lançada como a família Cloister. De 1901 a 1935, Benton projetou aproximadamente 225 tipos, incluindo nove membros adicionais da família Goudy e mais de duas dúzias de membros da família Cheltenham, que começou como um tipo do arquiteto Bertram Goodhue. Benton estudou cuidadosamente a percepção humana e a compreensão de leitura para desenvolver o Century Schoolbook, projetado para manuais escolares e amplamente utilizado neles. A figura 10.44 mostra exemplos de oito das famílias de tipos de Benton.

O legado do movimento *arts and crafts* ultrapassa as artes visuais. O comportamento de seus defensores quanto a materiais, função e valor social tornou-se importante inspiração para os designers do século xx. Seu impacto positivo no design gráfico continua um século após a morte de William Morris graças à retomada de tipos anteriores, aos constantes esforços rumo à excelência no design e na tipografia de livros e ao movimento da imprensa particular, que perdura até hoje.

Alternate Gothic
Century Schoolbook
Clearface
Cloister Bold
Franklin Gothic
News Gothic
Souvenir
Stymie Medium

10.44 Morris F. Benton, projetos de tipos: Alternate Gothic, 1906; Century Schoolbook, 1920; Clearface, 1907; Cloister Bold, 1913; Franklin Gothic, 1905; News Gothic, 1908; Souvenir, 1914; Stymie Medium, 1931.



Art nouveau

O maior comércio e comunicação entre os países asiáticos e europeus durante o final do século xix provocou um choque cultural; tanto o Oriente como o Ocidente passaram por mudanças em decorrência de influências recíprocas. A arte asiática possibilitou aos artistas e designers europeus e norte-americanos novas formas de abordar espaço, cor, convenções de desenho e temas radicalmente diferentes das tradições ocidentais. Isso revitalizou o design gráfico durante a última década do século xix.

A INFLUÊNCIA DO UKIYO-E

Ukiyo-e quer dizer “quadros do mundo flutuante” e define um movimento artístico do período Tokugawa do Japão (1603-1867). Essa época marcou o fim da história japonesa tradicional; foi um tempo de expansão econômica, estabilidade interna e florescimento das atividades culturais. Temendo o potencial impacto da expansão colonial europeia e dos missionários

cristãos na cultura japonesa, nos anos 1630 o xogum (governador militar cujo poder era maior que o do imperador) emitiu três decretos excluindo os estrangeiros e adotou uma política oficial de isolamento nacional. Os cidadãos japoneses eram impedidos de viajar para fora do país ou de retornar do exterior; o comércio exterior foi restringido a mercadores holandeses e chineses autorizados a utilizar o porto marítimo de Nagasaki. Durante esse período de isolamento, a arte japonesa adquiriu um caráter nacional peculiar com poucas influências externas.

O *ukiyo-e* combinava as narrativas realistas dos *emaki* (quadros tradicionais em rolos de pergaminho) com influências das artes decorativas. Os mais antigos trabalhos em *ukiyo-e* eram pinturas de biombos retratando os bairros de entretenimento – chamados de “mundo flutuante” – de Edo (atual Tóquio) e outras cidades. Cenas e atores do teatro Kabuki, renomadas cortesãs e prostitutas e erotismo foram os primeiros temas.

Os artistas do *ukiyo-e* logo aderiram à impressão xilográfica. Hishikawa Moronobu (1618-1694) é ampla-



11.1 Hishikawa Moronobu, *Jovem com duas cortesãs*, 1682. Os primeiros trabalhos impressos do *ukiyo-e* apresentavam cenas do cotidiano numa forma narrativa simples.

mente respeitado como o primeiro mestre da gravura *ukiyo-e* [11.1]. Esse filho de uma bordadeira provinciana iniciou sua carreira fazendo desenhos para bordados. Depois de mudar-se para Edo na metade do século XVII, Moronobu se tornou um ilustrador de livros que utilizava técnicas chinesas de xilogravura e alcançou grande público. Além de atores e cortesãs, seu trabalho mostrava o cotidiano das pessoas comuns, o povo na rua, mascates etc. As gravuras superaram em importância as pinturas de biombos à medida que os artistas passaram a explorar o crescente interesse por imagens que retratassem a vida urbana.

Trabalhando numa tradição em evolução, vários artistas japoneses deram contribuições importantes para o gênero. Okumura Masanobu (1686-1764) foi dos primeiros artistas a passar das xilogravuras de cor única coloridas à mão para a impressão em duas cores, e, em 1765, Suzuki Harunobu (c. 1725-1770) introduziu gravuras totalmente em cores a partir de numerosos blocos, cada um imprimindo uma cor diferente.

As impressões xilográficas japonesas [11.2] eram uma metódica colaboração entre editor, artista, abridor de blocos e impressor. O editor financiava a produção de uma gravura e coordenava o trabalho dos outros três parceiros. O artista fornecia um desenho separado para cada cor. Esses desenhos eram colados sobre blocos de madeira e as áreas negativas ou brancas eram recortadas, processo que destruía os originais. Depois de abertos todos os blocos, a impressão começava. Tintas à base de água e misturas sutis eram usadas, exigindo grande habilidade e velocidade por parte dos impressores. Só depois de todas as cores impressas, o artista podia ver o projeto inteiro.

Contemporâneos de Kitagawa Utamaro (c. 1753-1806) o anunciavam como artista inigualável para retratar belas mulheres; foi chamado de poeta máximo da gravura japonesa. Sua carinhosa observação da natureza e da expressão humana resultou em gravuras de insetos, pássaros, flores e mulheres dotadas de grande beleza e ternura [11.3]. Suas imagens das mais famosas beldades de Edo eram identificadas pelo nome. Em vez de repetir estereótipos de beleza convencional, Utamaro transmitia os sentimentos das modelos com base na cuidadosa observação de suas expressões físicas, gestos e estados emocionais. Seus



11.2 Artista desconhecido, impressão xilográfica de um livro sobre rosas, depois de 1868. Padronagem e representação naturalista coexistem numa gravura ilustrando uma rosa que floresce na montanha em maio, atraindo uma espécie aquática de pássaro.



11.3 Kitagawa Utamaro, retrato de uma cortesã, final do século XVIII. A palheta de cor contida e a composição primorosamente simples caracterizavam as gravuras de Utamaro que retratam mulheres altas e graciosas.



11.4 Atribuído a Katsushika Hokusai, c. 1820. Cenas do cotidiano, como estas mulheres tecendo, foram publicadas em livros ilustrados sobre a arte de Hokusai.

fundos em tom amarelo e bronze enfatizavam a pele delicada, em tom mais claro.

Em 1804 Utamaro foi encarcerado por três dias, depois obrigado a usar algemas por cinquenta dias, por fazer gravuras retratando a esposa e as concubinas do governante militar deposto Toyotomi Hideyoshi. Isso oprimiu seu espírito e seu trabalho decaiu; dois anos depois dessa tortura Utamaro morreu, aos 53 anos de idade.

O mais renomado e prolífico artista do *ukiyo-e* foi Katsushika Hokusai (1760-1849), que produziu cerca de 35 mil trabalhos durante sete décadas de inces-

sante criação artística. Em sua adolescência, Hokusai trabalhou em uma livraria de empréstimo de livros e foi aprendiz de gravador de blocos antes de se dedicar ao desenho e à pintura. Aos 19 anos, teve publicadas suas primeiras gravuras de atores do teatro Kabuki. O trabalho de Hokusai cobriu a gama completa de temas do *ukiyo-e*: estampas para álbuns; cenas de gênero; eventos históricos; ilustrações para romances; séries de paisagens incluindo imagens de rios, montanhas, cachoeiras e pontes; estudos naturais de flores, pássaros, conchas e peixes; pinturas em seda; cadernos de esboços; e gravuras de encomenda de

particulares para ocasiões especiais, chamadas *suri-mono*. Seus livros de modelos para artistas amadores eram muito populares, bem como suas caricaturas de ocupações, costumes e comportamento social.

A ilustração de livros era uma forma importante de arte popular. Hokusai, como a maioria dos artistas *ukiyo-e*, iniciou sua carreira ilustrando novelas sentimentais baratas, reconhecidas pela cor amarela de suas capas – depois passou a fazer ilustrações para os principais romancistas da época. Dos 20 anos de idade até o ano de sua morte, Hokusai ilustrou mais de 270 títulos, entre os quais vários livros de sua arte [11.4], como *Hokusai Gashiki* (O estilo Hokusai de desenho, 1819) e *Hokusai Soga* (Rascunhos de Hokusai, 1820). Esses eram produzidos tanto em preto e branco como em três cores. Os ilustradores japoneses desenvolveram uma magnífica sensibilidade para o ritmo cinético do livro, usando escala, densidade, textura e ação dramática para obter uma sequência dinâmica de imagens.

Impressões policrômicas de folha única foram consideradas o auge da arte *ukiyo-e*. Hokusai, que se autointitulava “o velho maluco por pintura”, produziu inúmeras séries com essa técnica e estava nos seus 70 anos quando projetou a série *Fugaku Sanju Rokkei* (Trinta e seis vistas do monte Fuji) [11.5]. O monte Fuji ocupa um lugar especial na cultura japonesa; os japoneses antigos eram adoradores do sol, e esse vulcão de 3776 metros é o primeiro a captar os raios do sol nascente. As gravuras do monte Fuji de Hokusai levam a gravura paisagística japonesa a um alto nível de expressão pela grandeza de sua concepção e sua criativa representação das formas naturais. Elas retratam os aspectos externos da natureza e interpretam simbolicamente as forças da energia vital encontradas no mar, nos ventos e nas nuvens.

Ando Hiroshige (1797-1858) foi o último grande mestre da xilogravura japonesa. Concorrente de Hokusai, inspirou os impressionistas europeus com sua brilhante composição espacial e habilidade para capturar os momentos efêmeros da paisagem. Na série *Tokaido Gojusantsugi* (Cinquenta e três etapas do Tokaido), Hiroshige ilustrou as 53 paradas [11.6] ao longo da estrada do Mar Oriental de Edo até Kyoto, capturando sutis nuances de luz, atmosfera e esta-



11.5 Katsushika Hokusai, *Gaifu kaisei* (Vento sul, alvorada clara), c. 1830-1832. Essa xilogravura do monte Fuji banhado pela luz do início da manhã é também conhecida como *Fuji vermelho*.

ção. Ele não só observou e capturou o esplendor poético da natureza como também o relacionou com a vida das pessoas comuns. Isso é visto nas brilhantes composições espaciais da série *Meisho Edo Hyakkei* (Locais célebres em Edo: cem vistas) [11.7]. A morte de Hiroshige durante uma epidemia de cólera em 1858 ocorreu quando o choque entre as culturas asiática e europeia estava prestes a exercer uma influência importante na arte e no design ocidentais. Os resultados resultantes das expedições navais do comodoro norte-americano Matthew C. Perry ao Japão, a partir de 1853, levaram ao colapso as políticas tradicionais do Japão isolacionista e abriram o comércio com o Ocidente. Uma revolução em meados do século XIX derrubou o último xogum em 1867 e no ano seguinte restabeleceu o poder supremo do imperador Meiji. Os dirigentes japoneses começaram a construir uma nação moderna com semelhanças econômicas e mi-



11.6 Ando Hiroshige, *Kanbara Yoru no Yuki* (Neve noturna em Kanbara), 1832-1834. A suave quietude de uma noite de inverno é capturada em poéticos tons de cinza.



11.7 Ando Hiroshige, *Ohashi Atake no Yudachi* (Rajada de chuva noturna na Grande Ponte próximo a Atake), c. 1856-1859. Um momento do tempo é preservado como um acontecimento humano transitório.

rante os anos 1880. Embora os praticantes do *ukiyo-e* fossem considerados artesãos no Japão, cativaram os artistas europeus, que extraíam inspiração do desenho de linha caligráfica, da abstração e simplificação dos aspectos naturais, das cores e silhuetas chapadas, do uso não convencional de formas pretas pronunciadas e padrões decorativos. Os temas frequentemente se tornavam símbolos emblemáticos, reduzidos a interpretações gráficas que transmitiam sua essência. Ambientes de paisagem e interiores eram mais apresentados como imagens alusivas do que como descrições detalhadas. Quase sempre, o *ukiyo-e* era venerado mais por seu impacto catalisador na arte ocidental que por suas grandes realizações independentes como ilustração e design gráfico.

ART NOUVEAU

O *art nouveau* foi um estilo decorativo internacional que prosperou por cerca de duas décadas (c. 1890-1910). Englobou todas as artes projetuais – arquitetura, design de mobiliário e produto, moda e artes gráficas – e, conseqüentemente, abrangeu cartazes, embalagens e anúncios; bules, pratos e colheres; cadeiras, batentes de porta e escadas; fábricas, entradas de metrô e casas. A qualidade visual característica do *art nouveau* é uma linha orgânica, similar às feições das plantas. Livre de raízes e da gravidade, ela pode ondular energicamente ou fluir com graça elegante à medida que define, modula e decora determinado espaço. Gavinhas, flores (como a rosa e o lírio), pássaros (particularmente pavões) e a forma humana feminina eram motivos frequentes dos quais essa linha fluida era adaptada.

O termo *art nouveau* surgiu em uma galeria de Paris administrada pelo marchand Samuel Bing, aberta em 1895 como o Salon de l'Art Nouveau. Além de arte japonesa, ali era exibida e vendida a “nova arte” de europeus e norte-americanos. Essa galeria se tornou um ponto de encontro internacional onde muitos jovens artistas eram apresentados, entre eles o artista norte-americano do vidro Louis Comfort Tiffany, cuja obra exerceu considerável influência na Europa. O *art nouveau* logo se estendeu a todas as áreas das artes:

arquitetura, pintura, arte comercial, cerâmica, mobiliário, ornamentação e design de livros.

O livro de Nikolaus Pevsner, *Pioneers of modern design* (Os pioneiros do desenho moderno), publicado em 1936, 1949 e 1960, foi um dos primeiros a dar ao *art nouveau* uma posição importante no desenvolvimento da arte e arquitetura do século xx. Ele via as características principais do movimento como “a curva longa e sensível semelhante ao caule de um lírio, à antena de um inseto, ao filamento de uma flor, ou por vezes a uma delgada chama, a curva ondulante, fluente, conjugada a outras, surgindo dos cantos e cobrindo assimetricamente todas as superfícies disponíveis”.

Menosprezar o *art nouveau*, relegando-o à decoração superficial, é ignorar seu papel central na evolução de todos os aspectos do design. O *art nouveau* é o estilo transitório que evoluiu do historicismo que dominou o design durante a maior parte do século xix. Ao substituir esse uso quase servil das formas e estilos anteriores, o *art nouveau* se tornou a fase inicial do movimento moderno, preparando o caminho para o século xx mediante a rejeição das abordagens anacrônicas do século xix.

Esse foi um período crucial na arquitetura e nas artes aplicadas, porque constituía uma ponte entre a desordem da era vitoriana e o modernismo. Os vitorianos buscavam soluções por meio de abordagens históricas estabelecidas. Os modernistas, porém, adotaram um novo estilo internacional, usando motivos elegantes em harmonia com a natureza e frequentemente caracterizados por linhas livres e graciosas. Embora as expressões desse novo estilo variassem de um país para outro, todas faziam parte da mesma família.

As ideias, os processos e as formas na arte do século xx testemunham essa função catalisadora. A arquitetura moderna, o design gráfico e industrial, o surrealismo e a arte abstrata possuem raízes na teoria e conceitos subjacentes ao *art nouveau*. Nas artes gráficas *art nouveau*, os movimentos lineares orgânicos com frequência dominam a área espacial e outras propriedades visuais, tais como a cor e a textura. No design tridimensional precedente, os ornamentos em geral não passavam de meros elementos decorativos aplicados à superfície de um edifício ou objeto, mas agora as formas e estruturas básicas se forma-

vam pelo design do ornamento e com ele evoluíam. Um novo princípio projetual unificava a decoração, a estrutura e a função pretendida. Como as formas e as linhas do *art nouveau* eram antes inventadas que copiadas da natureza ou do passado, havia uma revitalização do projeto apontando na direção da arte abstrata. Talvez o gênio mais fecundo do movimento tenha sido o arquiteto belga e barão Victor Horta (1861-1947). Seu projeto para a residência urbana de Emile Tassel em 1892 era unificado por redes curvilíneas sinuosas, diferentes de tudo já visto na Inglaterra ou no restante da Europa.

Durante esse período houve estreita colaboração entre artistas visuais e escritores. O movimento simbolista francês na literatura dos anos 1880 e 1890, com sua rejeição do realismo em favor do metafísico e sensual, foi uma influência importante e levou os artistas a atitudes simbólicas e filosóficas. Em uma era de ceticismo, com o racionalismo científico em alta e convicções religiosas tradicionais e normas sociais sob ataque, a arte era vista como um veículo potencial para a premente necessidade de rejuvenescimento espiritual. Nascimento, vida e crescimento; morte e decadência – estes se transformaram em temas simbólicos. A complexidade desse período e movimento deu margem a interpretações contraditórias: devido a seu caráter decorativo, alguns observadores veem o *art nouveau* como expressão da decadência do final do século xix; outros, porém, percebendo a busca do movimento por valores espirituais e estéticos, o veem como uma reação contra o retrocesso e o materialismo da época.

Os designers gráficos e ilustradores do *art nouveau* procuravam fazer da arte parte do cotidiano. Sua formação em belas-artes os havia educado nas formas e métodos artísticos desenvolvidos basicamente por considerações estéticas. Ao mesmo tempo eles aderiam com entusiasmo às técnicas de arte aplicada que haviam evoluído com o desenvolvimento dos processos de impressão comercial. Em decorrência disso, podiam melhorar significativamente a qualidade visual da comunicação de massa. O caráter internacional do *art nouveau* foi agilizado por avanços nos transportes e na tecnologia das comunicações. O contato entre artistas de vários países por meio da

mídia impressa e das exposições internacionais possibilitou a ocorrência de fecunda interação. Os muitos periódicos de arte dos anos 1890 atendiam a esse propósito e ao mesmo tempo apresentavam a nova arte e design para um público maior.

As inúmeras origens que se costumam citar para o *art nouveau* são difusas e muito amplas. Entre elas se encontra a ilustração de livros de William Blake, os ornamentos celtas, o estilo rococó, o movimento *arts and crafts*, a pintura pré-rafaelita, o design decorativo japonês e, em especial, as gravuras *ukiyo-e*. Inspiração importante também veio da pintura europeia do final dos anos 1880, que se rendera ao encanto asiático. As formas espiraladas de Vincent van Gogh (1853-1890), a cor chapada e o contorno orgânico estilizado de Paul Gauguin (1848-1903) e a obra do grupo Nabis, de jovens artistas, também tiveram seu papel. Os Nabis exploravam a cor simbólica e os padrões decorativos, concluindo que a pintura era, antes de tudo, um arranjo de cores em padrões bidimensionais.

CHÉRET E GRASSET

A transição das artes gráficas da era vitoriana para o estilo *art nouveau* foi gradual. Dois artistas gráficos que trabalhavam em Paris, Jules Chéret (1836-1933) e Eugène Grasset (1841-1917), desempenharam papéis importantes na transição. Em 1881 uma nova legislação francesa relativa à liberdade de imprensa impunha várias restrições de censura e permitia a afixação de cartazes em qualquer local exceto igrejas, urnas eleitorais ou áreas designadas para anúncios oficiais. Essa nova legislação levou a uma florescente indústria de cartazes, que empregava designers, impressores e *afficheurs*. As ruas se converteram numa galeria de arte para o país e pintores considerados não sentiam nenhuma vergonha em criar cartazes de anúncios. O movimento *arts and crafts* estava gerando um novo respeito pelas artes aplicadas, e Jules Chéret mostrou o caminho.

Hoje aclamado pai do cartaz moderno, Chéret era filho de um gráfico pobre que pagou quatrocentos francos para garantir um aprendizado de três anos em litografia para seu filho de 13 anos. O adolescente



11.8 Jules Chéret, cartaz para *Orphée aux Enfers*, 1879. Chéret evoluiu rumo a figuras maiores, mais animadas e maior unidade entre palavra e imagem.

passava os dias da semana escrevendo de trás para a frente em pedras litográficas, e aos domingos absorvia arte no Louvre.

Depois de concluir seu aprendizado, trabalhou como artesão e ilustrador litográfico para várias empresas e fez aulas de desenho. Aos 18 anos foi para Londres, mas só conseguiu trabalhar fazendo desenhos de mobílias para catálogos e, por isso, seis meses depois regressou a Paris.

Chéret estava convencido de que os cartazes litográficos ilustrados substituiriam os tipográficos de texto que enchiam o ambiente urbano, mas não conseguiu convencer os anunciantes a esse respeito. Com 22 anos de idade, produziu um cartaz azul e marrom para a opereta de Offenbach *Orphée aux Enfers* (Orfeu no Inferno) [11.8]. Como não surgiram novas encomendas, ele retornou a Londres, onde logo dominou a mais avançada litografia inglesa em cores. Uma encomenda de cartaz para uma família de palhaços com quem fizera amizade foi o ponto decisivo, levando a encomendas de rótulos do filantropo e fabricante de

perfumes Eugene Rimmel. Os vários anos de estreita associação e amizade com Rimmel foram marcados por uma longa experiência de projeto e produção, culminando com o financiamento de Rimmel para que Chéret estabelecesse uma firma de impressão em Paris em 1866. A tecnologia inglesa mais recente e pedras litográficas de grandes dimensões, produzidas artesanalmente sob encomenda, foram adquiridas e Chéret estava pronto para começar o processo de sucessão dos cartazes tipográficos. Ainda muito vitoriano na abordagem, o primeiro cartaz de sua oficina [11.9] foi um projeto monocromático para a produção teatral *La Biche au bois* (A corça no bosque), estrelada por Sarah Bernhardt aos 22 anos de idade. Tanto o artista como a atriz tomaram Paris de assalto, já que Bernhardt se tornava a atriz principal de seu tempo e Chéret, o pioneiro do cartaz.

Durante os anos 1870 Chéret distanciou-se da complexidade da era vitoriana, simplificando seus projetos e aumentando a escala de suas maiores fi-

guras e inscrições. Em 1881, vendeu sua gráfica para a Imprimerie Chaix e se tornou seu diretor artístico, mudança que lhe propiciou mais tempo para a arte e o design. Ele desenhava a partir de um modelo pelas manhãs, depois passava as tardes pintando diante de seu cavalete, desenhando com pastéis e trabalhando em suas enormes pedras litográficas. Em 1884 alguns cartazes de Chéret foram produzidos em tamanhos de até 2 metros de altura mediante impressão das imagens em seções, que eram juntadas na parede pelos *afficheurs*. A tiragem total anual de seus projetos era de quase 200 mil cópias. Pelo menos oito impressores franceses se especializaram em cartazes, e Chéret foi seguido por cerca de vinte outros designers de cartazes.

Entre as influências artísticas de Chéret se encontram a beleza idealizada e o estilo de vida despreocupado retratados por Watteau e Fragonard, as cores luminosas de Turner e o movimento sinuoso de Tiepolo, cujas figuras expressavam energia e movi-



11.9 Jules Chéret, cartaz para *La Biche au bois*, 1866. Em verde e preto, este primeiro cartaz de Chéret usava o formato de imagens múltiplas, muito popular nos anos 1860. O *lettering* é precursor das formas rodopiantes que marcam seu estilo maduro.



11.10 Jules Chéret, cartaz, “L’auréole du midi”, (A auréola do meio-dia), Pétrole de Sureté, 1893.

mento por meio de torsos girados e membros estendidos. Chéret trabalhava diretamente na pedra, em contraste com a prática padrão, pela qual o projeto do artista era transportado para as pedras por artesãos. Durante os anos 1880, passou a usar contornos pretos acompanhados por cores primárias (vermelho, amarelo e azul). Alcançou uma vitalidade gráfica com essas cores vivas e a sutil sobreimpressão permitia uma gama impressionante de cores e efeitos. Pontilhados e sombreados com hachuras, aguadas suaves parecidas com aquarela, imponentes porções gestuais de cor, raspões, arranhões e salpicos – tudo era usado em seu trabalho. Sua composição característica é uma figura central (ou figuras centrais) em gestual animado, cercada por redemoinhos de cores, figuras ou apoios secundários, e inscrição em negrito, que frequentemente repete as formas e os gestos da figura. Sua interminável produção para auditórios de música e para o teatro, para bebidas e medicamentos,

11.11 Jules Chéret, “Élysée Montmartre bal masqué” (Baile de máscaras), cartaz, 1896. Estão presentes a elegância parisiense, uma graça despreocupada e um domínio técnico espantoso. As figuras criam um jogo animado de ângulos, ligando as inscrições do alto e da base.



produtos de uso doméstico [11.10], artistas e publicações transformaram as paredes de Paris [11.11].

As belas jovens que ele criava, apelidadas de Chérettes por um público admirador, eram arquétipos – não só para a apresentação idealizada das mulheres nos meios de comunicação de massa, mas para uma geração de mulheres francesas que usavam seus vestidos e aparente estilo de vida como inspiração. Um especialista atribuiu a Chéret a alcunha de “pai da libertação feminina” porque ele introduziu um novo modelo de papel para as mulheres no final da era vitoriana. Até então as opções para as mulheres eram limitadas – a dama comportada na sala de visitas e a rameira no bordel eram papéis estereotipados – quando as Chérettes invadiram essa dicotomia. Nem beatas nem prostitutas, essas mulheres felizes e seguras de si gozavam a vida ao máximo, trajando vestidos curtos, dançando, bebendo vinho e até fumando em público. Embora Chéret preferisse o grande formato, dizendo que, devido a “uma mulher bem constituída ter mais ou menos 150 centímetros, um cartaz de 240 centímetros de comprimento propicia espaço amplo para desenhar uma figura de corpo inteiro”, sua produção variou das imagens em tamanho natural até as imagens diminutas.

Chéret foi indicado para a Legião de Honra pelo governo francês em 1890 por criar um novo ramo de arte que fez avançar a impressão e atendia às necessidades do comércio e da indústria. Ele projetou mais de mil cartazes até a virada do século, quando sua produção cartazista praticamente cessou e ele passou a dedicar mais tempo aos pastéis e às pinturas. Ele então se retirou para Nice, onde foi inaugurado o Museu de Jules Chéret, preservando sua obra, pouco antes de sua morte, aos 97 anos de idade.

Suíço de nascimento, Grasset foi o primeiro ilustrador/designer a competir com Chéret em popularidade pública. Grasset havia estudado intensamente a arte medieval, e essa influência, unida ao amor pela arte oriental exótica, transparecia vigorosamente em seus projetos para mobília, vitrais, tecidos e livros. Uma realização pioneira, tanto no design gráfico como na tecnologia de impressão, foi a publicação em 1883 de *Histoire des quatre fils Aymon* (História dos quatro filhos de Aymon) [11.12, 11.13], projetado e ilus-



11.12 Eugène Grasset, folha de rosto para *Histoire des quatre fils Aymon*, 1883. Dividindo o espaço em zonas, Grasset unificou texto, ilustração e padrões decorativos em um leiaute integrado.

trado por Grasset. Este livro foi impresso por meio de um processo em relevo que combinava o grão da água-tinta com a fotografia colorida a partir de lâminas feitas por Charles Gillot, que transformou os desenhos a traço e aquarelas de Grasset em ilustrações

11.13 Eugène Grasset, folha de rosto de capítulo e página de texto de *Histoire des quatre fils Aymon*, 1883. Uma unidade estrutural de tipografia, imagem e ornamento é conquistada.



delicadas. Grasset e Gillot colaboraram de perto nesse projeto durante dois anos, com Grasset trabalhando exaustivamente nas lâminas. O projeto é importante por sua integração total de ilustrações, formato e tipografia. As ideias de design de Grasset foram rapidamente assimiladas depois da publicação, inclusive as molduras decorativas enquadrando o conteúdo, a integração entre ilustração e texto numa unidade, e o projeto das ilustrações para que a parte tipográfica fosse impressa sobre céus e outras áreas. A segmentação espacial foi usada como componente expressivo nos leiautes de página.

Em 1886 Grasset recebeu sua primeira encomenda de cartaz. Suas donzelas esbeltas, que vestiam robes longos e soltos e assumiam poses estáticas para anunciar tintas, chocolates e cerveja, logo começaram a em-

belezar as ruas francesas. A figura 11.14 ilustra o que foi chamado de seu “estilo livro para colorir”, com o desenho de contornos pretos espessos encerrando as formas em áreas uniformes de cor até certo ponto semelhantes a janelas de vitrais medievais. Suas figuras lembram Botticelli e vestem roupas medievais; seus padrões estilizados de nuvens chapadas refletem seu conhecimento das xilogravuras japonesas. A composição formal e as cores suaves de Grasset contrastavam vivamente com o trabalho de cores intensas e de composição informal de Chéret. Apesar da atitude tradicionalista de Grasset, sua linha fluida, cores subjetivas e onipresentes motivos florais apontavam para o *art nouveau* francês. Sua obra inclui projetos de papel de parede e tecidos, vitrais, tipos e ornamentos para impressão.

O ART NOUVEAU INGLÊS

Na Inglaterra o movimento *art nouveau* estava mais envolvido com o design gráfico e a ilustração do que com o projeto arquitetônico e o design de produto. Suas origens, além das mencionadas anteriormente, incluíam a arte gótica e a pintura do período vitoriano. Um forte impulso rumo a um estilo internacional foi dado pela edição inaugural de abril de 1893 de *The Studio* (O estúdio), o primeiro de cerca de uma dúzia de novos periódicos de arte europeia dos anos 1890. O número de abril reproduzia o trabalho de Aubrey Beardsley (1872-1898) [11.15]; *The Three Brides* (As três noivas), do artista holandês Jan Toorop (1858-1928), foi incluído na edição de setembro [11.16]. Os primeiros números de *The Studio* também incluíam trabalho de Walter Crane (um dos primeiros inovadores na aplicação de temas ornamentais japoneses e interpretações orientais da natureza para o design de padronagens), além de mobília e tecidos produzidos para a loja Liberty and Company.

Aubrey Beardsley foi o *enfant terrible* do *art nouveau*, com seu notável trabalho em preto e branco vibrante a traço de caneta e chocantes imagens exóticas. Estranha figura *cult*, produziu intensamente durante apenas cinco anos e morreu de tuberculose aos 26 anos de idade. Ficou famoso aos 20 anos de idade,

11.14 Eugène Grasset, cartaz de exposição, c. 1894. Calmamente recatadas em vez de exuberantes, as figuras de Grasset projetam uma ressonância muito diferente das de Chéret.



quando suas ilustrações para uma nova edição de *Le Morte d'Arthur* (A morte de Arthur) de Mallory [11.17, 11.18] começaram a ser publicadas em fascículos mensais, expandindo a forte influência da Kelmscott, com estranhas e imaginativas distorções da figura e poderosas formas humanas negras. “The black spot”



(a mancha negra) foi o nome dado para composições baseadas em uma forma negra dominante. As gravuras japonesas e William Morris eram sintetizadas numa nova linguagem. A linha peculiar de Beardsley era reproduzida pelo processo de fotografação, que, ao contrário do bloco de madeira aberto à mão, guardava fidelidade total em relação à arte original.

Morris ficou tão irritado quando viu a edição de Beardsley para *Le Morte d'Arthur* que pensou em mover uma ação legal. Na opinião de Morris, Beardsley havia vulgarizado as ideias do estilo da Kelmscott [11.19] ao substituir as molduras formais e naturalistas por padrões chapados estilizados. Walter Crane, sempre a postos com um ponto de vista inequívoco, declarou que *Le Morte d'Arthur* de Beardsley misturava o espírito medieval de Morris com um estranho “espírito japonístico de perversidade e do grotesco”, que Crane julgava adequado para um antro de ópio.

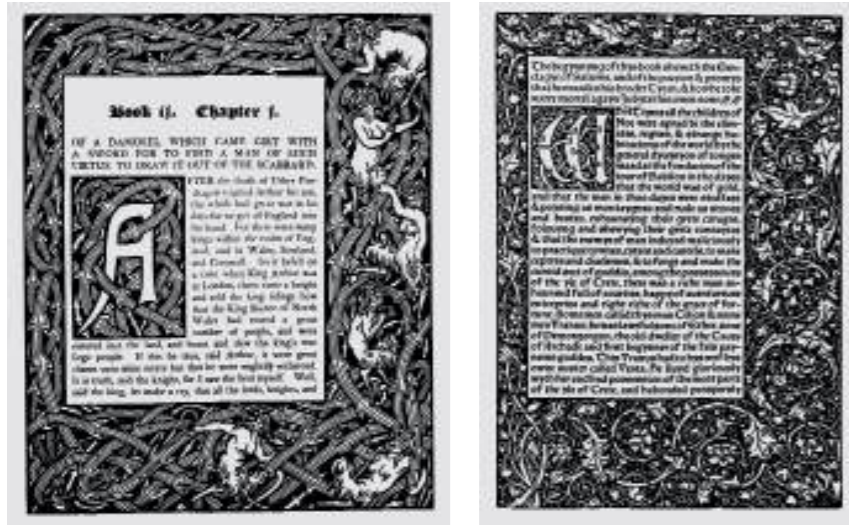
Apesar da raiva de Morris, a reação entusiástica ao trabalho de Beardsley resultou em inúmeras encomendas. Ele foi indicado para editor de arte de *The Yellow Book*, revista cuja capa em tom amarelo vivo nas bancas de jornais de Londres se tornou um símbolo para o novo e excessivo. Em 1894, *Salomé* de Oscar Wilde recebeu ampla notoriedade pela sensua-

11.16 Jan Toorop, *The Three Brides*, 1893. Neste desenho a lápis e crayon colorido em papel pardo, o fluxo ondulante de faixas estilizadas de cabelo simboliza o som fluindo continuamente dos sinos. O desenho curvilíneo de Toorop inspirou seus contemporâneos.

11.15 Aubrey Beardsley, primeira capa para *The Studio*, 1893. A carreira de Beardsley foi lançada quando o editor C. Lewis Hine apresentou seu trabalho nesta capa e reproduziu onze de suas ilustrações na edição inaugural.

11.17 Aubrey Beardsley, ilustração de página inteira, *Le Morte d'Arthur*, 1893. Esta imagem mostra o início da habilidade de Beardsley para combinar linha de contorno, áreas texturizadas e formas brancas e pretas em vigorosas composições. O contraste entre formas geométricas e orgânicas reflete a influência da gravura japonesa.





11.18 Aubrey Beardsley, abertura de capítulo, *Le Morte d'Arthur*, 1893. Os buquês líricos de William Morris foram substituídos por alegres ninfas mitológicas num projeto de cercaduras de urzes.

11.19 William Morris, página de *The Recuyell of the Historyes of Troye* (Compilação das histórias de Troia), 1892. Uma comparação entre os projetos de página de Morris e Beardsley revela que suas diferenças refletem uma divergência de filosofia, estilo de vida e valores sociais.

lidade explícita das ilustrações eróticas de Beardsley [11.20]. A sociedade inglesa vitoriana tardia ficou chocada com essa celebração do mal, que alcançou seu auge no trabalho de Beardsley para uma edição de *Lisistrata*, de Aristófanes. Proibida pelos censores ingleses, ganhou ampla circulação no restante da Europa.

Durante os últimos dois anos de vida, Beardsley ficou inválido. Quando conseguiu trabalhar, os padrões chapados e curvas dinâmicas do *art nouveau* cederam lugar a uma qualidade tonal mais naturalista, e contornos pontilhados suavizaram a linha decidida de seu trabalho anterior. Mesmo quando já decaía para uma morte tragicamente precoce, a influência relâmpago de Beardsley penetrou o design e a ilustração da Europa e da América do Norte.

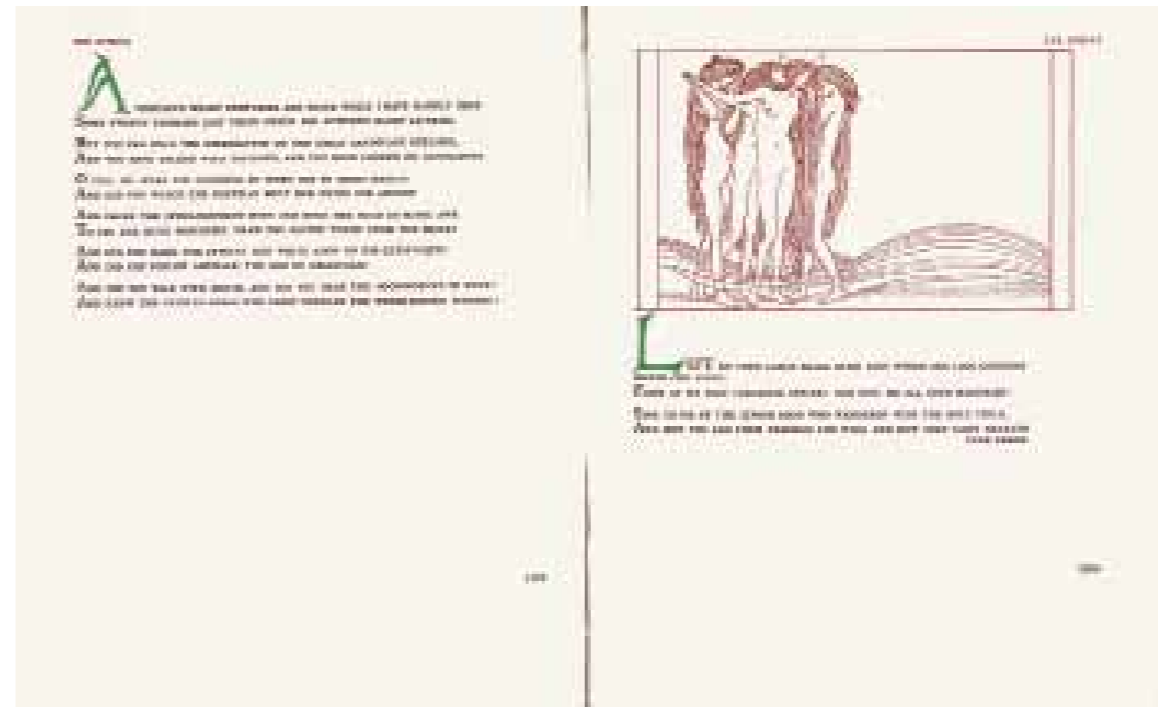
O principal concorrente de Beardsley entre os designers gráficos ingleses que trabalhavam na esteira do movimento *arts and crafts* e na crista do *art nouveau* foi Charles Ricketts, que manteve uma colaboração por toda a vida com seu amigo íntimo Charles Shannon (1863-1931). Ricketts começou como xilografurista e recebeu formação de tipógrafo; por isso, seu trabalho se baseava num conhecimento metucioso da produção gráfica. Enquanto Beardsley tendia a abordar seus trabalhos como ilustrações para serem inseridas entre as páginas de texto tipográfico, Ricketts abordava o livro como uma entidade total, concentrando-se numa harmonia entre as partes:



11.20 Aubrey Beardsley, ilustração para *Salomé* de Oscar Wilde, 1894. São João Batista e Salomé, que, após sua dança, recebeu de Herodes a cabeça do profeta numa bandeja, são figuras simbólicas marcantes. A interação dinâmica entre formas positivas e negativas raramente foi igualada.

encadernação, folhas de guarda, folha de rosto, tipografia, ornamentos e ilustrações (que eram frequentemente encomendadas a Shannon). Depois de trabalhar como gravador e designer para várias firmas gráficas, Ricketts estabeleceu seu ateliê e editora.

Em 1893 surgiu o primeiro projeto total de livro de Ricketts, e no ano seguinte ele produziu seu projeto magistral para o exótico e desconcertante poema de Oscar Wilde, *The Sphinx* (A esfinge) [11.21, 11.22]. Embora Ricketts fosse devedor de Morris, ele normalmente rejeitava a densidade do design da Kelmscott.



11.21 Charles Ricketts, *The Sphinx*, 1894. O frontispício não convencional de Ricketts, dominado por uma ilustração, é colocado antes na esquerda que na direita. O texto é montado todo em versais.

11.22 Charles Ricketts, páginas de *The Sphinx*, 1894. O espaço branco e os tipos impressos com tinta de tom ferrugem e verde-oliva não têm precedentes.



11.23 Charles Ricketts, design de encadernação para *Poems of Adoration* (Poemas de adoração), por Michael Fields, c. 1900. O simbolismo cristão é abstraído em formas elementares, com retângulos rigorosos pontuados por alguns círculos e arcos bem colocados.

Seus leiautes de página são mais leves, seus ornamentos e encadernação mais abertos e geométricos [11.23], e seus projetos possuem vívida luminosidade. O ornamento complexo e entrelaçado do design celta e as figuras planas e estilizadas pintadas em vasos gregos, que ele estudava no Museu Britânico, eram as maiores inspirações. Delas, Ricketts, como Beardsley, aprendeu como sugerir figuras e vestuário com um mínimo de linhas e formas chapadas sem nenhuma modulação tonal.

Em 1896 Ricketts lançou a Vale Press. Ao contrário de Morris, Ricketts não possuía uma prensa nem

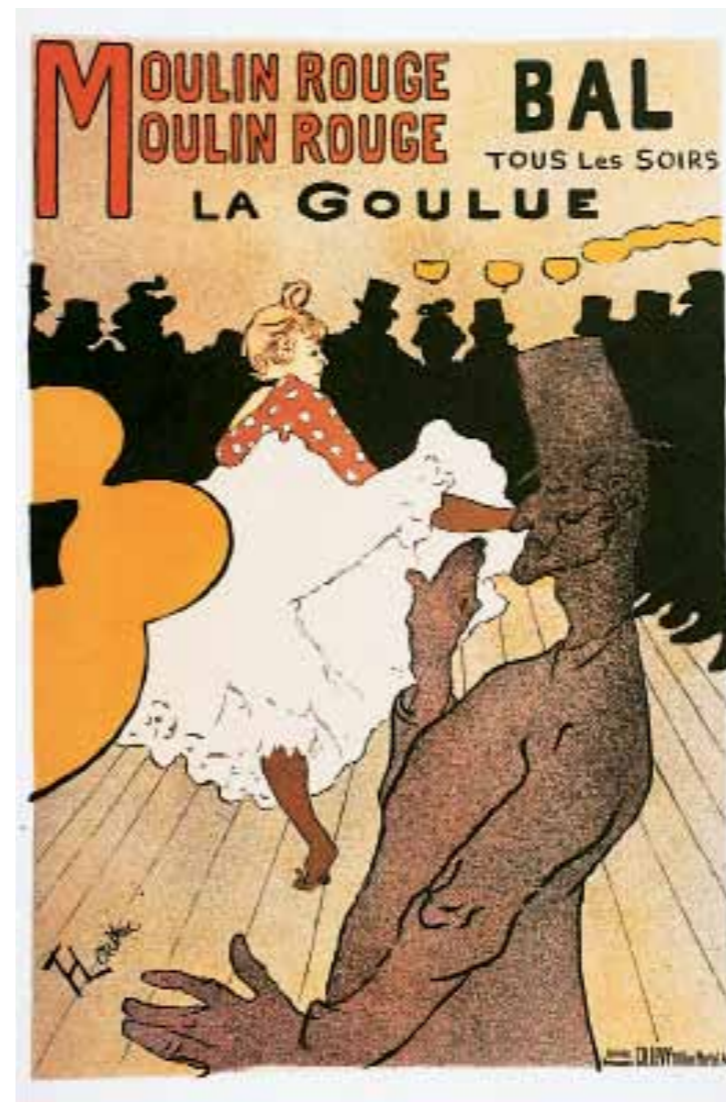
fazia sua própria impressão, mas preferia encomendar sua composição e tiragem a firmas que seguissem suas rígidas exigências. Quando mostraram a Morris os livros da Vale Press durante sua doença terminal, ele chorou de admiração pela grande beleza dos volumes de Ricketts.

O DESENVOLVIMENTO POSTERIOR DO ART NOUVEAU FRANCÊS

Durante os anos 1880, Grasset foi assíduo frequentador do cabaré Le Chat Noir, de Rodolphe Salis, ponto de encontro de artistas e escritores inaugurado em 1881. Lá ele se reunia e compartilhava seu entusiasmo pela impressão em cores com artistas mais jovens: Georges Auriol (1863-1939), Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) e seu colega, o artista suíço Theophile-Alexandre Steinlen (1859-1923).

Mesmo Jules Chéret teve de concordar que o cartaz de 1891 de Lautrec, “La Goulue au Moulin Rouge”, (A gulosa no Moulin Rouge), abria um caminho novo para o design de cartazes [11.24]. Um padrão dinâmico de planos chapados – silhuetas dos espectadores em preto, ovais amarelos para as luminárias e as roupas de baixo totalmente brancas da famosa dançarina de canção, que se apresentava com roupa íntima transparente ou aberta – move-se horizontalmente através do centro do cartaz. À frente está o perfil do dançarino Valentine, conhecido como “o sem-ossos” por causa de sua espantosa flexibilidade. Nesse marco do design de cartazes, formas simbólicas simplificadas e relações espaciais dinâmicas compõem imagens expressivas e comunicativas.

Filho do conde de Toulouse, Toulouse-Lautrec havia se voltado obsessivamente ao desenho e à pintura após fraturar as pernas em um acidente aos 13 anos de idade. O crescimento posterior de suas pernas foi atrofiado, deixando-o deficiente. Ele se tornou um mestre desenhista na tradição acadêmica após mudar-se para Paris dois anos depois. A arte japonesa, o impressionismo e o desenho e o contorno de Degas o entusiasmaram, e ele rondava os cabarés e bordéis de Paris, observando, desenhando e desenvolvendo um estilo jornalístico e ilustrativo que captava a

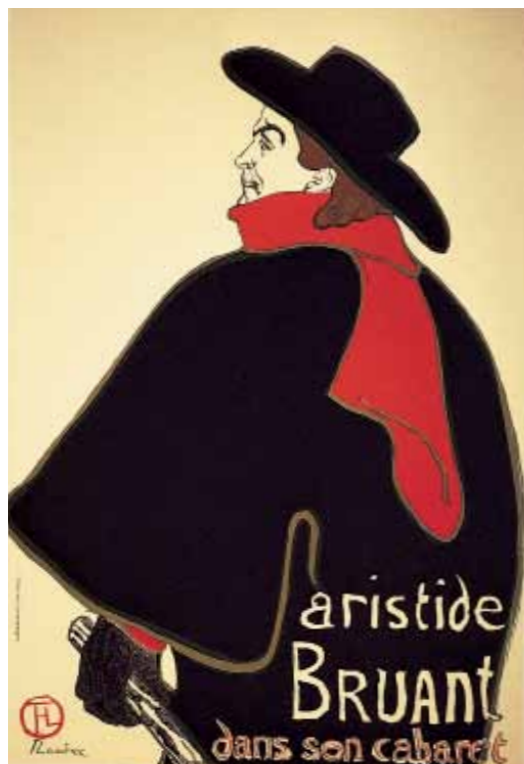


11.24 Henri de Toulouse-Lautrec, cartaz, “La Goulue au Moulin Rouge”, 1891. As formas se tornam símbolos; combinadas, representam um lugar e um evento.

vida noturna da *belle époque*, termo usado para descrever a reluzente Paris do final do século XIX [11.25]. Sendo principalmente impressor, desenhista e pintor, Toulouse-Lautrec produziu apenas 31 cartazes [11.24 – 11.27], cujas encomendas eram negociadas à noite nos cabarés, e uma modesta quantidade de projetos para capas de partituras e livros. Desenhando diretamente na pedra litográfica, muitas vezes trabalhava de memória, sem esboços, e usava uma velha escova de dentes que sempre levava consigo para obter efeitos tonais por meio de uma técnica de borrifo.

11.25 Henri de Toulouse-Lautrec, cartaz para *Reine de joie* (Rainha de alegria), 1892. O banqueiro Rothschild julgou que sua imagem havia sido usada como personagem principal no livro que estava sendo anunciado e tentou impedir a distribuição do cartaz.





11.26 Henri de Toulouse-Lautrec, cartaz para Aristide Bruant, 1893. A influência da gravura japonesa é evidente na silhueta plana, sem modulação de cor e desenho curvilíneo estilizado.

Na linha fluida de reportagem e na cor chapada, há certa afinidade entre os cartazes e impressos de Steinlen e os de seu amigo, e às vezes concorrente para encomendas, Toulouse-Lautrec. O debate em torno de qual deles influenciou o outro é irrelevante, porque Steinlen e Lautrec tiravam inspiração de fontes semelhantes e recíprocas. Steinlen chegou a Paris aos 22 anos com sua jovem esposa, grande amor pelo desenho e uma mania por gatos. Suas primeiras encomendas de Paris foram desenhos de gatos para Le Chat Noir [11.28]. Steinlen foi pródigo ilustrador durante os anos 1880 e 1890, e suas opiniões políticas radicais, afiliações socialistas e posição anticlerical o levaram a um realismo social, retratando a pobreza, a exploração e a classe operária. Suas litografias em preto e branco frequentemente tinham cores impressas por um processo de estêncil. Em sua vasta obra há mais de 2 mil capas de revistas e ilustrações internas, quase duzentas capas de partituras, mais de cem trabalhos de ilustração de livros e três dúzias de grandes cartazes.



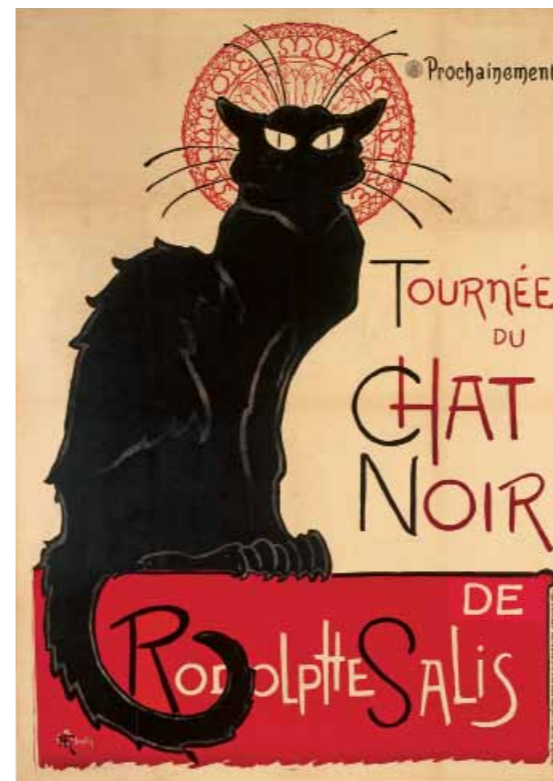
11.27 Henri de Toulouse-Lautrec, cartaz para Jane Avril, 1893. A expressividade gestual do desenho de Toulouse-Lautrec na pedra litográfica capta a vitalidade da dançarina. Este cartaz foi criado a partir de esboços feitos durante uma apresentação.

Embora seu primeiro cartaz colorido tenha sido projetado em 1885, seu legado se baseia em obras-primas dos anos 1890. Seu cartaz de painéis múltiplos de 305 por 228 centímetros para o impressor Charles Verneau [11.29] representava fielmente os pedestres nas calçadas parisienses adjacentes quase em escala natural. Notável ternura está exibida em um cartaz para uma leiteria ilustrando seus gatos famintos, que exigem parte da tigela de leite de sua filha Colette [11.30].

O jovem artista tcheco Alfons Mucha (1860-1939) havia mostrado notável habilidade para o desenho enquanto crescia na pequena aldeia morávia de Ivančice. Depois de viajar para Paris aos 27 anos, Mucha passou dois anos estudando, mantido por um benfeitor. Esse apoio financeiro foi subitamente interrompido e seguiu-se um período de extrema pobreza. Mas Mucha obteve aceitação cada vez maior como ilustrador por sua sólida habilidade para o desenho.

Na véspera do Natal de 1894, Mucha estava na gráfica de Lemercier, diligentemente corrigindo provas para um amigo que havia tirado férias. De repente o

11.28 Théophile Alexandre Steinlen, cartaz, "Tournée du chat noir" (A turnê do gato preto) de Rodolphe Salis, 1896.



11.29 Théophile Alexandre Steinlen, cartaz para a empresa de impressão de Charles Verneau, 1896. Uma amostra da sociedade parisiense – uma mãe e seu bebê, uma lavadeira, dois trabalhadores, a filha de Steinlen, Colette, com sua babá, um homem de negócios e compradores sofisticados – passeia em tamanho quase natural pelo espelho das calçadas adjacentes.



11.30 Théophile Alexandre Steinlen, cartaz para o leite esterilizado dos Irmãos Guillot, c. 1897. O vestido vermelho funciona graficamente em um sentido parecido ao da "mancha negra" de Beardsley.





11.31 Eugène Grasset, cartaz para Sarah Bernhardt como Joana d'Arc, 1894. Uma figura medieval postada à frente de padrões de céu inspirados pelas gravuras ukiyo-e.

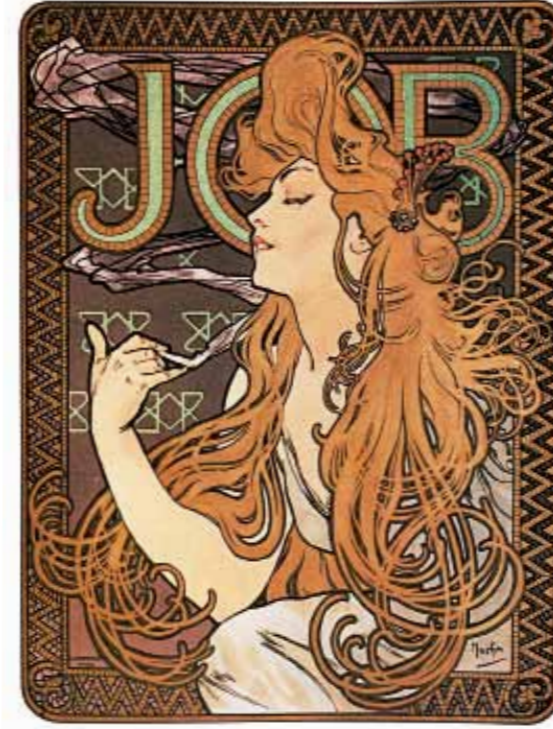


11.32 Alfons Mucha, cartaz de Gismonda, 1894. A figura de tamanho natural, padrão mosaico e forma alongada criava uma sensação noturna.

gerente da empresa entrou apressado na sala, transformado porque a famosa atriz Sarah Bernhardt estava exigindo um novo cartaz para a peça *Gismonda* para o dia de Ano-Novo. Como Mucha era o único artista disponível, coube a ele a encomenda. Usando a pose básica do cartaz anterior de Grasset para Sarah Bernhardt em *Joana d'Arc* [11.31] e croquis feitos da atriz no teatro, Mucha alongou o formato de Grasset, usou mosaicos de inspiração bizantina como motivos de fundo e produziu um cartaz totalmente distinto de todos os seus trabalhos anteriores [11.32]. A parte inferior desse cartaz ficou inacabada porque só se dispunha de uma semana para concluir o projeto, imprimir e afixar os anúncios. Devido a sua complexidade e às cores suaves, visto de longe, o trabalho de Mucha carecia do impacto do de Chéret. Mas assim que chegavam mais perto, os parisienses se surpreendiam.

No dia de Ano-Novo de 1895, quando Mucha começou sua escalada meteórica, várias influências de toda a Europa convergiam para o que seria rotulado de *art nouveau*. Embora Mucha resistisse a esse rótulo, sustentando que a arte era eterna e jamais podia ser nova, o desenvolvimento ulterior de seu trabalho e do cartaz visual está indissolúvelmente ligado a esse movimento internacional difuso e deve ser considerado parte de sua evolução. Assim como o movimento *arts and crafts* exerceu influência especial no *art nouveau* na Inglaterra, a luz e as elegantes curvas fluidas do rococó do século XVIII foram um recurso especial na França. A nova arte foi saudada como *le style moderne* (o estilo moderno) até dezembro de 1895, quando, como já foi mencionado anteriormente, Samuel Bing, antigo *marchand* de arte e artefatos do Extremo Oriente, que fomentava a consciência crescente do trabalho japonês, abriu sua nova galeria Salon de l'Art Nouveau. Bing encomendou ao arquiteto e designer belga Henri Clemens van de Velde (1863-1957) o projeto dos interiores da galeria, e realizou mostras de pintura, escultura, trabalhos em vidro, joalheria e cartazes de um grupo internacional de artistas e designers.

O design gráfico, mais efêmero e pontual que a maioria das outras formas de arte, começou a mudar rapidamente rumo à fase floral do *art nouveau*, à medida que Chéret, Grasset, Toulouse-Lautrec e especialmente Mucha desenvolviam seus motivos gráficos.



11.33 Alfons Mucha, cartaz dos papéis para cigarros Job, 1898. Mucha se deleitava em preencher o espaço total com animadas formas e ornamentos.

De 1895 a 1900, o *art nouveau* encontrou sua afirmação mais completa no trabalho de Mucha. Seu tema dominante era uma figura central feminina cercada por formas estilizadas derivadas de plantas e flores, arte popular morávia, mosaicos bizantinos e até da magia e do ocultismo. Seu trabalho foi tão influente que em 1900 a expressão *le style Mucha* passou a ser comumente empregada de modo intercambiável com *l'art nouveau*. (Na Alemanha, a nova arte era chamada *Jugendstil*, em função da revista *Jugend* (Juventude); na Áustria, *Szessionstil*, por causa do movimento artístico Secessão Vienense; na Itália, *stile floreale* ou *stile Liberty*, pelos tecidos e mobílias da loja de departamentos de Londres; na Espanha, *modernismo* e, na Holanda, *nieuwe kunst*.)

As mulheres de Mucha projetavam um sentido arquetípico de irrealidade. Exóticas, sensuais e, mesmo assim, virginais, não expressam nenhuma idade, nacionalidade ou período histórico específicos. Seus padrões estilizados de cabelo [11.33, 11.34] tornaram-se marca registrada da época, apesar dos detratores que desdenhavam esse aspecto de seu trabalho como “ta-

lharim e espaguete”. Sarah Bernhardt, que não ficara satisfeita com o cartaz de *Joana d'Arc* nem com vários outros cartazes de Grasset para suas apresentações, achou que o cartaz de Mucha para *Gismonda* a expressou tão bem graficamente que ela o fez assinar um contrato de seis anos para cenários, trajes, joias e mais nove cartazes. O volume da produção de Mucha era impressionante. As 134 litografias para o livro *Ilseé, Princesse de Tripoli* (Ilse, princesa de Trípoli), por exemplo, impresso numa edição limitada de 252 exemplares, foram produzidas em três meses. Além de arte gráfica, Mucha projetou móveis, tapetes, vitrais e objetos manufaturados. Seus livros de padrões



11.34 Alfons Mucha, ilustração de *Ilseé, Princesse de Tripoli*, 1901. Esta amostra magistral de projeto de página de Mucha tem linhas de contorno impressas em cinza azulado escuro. Cinco outras pedras litográficas imprimiam cinza azulado claro, ouro metálico, rosa, amarelo e marrom.



11.35 Alphonse Mucha, capa para *Wiener Chic* (Chique vienense), 1906. Esta capa de revista de moda mostra os padrões ornamentais de Mucha e a interação entre áreas orgânicas para texto e ilustração.

– inclusive *Combinaisons ornamentales* (Combinações ornamentais) [11.36], produzido em colaboração com Maurice Verneuil (1869-depois de 1934) e Georges Auriol (1863-c. 1938) – disseminaram o *art nouveau*. Houve também inúmeros livros holandeses que apresentaram padrões educativos no estilo *art nouveau*.

Em 1904, no auge da fama, Mucha deixou Paris para sua primeira visita aos Estados Unidos. Seu último trabalho importante em *art nouveau* foi realizado em 1909. Depois que a Tchecoslováquia se tornou nação independente em 1917, o país passou a ser o centro da vida e obra de Mucha. Seu *Slovanská epopej* (Épico eslavo), série de vinte grandes murais, retratava a história de sua gente. Depois que a Alemanha dividiu a Tchecoslováquia em 1939, Mucha foi uma das primeiras pessoas presas e interrogadas pela Gestapo e morreu alguns meses mais tarde.

11.36 Maurice Verneuil. Página de *Combinaisons ornamentales*, 1900. O *art nouveau* se difundia por meio de livros com padrões para artistas e designers.



Embora Emmanuel Orazi (1860-1934) tenha ficado famoso como designer de cartazes em 1884, quando desenhou um cartaz para Sarah Bernhardt, foi somente quando seu estilo estático se rendeu às influências de Grasset e Mucha, dez anos depois, que ele produziu seus melhores trabalhos. Seu cartaz para *La Maison Moderne* (A casa moderna) [11.37] foi projetado para uma galeria concorrente do Salon de l'Art Nouveau. Uma jovem dama sofisticada, desenhada num perfil quase egípcio, está postada diante de um balcão exibindo objetos da galeria. A marca no centro da janela caracteriza as muitas aplicações de letras *art nouveau* ao design de marcas. Muitas marcas registradas de origem no *art nouveau* [11.38] encontram-se em uso desde os anos 1890.



11.38 A. L. Rich, marca para a General Electric, c. 1890. Este projeto atende aos requisitos de uma solução bem-sucedida; é única, legível e inequívoca, o que explica por que sobreviveu a décadas de abordagens oscilantes do design.



11.37 Emmanuel Orazi, cartaz para *La Maison Moderne*, 1905. Móveis, objetos, roupas, joias e até o cabelo da mulher evidenciam amplitude do movimento.

O ART NOUVEAU CHEGA AOS ESTADOS UNIDOS

As artes gráficas britânica e francesa logo uniram forças para invadir a América. Em 1889, e novamente em 1891 e 1892, revistas da Harper encomendaram capas a Eugène Grasset [11.39]. Essas primeiras apresentações de uma nova abordagem do design gráfico foram literalmente importadas, pois os desenhos de Grasset eram impressos em Paris e transportados de navio para Nova York para encapar as revistas. O cartaz ilustrado foi adotado pela indústria norte-americana de publicações e começou a aparecer nas bancas de jornais anunciando os novos livros e revistas importantes como a *Harper's*, *Scribner's* e *Century*.

Inglês de nascimento, Louis Rhead (1857-1926) estudou na Inglaterra e Paris antes de emigrar para os Estados Unidos em 1883. Após oito anos em Nova York como ilustrador, regressou à Europa por três anos e adotou o estilo de Grasset. Em sua volta aos Estados Unidos, um fluxo prolífico de cartazes, capas de revista [11.40] e ilustrações possibilitou que ele fosse colocado ao lado do autodidata norte-americano William H. Bradley (1868-1962) como um dos dois maiores profissionais do design gráfico e ilustração inspirados pelo *art nouveau*.



11.39 Eugène Grasset, capa para a *Harper's Magazine*, 1892. O trabalho de Grasset, combinando contornos fluidos e cores chapadas com uma atmosfera quase medieval, arrebatou a imaginação norte-americana.



11.40 Louis Rhead, capa para a *Harper's Bazar*, 1894. Padrões lineares deslumbrantes animam o fundo. Note-se a densidade do anúncio colorido de Rhead para o Royal Baking Powder na quarta capa, em contraste com os outros três anúncios mais típicos.

Embora aderisse às donzelas esbeltas, linha de contorno e cores chapadas de Grasset, Rhead rejeitou suas cores pálidas em favor de vibrantes combinações inesperadas, como as linhas de contorno vermelhas sobre cabelo azul-claro diante de um céu verde intenso. O estilo eclético de Rhead às vezes combinava uma profusão de influências em seus projetos: adornos decorativos da era vitoriana, formas inspiradas pelo movimento *arts and crafts* e padrões lineares curvos e abstratos.

Enquanto Rhead adotava o cartaz francês como modelo, o ativo e extremamente talentoso Will Bradley inspirava-se em fontes inglesas. Depois da morte do pai por ferimentos sofridos na Guerra de Secessão, aos 9 anos de idade Bradley mudou-se com sua mãe de Massachusetts para Ishpeming, Michigan, para morar com parentes. Sua primeira formação em artes gráficas começou aos 11 anos, quando se tornou aprendiz no jornal *Iron Agitator*, mais tarde *Iron Ore*. Quando

Bradley estava com 17 anos, usou seus cinquenta dólares de economias para ir a Chicago e ser aprendiz de gravador na companhia Rand-McNally. Percebendo que os gravadores não projetavam nem ilustravam, e que os ilustradores e designers não gravavam, em pouco tempo retornou a Ishpeming. Mas Chicago logo o atraiu novamente, e aos 19 anos tornou-se designer tipográfico na empresa Knight & Leonard.

Impossibilitado de pagar aulas de arte, Bradley se tornou estudioso voraz de revistas e livros em bibliotecas. Como aconteceu com Frederic Goudy e Bruce Rogers, William Morris e seus ideais produziram enorme impacto em Bradley. Em 1890, suas ilustrações a bico-de-pena inspiradas pelo movimento *arts and crafts* atraíam encomendas com regularidade. No início de 1894, Bradley entrou em contato com o trabalho de Beardsley, que o levou para as formas chapadas e o contorno estilizado. Começando em 1894, a colaborar para a *Inland Printer* e *The Chap Book*



[11.41–11.43] acendeu o pavio do *art nouveau* nos Estados Unidos. Seus detratores o desprezavam como “o Beardsley norte-americano”, mas Bradley usou o estilo de Beardsley como trampolim para a nova técnica gráfica e uma unidade visual de tipos e imagens que ia além da imitação. Ele fez uso inovador de técnicas fotomecânicas para produzir imagens repetidas [11.43], sobrepostas e invertidas.

Bradley era criativo em sua abordagem do design tipográfico e ignorava todas as regras e convenções vigentes. Sob sua batuta, os tipos se tornavam elementos de design, que eram comprimidos numa coluna estreita ou espaçados para que linhas com muitas e poucas letras tivessem todas o mesmo comprimento, formando um retângulo. Inspirado pela Kelmscott Press, Bradley fundou a Wayside Press após mudar-se de Chicago para Springfield, Massachusetts, no final de 1894. Ele produziu livros e anúncios e, em 1896, iniciou a publicação de um periódico de arte e literatura, *Bradley: His Book* (Bradley: seu livro) [11.44]. Tanto a revista como a imprensa tiveram sucesso financeiro e de crítica, mas a dureza e os muitos papéis que assumiu em sua administração – editor, designer, ilustrador, gerente de imprensa – ameaçaram a saúde de Bradley. Em 1898 ele vendeu a Wayside Press para a Cambridge University Press e ali aceitou um cargo.

Em 1895, durante uma visita à Biblioteca Pública de Boston, Bradley examinou uma coleção de peque-



11.41 Will Bradley, capas para *The Inland Printer*, 1894-1895. O repertório gráfico de Bradley variava de delicadas linhas de contorno para obtenção de um efeito de leveza geral à redução da imagem a massas de silhuetas em preto e branco, passando por complexos desenhos tonais.

11.42 Will Bradley, capa para *The Inland Printer*, 1895. As figuras são reduzidas a símbolos orgânicos em relações dinâmicas de forma.



11.43 Will Bradley, cartaz para *The Chap Book*, 1895. A repetição da figura em um tamanho menor, sobrepondo à maior, possibilitou que Bradley criasse um conjunto complexo de relações visuais.

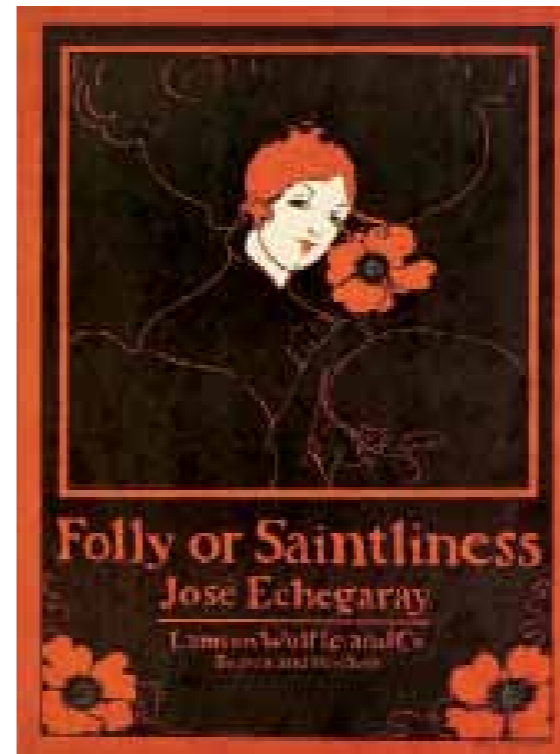
nos livros com impressão grosseira da Nova Inglaterra da época colonial chamados *chapbooks*, assim denominados por serem vendidos por mascates ambulantes conhecidos como *chapmen*. O vigor desses trabalhos, com seus tipos Caslon, entreletras largas, mistura de tipos romanos, itálicos e capitulares, xilografuras robustas e fios simples, inspirou os primórdios de uma nova direção nas artes gráficas que ficou conhecida como o estilo *chapbook*. Após a virada do século, Bradley tornou-se consultor da American Type Founders, projetando tipos e ornamentos. Ele escreveu e desenhou sua série de doze livrinhos, *The American Chap-Book* [11.45]. Uma paixão crescente



11.44 Will Bradley, cartaz para *Bradley's Book*, 1898. Romantismo medieval, *art nouveau* e padrões inspirados pelo movimento *arts and crafts* se misturam numa comprimida imagem frontal.



11.45 Will Bradley, capas e páginas duplas de *The American Chap-Book*, 1905. Designers, tipógrafos e impressores tiraram ideias e possibilidades dos projetos e ornamentos de Bradley.

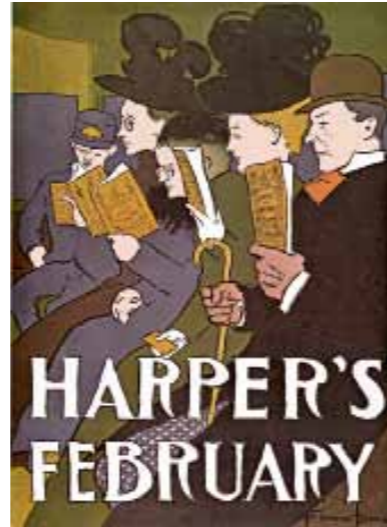


pelo design de tipos e pelo layout levou Bradley a tornar-se editor de arte da revista *Collier's* em 1907. Durante as últimas décadas de sua carreira, fez importantes contribuições para a evolução do projeto editorial do século xx.

Ethel Reed (n. 1876) foi a primeira mulher nos Estados Unidos a alcançar proeminência nacional como designer gráfica e ilustradora [11.46]. Nascida e criada em Massachusetts, aos 18 anos ficou bastante conhecida como ilustradora de livros e designer de cartazes. Durante apenas quatro anos (1894-1898) criou cartazes e ilustrações para as editoras de Boston Copeland & Day e Lamson, Wolfe and Company. A carreira de Ethel Reed terminou abruptamente depois que ela viajou para a Inglaterra e produziu seu último cartaz em Londres em 1898. Continua um mistério o seu desaparecimento do registro histórico aos 22 anos de idade.

Diretor de arte das publicações da Harper & Brothers de 1891 a 1901, Edward Penfield (1866-1925) gozou de reputação comparável à de Bradley e Rhead. Sua série mensal de cartazes para a revista *Harper's*, de 1893 a 1898, era voltada aos membros afluente da sociedade, que eram retratados com frequência lendo ou carregando um número da revista. Seu primeiro cartaz para a *Harper's* foi desenhado para a edição de janeiro de 1894 e apresentava uma ilustração naturalista em aquarela mostrando um jovem sofisticado adquirindo uma assinatura [11.47]. No curso daquele ano, Penfield evoluiu rumo a seu estilo ma-

11.46 Ethel Reed, cartaz para o livro *Folly or Saintliness* (Loucura ou santidade), 1895. Com uso imaginativo da impressão em três cores, o rosto branco com lábios vermelhos reluz contra o fundo negro e marrom alaranjado do cartaz.



11.47 Edward Penfield, cartaz para a *Harper's*, 1894. A modelagem tonal tradicional cria esta imagem; mais tarde nesse ano ele passou para a linha e a cor chapada.

11.48 Edward Penfield, cartaz para a *Harper's*, 1894. Letras figurativas e um sentido dramático de expectativa no momento antes do início dos fogos de artifício criam um efeito esdrúxulo.

11.49 Edward Penfield, cartaz para a *Harper's*, 1897. Compressão espacial semelhante à de uma teleobjetiva converte cinco figuras sobrepostas em um padrão rítmico bidimensional.

duro de desenho de contornos com planos chapados de cor. Eliminando o fundo, ele obrigava o espectador a concentrar-se na figura e nas letras. Penfield desenhava com um traço vigoroso, fluente, e seus planos de cores chapadas eram geralmente complementados por uma técnica magistral de pontilhismo. Em um cartaz humorístico de 1894 para a edição de julho [11.48], uma jovem está tão absorta em sua leitura que acende uma fogueira de bombinhas sem sequer olhar para elas; é transmitido o prazer envolvente de ler a *Harper's*. Em um cartaz de 1897 [11.49], todos num trem, inclusive o condutor, estão lendo a revista. Essa campanha obteve enorme sucesso e publicações concorrentes passaram a encomendar projetos que a imitavam, mostrando o público leitor absorto em suas revistas. William Carqueville (1871-1946) criou cartazes parecidos para a revista *Lippincott's*, incluindo um para a edição de julho de 1895 que exibiu uma jovem deixando cair sua *Lippincott's* depois que um garoto a assustou com uma bombinha [11.50].

Vários artistas mais jovens do movimento cartazista dos anos 1890 iriam tornar-se ilustradores importantes de revistas e livros ao longo do século xx. Maxfield Parrish (1870-1966) foi rejeitado como aluno por Howard Pyle, que alegou ao jovem não ter mais nada a lhe ensinar e que ele deveria desenvolver um estilo independente. Parrish expressou uma visão romântica e idealizada do mundo [11.51] em ilustrações

para livros, revistas e anúncios nas primeiras três décadas do século xx antes de voltar-se para a pintura de paisagens para reprodução.

A INOVAÇÃO NA BÉLGICA E NA HOLANDA

A Bélgica conheceu um início de fermentação criativa nos anos 1880, quando o Cercle des xx (Círculo dos vinte) foi formado para mostrar a arte progressista ignorada pelo *establishment* dos salões, incluindo pinturas de Gauguin em 1889 e Van Gogh em 1890. O projeto de capa para um catálogo da exposição Les Vingt (Os vinte) feito por Georges Lemmen (1865-1916) em 1891 demonstra que os artistas belgas estavam na vanguarda do movimento rumo a uma nova



11.51 Maxfield Parrish, cartaz para a revista *Scribner's*, 1897. Parrish criou uma elegante terra da fantasia com seu desenho idealizado, cores primitivas e composição intrincada.



11.50 Will Carqueville, cartaz para a *Lippincott's*, 1895. Tanto o estilo como o conceito foram imitados do cartaz de Penfield para o Quatro de Julho anterior.



11.52 Georges Lemmen, desenho de capa para um catálogo da exposição Les Vingt, 1891. Um sol nascente, símbolo do grupo, ascende sobre um mar movimentado por linhas sinuosas.

11.53 Henri van de Velde, iniciais de *Van nu en straks*, c. 1896. A tipografia era aqui impelida rumo a uma expressão de pura forma.



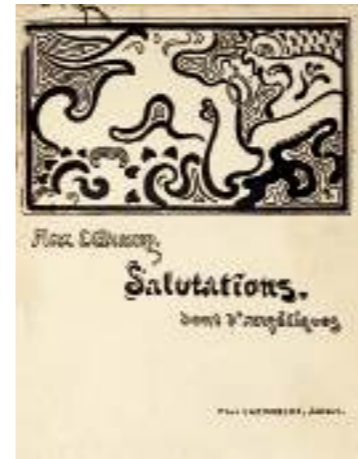
arte [11.52]. Por volta de meados dos anos 1890 o *art nouveau* belga tornou-se uma força importante, à medida que o arquiteto barão Victor Horta e o designer Henri van de Velde influenciavam desdobramentos do movimento em toda a Europa.

Arquiteto, pintor, designer e educador, Van de Velde sintetizou influências como a gravura japonesa, o *art nouveau* francês, o movimento *arts and crafts* inglês e, mais tarde, a Escola de Glasgow em um estilo unificado. Depois de explorar o pós-impressionismo, inclusive o pontilhista, estudou arquitetura e entrou para o Cercle des xx. O exemplo de Morris inspirou seu envolvimento crescente com o design, e logo Van de Velde abandonou a pintura. Decoração de interiores, design de livros, encadernação, joalheria e trabalho em metal tornaram-se atividades importantes. Em 1892 Van de Velde escreveu um ensaio importante, “Deblaiement d’art” (Desobstrução da arte), clamando por uma nova arte que fosse contemporânea no conceito e na forma, mas possuísse a vitalidade e a integridade ética das grandes artes decorativas e aplicadas do passado. Os ornamentos e capitulares projetados para uma reimpressão desse ensaio e para o periódico *Van nu en straks* (De hoje e amanhã) beiram a pura abstração [11.53], pois as estruturas básicas das letras são transfiguradas por ritmos lineares dinâmicos. O trabalho de Van de Velde pode ser visto como um esforço sério para desenvolver novas formas para a época. No design de livros, ele abriu um caminho criativo, desenhando formas lineares dinâmicas que abraçam o espaço circundante e os

intervalos entre elas. Seu trabalho evoluiu de formas inspiradas por símbolos e motivos da natureza para padrões rítmicos lineares [11.54]. Ao aplicar essa abordagem ao design gráfico, Van de Velde tornou-se precursor da pintura do século xx, prenunciando a vinda de Kandinski e a expressão abstrata do século xx. O único cartaz que fez foi para um produto alimentício concentrado, o Tropon, para o qual criou rótulos e anúncios em 1899 [11.55]. Em vez de comunicar informações sobre o produto ou retratar pessoas consumindo-o, Van de Velde envolvia o espectador com formas e cores simbólicas. De 1908, seu projeto para os livros *Also Sprach Zarathustra* (Assim falava Zaratustra) e *Ecce Homo*, de Friedrich Nietzsche, é uma obra-prima [11.56, 11.57].

Embora Van de Velde se tornasse um inovador do *art nouveau*, estava muito mais interessado em promover a filosofia do movimento *arts and crafts* que na invenção visual como fim em si mesmo. Após a virada do século, seus ensinamentos e escritos *Die Renaissance in modernen Kunstgewerbe* (O Renascimento na arte aplicada moderna, 1901), e *Kunstgewerbliche Laienpredigten* (Sermões de um leigo sobre arte aplicada, 1903), tornaram-se uma fonte vital para o desenvolvimento da arquitetura e da teoria do design do século xx. Ele ensinava que todos os ramos de arte – da pintura ao design gráfico e do design industrial à escultura – compartilham uma linguagem comum da forma e são de igual importância para a comunidade humana. Eram necessários materiais adequados, formas funcionais e uma unidade de organização visual. Ele via os ornamentos não como decoração, mas como meio de expressão que podia alcançar a condição de arte.

Objetos produzidos por máquinas, afirmava Van de Velde, deviam ser fiéis a seu processo de fabricação em vez de falsamente tentarem parecer feitos à mão. Depois que o grão-duque de Saxe-Weimar o chamou para Weimar como conselheiro de arte e design em 1902, Van de Velde reorganizou o Instituto de Artes e Ofícios e a Academia de Belas-Artes de Weimar, passo preliminar em direção à formação da Bauhaus de Walter Gropius em 1919 (ver capítulo 16). Quando irrompeu a Primeira Guerra Mundial, Van de Velde retornou a seu país de origem. Em 1925, o governo



11.54 Henri van de Velde, capa do livro *Salutations* (Cumprimentos), 1893. Ilustração e inscrição são unificados por formas e pesos de linha correspondentes.

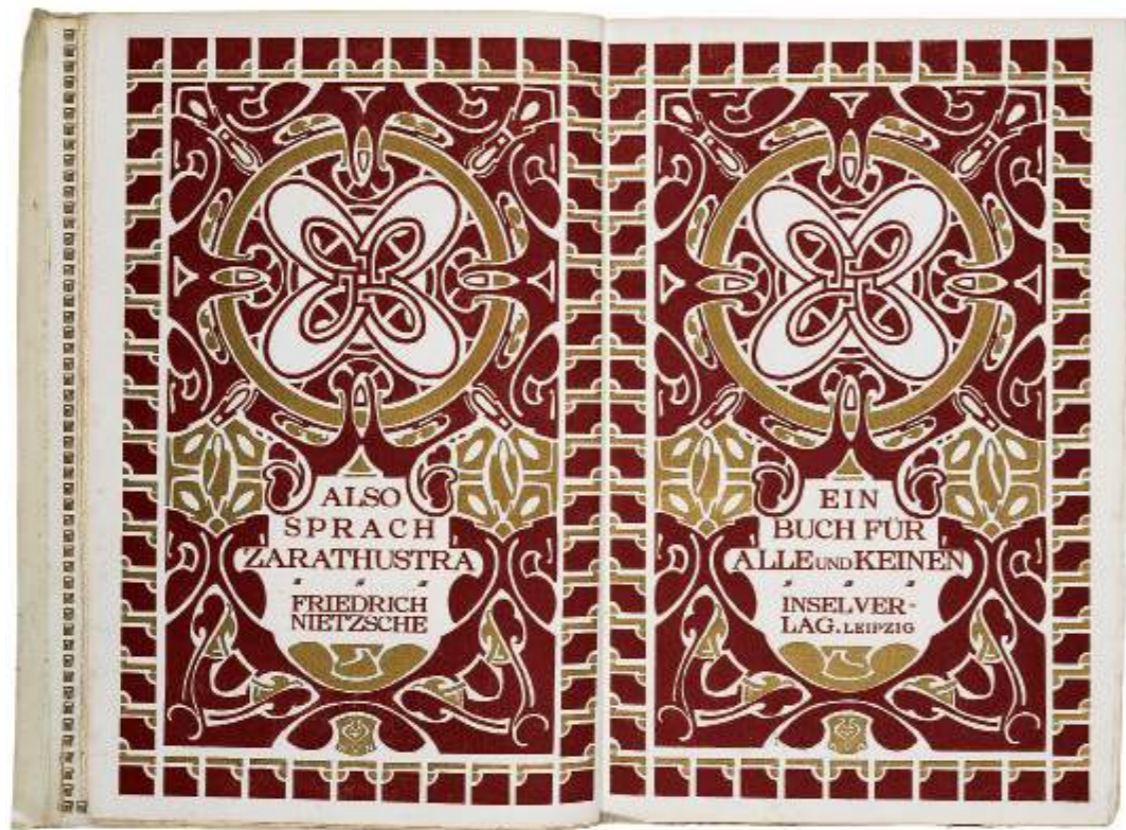
11.55 Henri van de Velde, cartaz para o concentrado alimentar Tropon, 1899. Esta configuração sinuosa pode ter sido inspirada pela separação das gemas e claras de ovo.

belga manifestou seu apreço nomeando-o diretor do Institut Supérieur des Arts Décoratifs em Bruxelas.

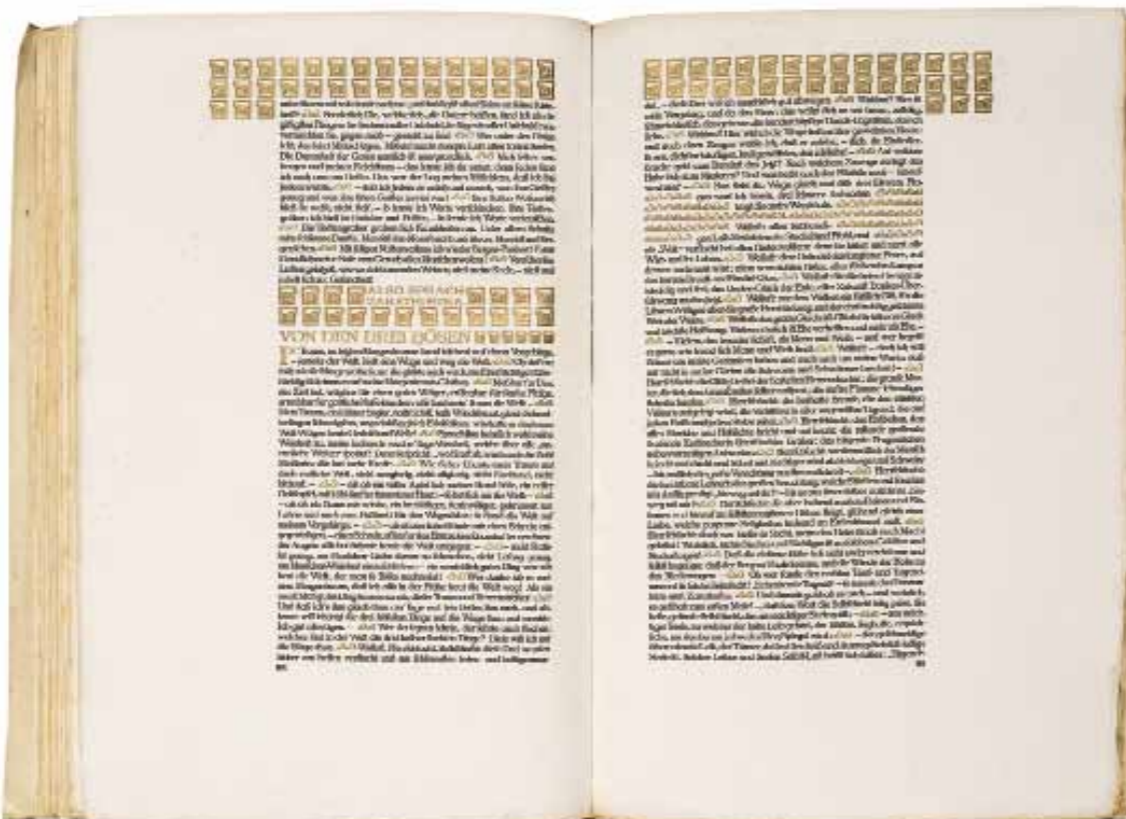
Outros designers gráficos belgas dos anos 1890 acrescentaram suas próprias variações à nova arte. Após seis anos em Paris, Privat Livemont (1861-1936) retornou a seu país, a Bélgica. Esse professor e pintor produziu quase três dúzias de cartazes muito inspirados pelas mulheres idealizadas de Mucha, com seus cabelos anelados e fartos ornamentos. A maior inovação de Livemont foi um contorno duplo que separava figura e fundo. Um contorno escuro era envolvido por uma faixa espessa, branca, que aumentava o impacto da imagem quando afixada nos painéis [11.58]. Gisbert Combaz (1869-1941) desviou-se da advocacia para tornar-se artista e historiador de arte especializado no Extremo Oriente. Foi um dos principais membros de La Libre Esthétique (A Estética Livre), a organização que evoluiu do Cercle des xx em 1893. Os muitos cartazes de exposição que ele fez para esse grupo apresentam cores intensas e impeliram o arabesco *art nouveau* a uma linha quase mecânica, tensa [11.59].

A *nieuwe kunst* na Holanda se estendeu por cerca dos catorze anos, entre 1892 e 1906. Pela *nieuwe kunst* muitos jovens artistas holandeses buscavam novas perspectivas, com energia e entusiasmo, incentivados por ideais novos, otimistas e progressistas. Eles provocaram uma importante retomada artística, que lançou as sementes dos futuros movimentos como De Stijl, *art déco* e o que hoje é conhecido como estilo Wendingen.

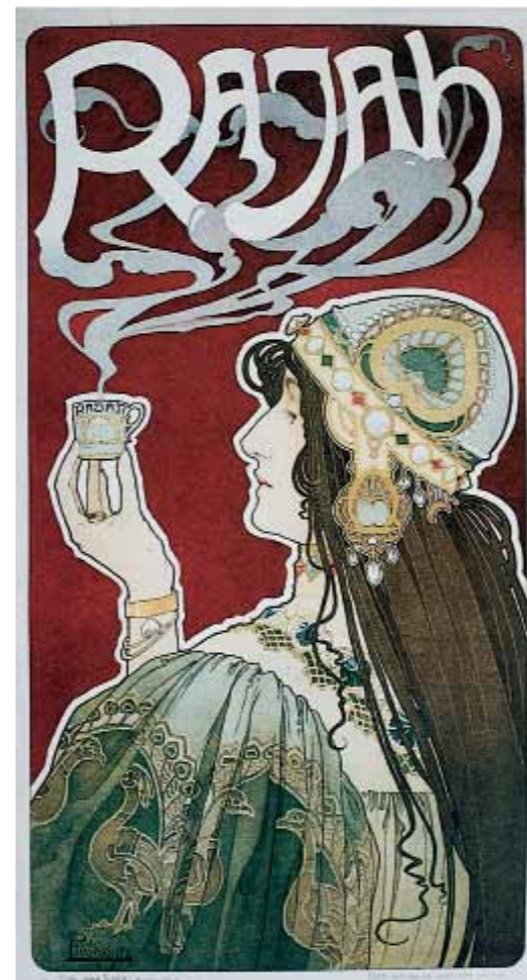




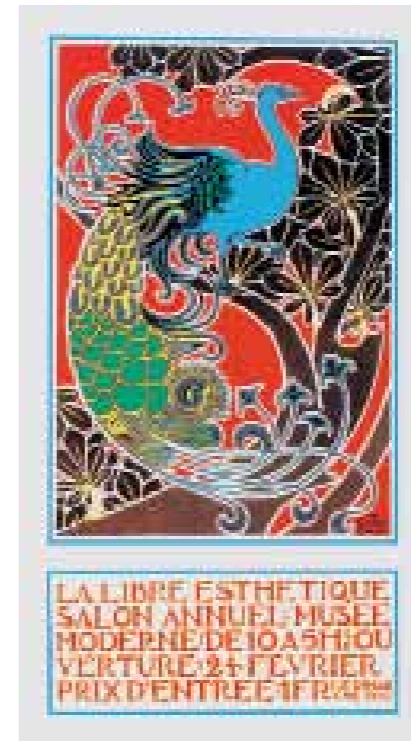
11.56 Henri van de Velde, folhas de rosto para *Also Sprach Zarathustra*, 1908. Neste monumental projeto de livro *art nouveau*, vigorosas formas gráficas enchem as páginas.



11.57 Henri van de Velde, páginas de texto de *Also Sprach Zarathustra*, 1908. Ornamentos de ouro coroa cada coluna de texto. O desenho do cabeçal de capítulo está no centro da página da esquerda, e uma seção de capítulo é indicada no alto da página da direita.



11.58 Privat Livemont, cartaz do Café Rajah, 1899. O vapor da xícara de café e o nome do produto são entrelaçados em uma fascinante interação de formas.



11.59 Gisbert Combaz, cartaz de La Libre Esthetique, 1898. A sinuosa linha *art nouveau* adquire a precisão mecânica de uma curva francesa.

O livro foi um dos principais meios expressivos da *nieuwe kunst*. Algumas qualidades especiais do design de livros do movimento são a imprevisibilidade, a excentricidade, a abertura e a inovação. Também denota um amor pela ordem e geometria, equilibrado por uma inclinação para o primitivo e a independência em relação às normas vigentes.

Em comparação com o design de livros do *art nouveau* em outros países europeus, o movimento *nieuwe kunst* foi mais lúdico e diversificado. Embora ignorassem a relação real de formas de plantas e flores com o plano da imagem, alguns artistas eram fiéis à natureza na representação dessas formas. Por fim surgiu uma abordagem abstrata, em que linhas ondulantes e

sinuosas eram unidas em padrões entrelaçados. Após 1895, a matemática era vista como fonte criativa em si mesma, com a simetria e o racionalismo desempenhando, cada um, o seu papel.

De importância particular para a *nieuwe kunst* foram as influências das Índias Orientais holandesas (atual Indonésia). Os holandeses tinham com suas colônias ultramarinas um laço bem diferente do mantido por outras potências coloniais. Os artistas holandeses prontamente assimilaram motivos e técnicas das Índias Orientais.

O interesse por formas naturais e matemáticas gerou vários livros sobre sua adaptação à decoração estilizada. Um dos mais populares foi *Driehoeken bij*



11.60 J. H. e J. M. de Groot, *Drie hoeken bij ontwerpen van ornament*, publicado por Joh. G. Stemler & Cz., Amsterdã, 1896.

ontwerpen van ornament (Triângulos no design de ornamentos), de J. H. de Groot, professor da escola Quellinus de artes e ofícios em Amsterdã, e sua irmã, Jacoba M. de Groot. Publicado em uma grande edição em 1896, alcançou um público amplo e exerceu forte influência. Fornecendo aos artistas instruções claras para a construção de formas abstratas baseadas na natureza, em cinquenta lâminas acompanhadas por textos descritivos o livro demonstrava que praticamente toda figura imaginável poderia ser criada a partir de variações dos triângulos de 30 e 45 graus. Não por coincidência, a teosofia, onde a geometria é vista como princípio ordenador do cosmo, foi popular na Holanda durante esse período [11.60].

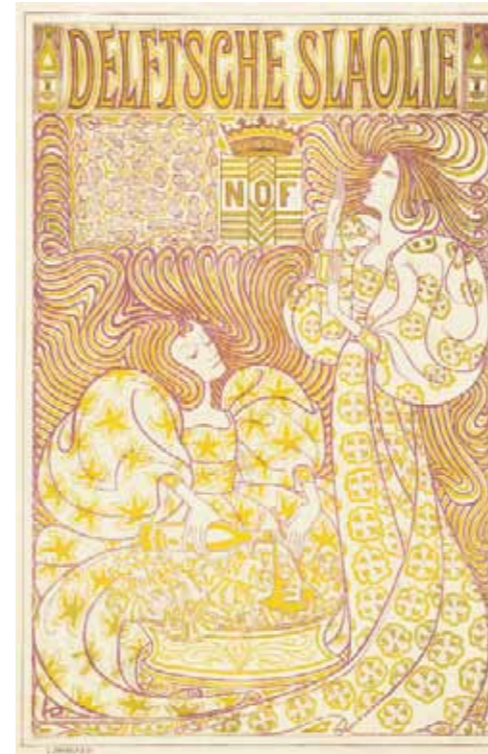
A introdução do batique como artifício do design da época foi uma das importantes contribuições da Holanda para o movimento *art nouveau* internacional. A confecção de batiques por muito tempo havia sido um ofício tradicional das mulheres nas Índias Orientais holandesas. Os desenhos exuberantes e orgânicos do batique javanês serviram de grande inspiração para artistas como Chris Lebeau e Jan Toorop, e

esse desenho de padrões planos logo evoluiu para um estilo típico da Holanda.

Chris Lebeau produziu alguns dos mais surpreendentes e complexos traçados em batique e teve sucesso ao assimilar padrões e cores tradicionais das Índias Orientais a seu próprio trabalho. Em 1900 o editor Lambertus Jacobus Veen encomendou a Lebeau o projeto de encadernação para o livro *De stille kracht* (A força oculta), o romance mais marcadamente influenciado pelas Índias Orientais dentre todos do escritor de Haia, Louis Couperus [11.61]. Em outubro de 1900, o projeto definitivo para *De stille kracht* foi produzido em batique e depois estampado em ouro antes de passar para a encadernação. Na quarta capa são citados o encadernador e o ateliê do batique, iniciativa incomum nesse período. Embora o projeto evoque flores, na verdade foi produzido segundo um sistema matemático baseado em formas romboides. *De stille kracht* foi uma bela edição que alcançou milhares de leitores e, em decorrência disso, Lebeau e Veen foram em grande parte responsáveis pela popularidade do batique na Holanda.



11.61 Chris Lebeau, encadernação para *De stille kracht* de Louis Couperus, publicado por Van Holkema en Warendorf, Amsterdã, 1900.



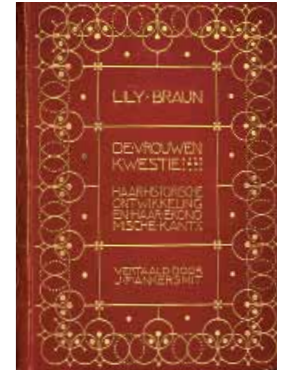
11.62 Jan Toorop, cartaz para *Delftsche Slaolie*, 1894. Impresso em amarelo e alfazema, este cartaz se torna cinético graças a seus ritmos lineares ondulantes e cores complementares com valor próximo.

Jan Toorop (1858-1928) nasceu na ilha de Java, das Índias Orientais, e com a idade de 13 anos emigrou para estudar na Holanda. Acabou frequentando a escola politécnica em Delft, a Academia de Amsterdã e a École des Artes Décoratifs em Bruxelas. Para Toorop, a cultura javanesa era uma fonte natural de inspiração. Seu uso da silhueta, seu estilo linear e as formas, expressões e estilos de cabelo de suas figuras são derivados do teatro javanês de bonecos de sombra. Essa influência javanesa é clara em seu cartaz de 1895 para *Delftsche Slaolie* (Óleo de salada Delft), projeto que lhe trouxe aplausos dos círculos de arte decorativa [11.62].



11.63 Jan Toorop, encadernação para *Psyche*, de Louis Couperus, publicado por L. J. Veen, Amsterdã, 1898. *Psyche* é um conto de fadas simbólico, trágico e erótico da princesa Psique, do príncipe Eros e do cavalo alado Quimera. Psique era uma princesa da Terra do Hoje e ansiava pela Terra do Amanhã. Ela nasceu com duas pequenas asas inúteis, com as quais desejava galgar outros reinos. Um dia viu nas formas efêmeras das nuvens um cavaleiro sobre o corcel de asas louras chamado Quimera. Conforme retrata a encadernação, Quimera acaba se tornando realidade e, quando Psique morre, ele a transporta através do vento e das estrelas para as terras com que ela sonhava.

11.64 S. H. de Roos, desenho para *De vrouwen kwestie, haar historische ontwikkeling en haar economische kant* de Lily Braun, publicado por A. B. Soep, Amsterdã, 1902.

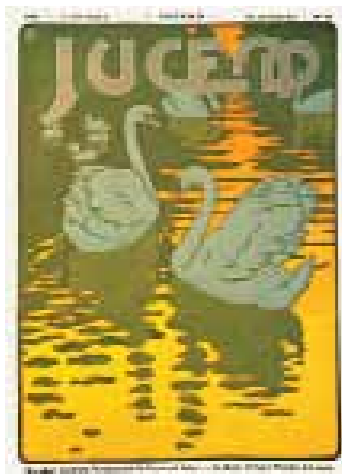




11.65 Otto Eckmann, capa de *Jugend*, 1896. Os desenhos Jugendstil frequentemente mesclavam estilização curvilínea com realismo tradicional.



11.67 Peter Behrens, projeto de página para *Jugend*, 1904. Evocando penas de pavão e desenhos de flor de lótus egípcio, uma coluna abstrata se eleva entre duas colunas de tipos inspirados em tipos textura.



11.66 Hans Christiansen, capa de *Jugend*, 1899. As curvas estilizadas das letras repercutem as curvas das formas chapadas da ilustração.



11.68 Hans Christiansen, projeto da página para *Jugend*, 1899. Motivos decorativos criavam ambientes líricos para a poesia.

Veen era amigo pessoal de Toorop e lhe dava muitas encomendas de encadernação. Sua encadernação de 1898 para *Psyche* (Psique), um dos muitos projetos para Couperus, mostra sua habilidade na combinação de texto com ilustração. O projeto é repleto das linhas “chicoteantes” de Toorop, e as inscrições, especialmente na lombada, se mesclam com a ilustração [11.63].

E, por último, havia aqueles designers que encontravam refúgio na solidez familiar da geometria. Nesse ponto os ornamentos decorativos são predominantemente derivados da matemática, e livros como *Driehoek en bij ontwerpen van ornament* eram fontes de inspiração. Um excelente exemplo é *De vrouwen kwestie, haar historische ontwikkeling en haar economische kant* (A questão da mulher, seu desenvolvimento histórico e seu lado econômico), de Lily Braun, projetado em 1902 por S. H. de Roos [11.64].

Em 1903, a glória e a ebulição do período experimental da *nieuwe kunst* mostravam sinais claros de ter chegado ao fim da linha, à medida que o movimento assumia uma forma consolidada e, em 1910, havia derivado tristemente para insípidos suportes comerciais. No final, as descobertas originais foram apropriadas por aqueles que viam apenas sua atração superficial e continuaram a explorá-las como estilos decorativos em moda, fáceis de manipular e aplicáveis a praticamente qualquer objetivo.

O MOVIMENTO ALEMÃO JUGENDSTIL

Quando o *art nouveau* chegou à Alemanha, conforme anteriormente mencionado, foi chamado de Jugendstil (estilo jovem) devido ao nome de uma nova revista, *Jugend* (Juventude), que começou a ser publicada em Munique em 1895. De Munique o Jugendstil se disseminou para Berlim, Darmstadt e por toda a Alemanha. O *art nouveau* alemão sofreu forte influência francesa e britânica, mas ainda manteve laços fortes com a arte acadêmica tradicional. O interesse alemão pelas formas medievais de letras – a Alemanha foi o único país europeu que não substituiu os tipos textura de Gutenberg pelos estilos romanos do Renascimento – continuou lado a lado com motivos *art nouveau*.

Durante o primeiro ano da *Jugend*, sua circulação aumentou para 30 mil exemplares por semana, e a revista logo atraía 200 mil leitores. Os ornamentos e as ilustrações *art nouveau* estavam em praticamente todas as páginas editoriais. Ilustrações de página dupla, ilustrações horizontais atravessando o topo de uma página e desenhos decorativos *art nouveau* traziam rica diversidade a uma forma que estava a meio caminho entre material visual e texto. Uma política editorial inédita foi permitir que o designer de capa de cada semana desenhasse o título que acompanharia a sua ilustração [11.65]. No curso de um ano, a marca da *Jugend* apareceu de modo variável como letras textura gigantes, inscrições *art nouveau* sinuosas, ou apenas com a palavra *Jugend* composta em tipos de 24 pontos acima da imagem, porque o designer daquela semana ignorara ou esquecer a necessidade de incluir a marca no projeto. Na capa para a edição de outubro de 1899, projetada por Hans Christiansen (1866-1945), um dos principais artistas associados à *Jugend*, as letras simples, sem serifas, são desenhadas em cores contidas, pálidas [11.66]; as imagens são planos contrastantes de cores quentes e frias. A ornamentação em grande escala variava dos projetos abstratos de Peter Behrens (1868-1940) [11.67], inspirados por antigos artefatos egípcios, a projetos florais estilizados [11.68].

Ao lado de Otto Eckmann (1865-1902), Behrens se tornou amplamente conhecido por gravuras grandes, multicoloridas [11.69], inspiradas pelo *art nouveau* francês e pela gravura japonesa. Além de cinco ilustrações de capa e inúmeras bordas decorativas para a *Jugend*, Eckmann projetou joias, objetos, mo-



11.69 Peter Behrens, *The Kiss* (O beijo), 1898. Esta xilografia de seis cores, polêmica por sua imagem andrógina, foi reproduzida inicialmente na revista *Pan*.

bílias, moda feminina e um tipo célebre chamado Eckmannschrift. Tornou-se designer e consultor da Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft (companhia de eletricidade), ou AEG, e explorou a aplicação dos ornamentos Jugendstil às necessidades gráficas e de produto da indústria [11.70].

A Klingspor foi a primeira fundição alemã de tipos a encomendar novas fontes a artistas, e em 1900 lançou a Eckmannschrift [11.71, 12.32], que causou sensação e deu destaque internacional a essa pequena

11.70 Otto Eckmann, capa para um catálogo da Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft, 1900. Inscrições e ornamentos desenhados a pincel expressam a energia cinética da eletricidade.



11.71 Otto Eckmann, folha de rosto para Eckmann Schriftprobe, 1901. A combinação de influências contraditórias – medieval, oriental e *art nouveau* – produziu um tipo extremamente popular.



11.72 Peter Behrens, marca para a Insel-Verlag, 1899. O navio em um círculo pousado sobre ondas *art nouveau* é um exemplo do design de marcas registradas do Jugendstil.

empresa regional. Desenhada com um pincel em vez de uma caneta, a fonte foi uma tentativa consciente de revitalizar a tipografia, combinando tipos medievais e romanos. À medida que se abria o novo século, Eckmann parecia pronto para desempenhar um importante papel na futura evolução do design, mas em 1902, aos 37 anos de idade, sucumbiu à tuberculose que o atormentara durante anos.

Além de seu trabalho para a *Jugend*, Peter Behrens fez experiências com ornamentos e vinhetas de concepção abstrata em duas outras publicações, *Der Bunte Vogel* (O pássaro colorido) e *Die Insel* (A ilha). Tornou-se conselheiro artístico da Insel e sua editora, a Insel-Verlag, para a qual ele desenhou uma das mais belas marcas registradas [11.72] do Jugendstil. *Die Insel* não era ilustrada, e Behrens deu a ela um formato e um programa tipográfico consistentes usando tipos Old Style.

A principal contribuição alemã, porém, não foi o Jugendstil, mas as inovações desenvolvidas em reação a ele após a virada do século, quando arquitetos e designers, entre eles Peter Behrens, passaram a ser influenciados pelos ideais do movimento *arts and crafts*, depurados de suas afetações de inspiração medieval. Designers na Alemanha, Escócia e Áustria rapidamente saíram da fase floral do *art nouveau* rumo a uma abordagem mais geométrica e objetiva. Isso acompanhava uma guinada da linha e forma orgânica ondulante para uma ordenação geométrica do espaço. (O nascimento dessa sensibilidade modernista no design será tratado no capítulo 12.)

11.73 Adolfo Hohenstein, cartaz para Bitter Campari, 1901.



A TRADIÇÃO FIGURATIVA ITALIANA

Na virada do século, os cartazes italianos se caracterizavam por uma exuberância e elegância sensual comparável à da *belle époque* na França. Durante 25 anos, a empresa milanesa de Giulio Ricordi, anteriormente conhecida por publicar libretos de ópera, produziu a maior parte das obras-primas do design italiano de cartazes. O diretor da Ricordi era o alemão de nascimento Adolfo Hohenstein (1854-1928) e, como Chéret na França, é considerado o pai do design de cartazes na Itália [11.73]. Trabalhando sob sua direção estavam alguns dos melhores artistas do cartaz no país, como Leopoldo Metlicovitz (1868-1944) [11.74], Giovanni Mataloni (1869-1944) [11.75] e Marcello Dudovich (1878-1962) [11.76]. Dudovich era um designer



11.74 Leopoldo Metlicovitz, cartaz para o Calzaturificio di Varese, 1913. Este cartaz clássico de Metlicovitz exala uma elegância otimista.

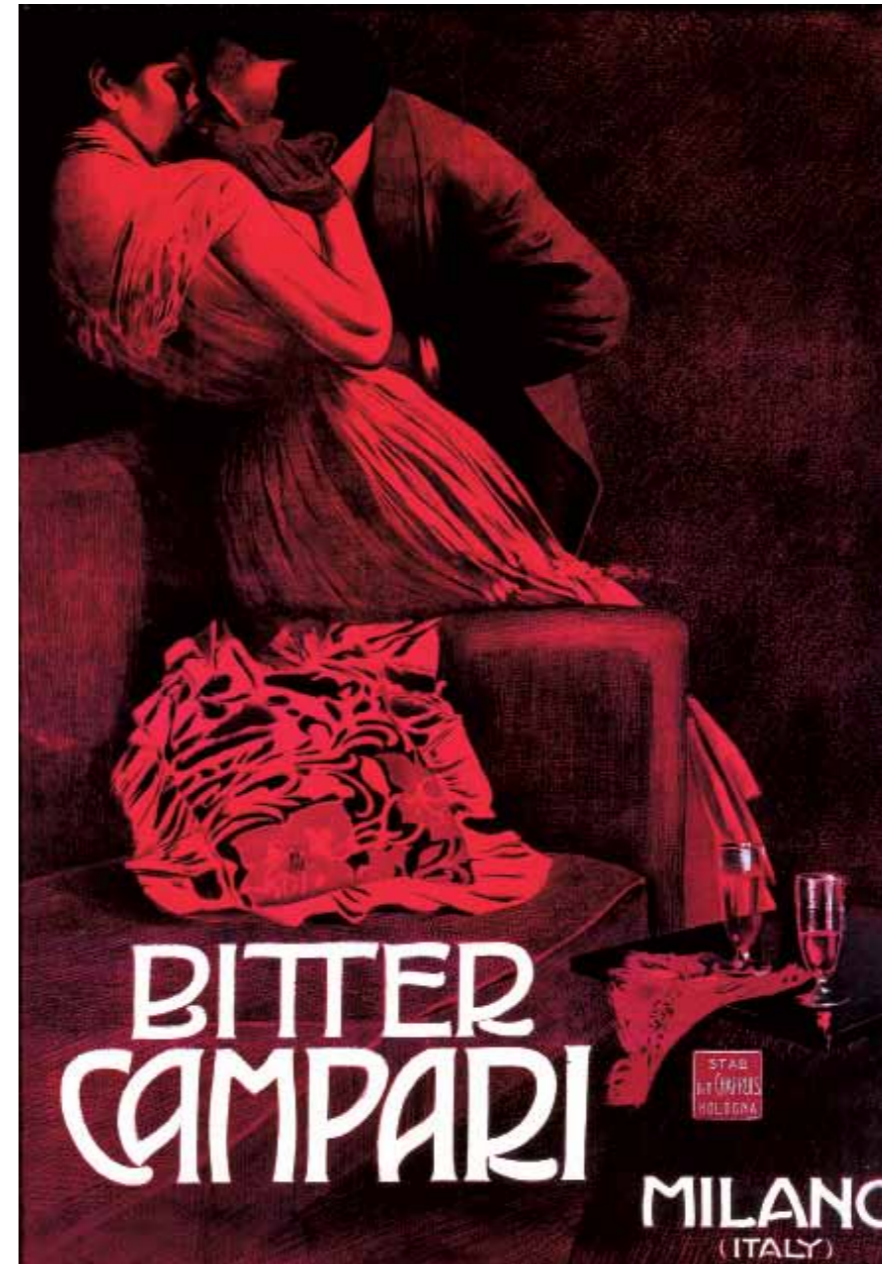


11.75 Giovanni Mataloni, cartaz para a lâmpada Brevetto Auer, 1895.

ecléctico que acabou por alcançar um estilo colorido único. Como Hohlwein na Alemanha, ele preferia temas elegantes apresentados em áreas planas de cores. Junto com artistas como o polonês de nascimento Franz Laskoff (1869-1918) [11.77] e Leonetto Capiello (1875-1942) [11.78], foi um designer popular da elegante loja de departamentos Mele, em Nápoles, importante cliente da Ricordi, que encomendou mais de 120 cartazes.

O historiador inglês de arte Herbert Read sugeriu, certa vez, que a vida de qualquer movimento artístico é como a de uma flor. Um botão nas mãos de um pequeno número de inovadores é seguido pela flor viçosa; depois, começa o processo de decadência à medida que a influência se torna difusa e distorcida nas mãos de imitadores que entendem meramente as manifestações estilísticas do movimento em vez das paixões motivadoras que o forjaram. Depois da virada do século, esse foi o destino do *art nouveau*. Seus primeiros objetos e mobílias haviam sido principalmente artigos únicos ou de edição limitada. Mas, à medida que o design de cartazes e periódicos trouxe o *art nouveau* para um círculo cada vez mais amplo, volumes muito maiores eram produzidos. Alguns fabricantes se concentravam no lucro financeiro, produzindo vastas quantidades de mercadoria e composições gráficas com padrões inferiores de design. Talentos menores copiavam o estilo, enquanto muitos inovadores partiam para outras direções. O *art nouveau* declinou lentamente até desaparecer nas cinzas da Primeira Guerra Mundial – as forças políticas e nacionalistas que impeliram a Europa para a guerra mundial haviam tornado irrelevante essa *joie de vie* estética.

O legado do *art nouveau* é um arabesco de sonhos e estilos de um veranico na aventura humana. Sua descendência foram designers do século xx que adotaram não sua aparência superficial, mas suas atitudes com relação a materiais, processos e valor.



11.76 Marcello Dudovich, cartaz para Bitter Campari, 1901. A mensagem é inequívoca, já que Dudovich compara o prazer sensual com o prazer derivado do Campari amargo.

11.77 Franz Laskoff, cartaz Monte Tabor, 1900.

11.78 Leonetto Capiello, cartaz para E. A. Mele & C., 1903.



12

A gênese do design do século xx

A virada de um século convida à introspecção. À medida que um termina e outro começa, escritores e artistas passam a questionar as convenções e a especular sobre novas possibilidades de mudar a situação cultural. O final do século XVIII, por exemplo, deu origem a uma nova categoria de design de tipos que, duzentos anos depois, ainda é chamada de *modern style* (estilo moderno) [8.17 – 8.19]. Nessa mesma época, a restauração neoclássica das formas greco-romanas na arquitetura, no vestuário, pintura e ilustração [8.20] substituiu o estilo barroco e rococó. À medida que o século XIX se arrastava para o fim e o XX começava, os designers de arquitetura, moda, artes gráficas e de produto procuravam novas formas de expressão. Avanços tecnológicos e industriais alimentavam essas preocupações. O repertório do novo design do movimento *art nouveau* havia contestado as convenções da era vitoriana e suas realizações demonstraram que inventar formas, em vez de copiar formas da

natureza ou de modelos históricos, era uma abordagem viável. O potencial do desenho e do design abstrato e sintético era explorado por artistas na Escócia, Áustria e Alemanha, que se afastavam da beleza sinuosa da linha orgânica à medida que procuravam uma nova filosofia estética para tratar das condições sociais, econômicas e culturais em transformação na virada do século.

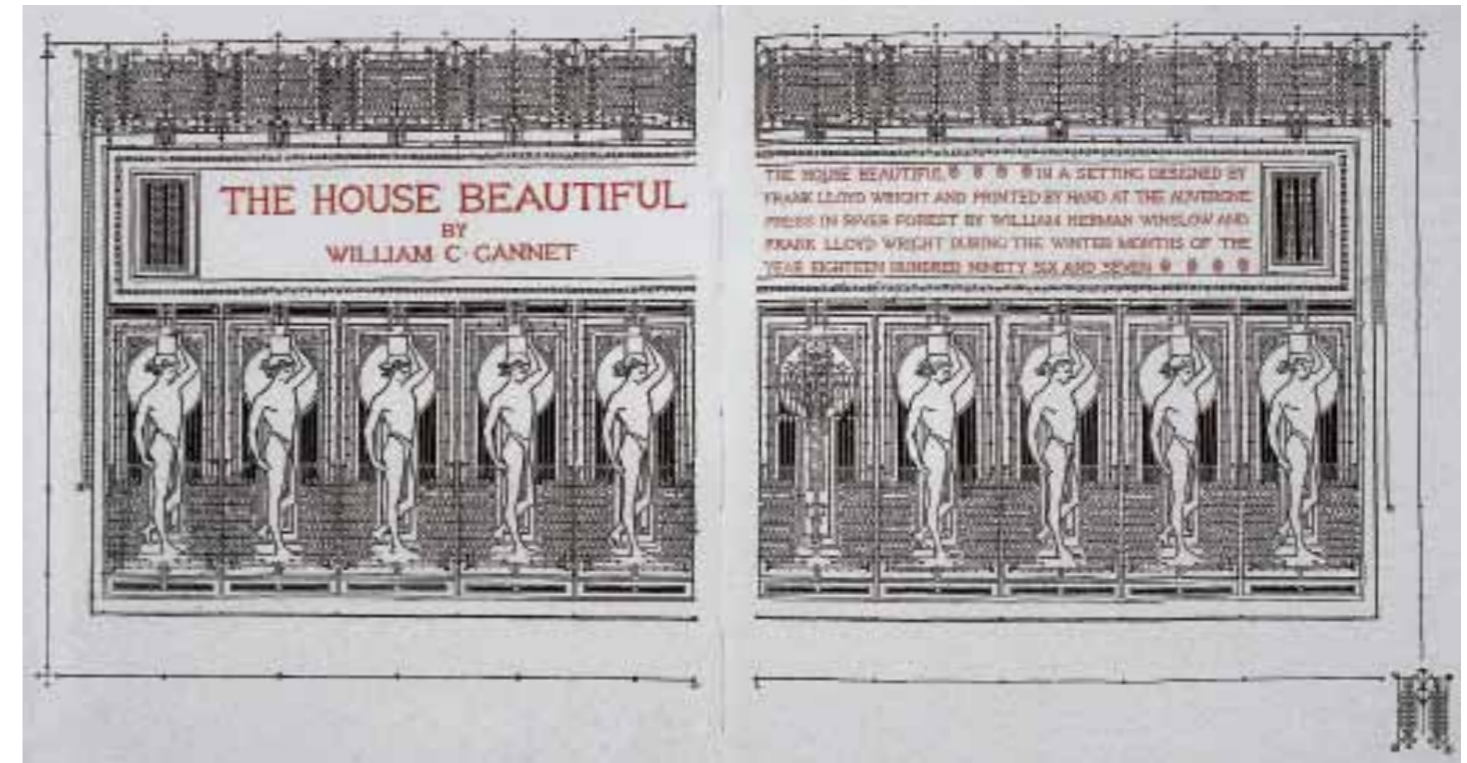
FRANK LLOYD WRIGHT E A ESCOLA DE GLASGOW

Durante os últimos anos do século XIX, o trabalho do arquiteto norte-americano Frank Lloyd Wright (1867-1959) estava se tornando conhecido dos artistas e designers europeus. Ele claramente era uma inspiração para aqueles designers que evoluíam do curvilíneo *art nouveau* para uma abordagem retilínea da organização espacial. Wright iniciou sua prática independente em 1893. Ele rejeitava o historicismo em favor

de uma filosofia da “arquitetura orgânica”, com “a realidade do edifício” existindo não no projeto da fachada, mas nos espaços interiores dinâmicos, onde as pessoas viviam e trabalhavam. Wright definia o projeto orgânico como dotado de *essência*, “algo em que a parte está para o todo, assim como o todo está para a parte, e que está inteiramente voltado a um propósito... Ele busca essa completude ideal na execução, que é absolutamente *fidel* ao método, *fidel* ao propósito, *fidel* ao caráter”.

Wright via o *espaço* como a essência do design, e essa ênfase foi a fonte de sua profunda influência em todas as áreas do design do século XX. Na arquitetura e design japoneses, ele buscou um modelo de proporção harmoniosa e poesia visual; na arquitetura e arte pré-colombianas, ele encontrou o vívido ornamento controlado por uma repetição matemática de divisões espaciais horizontais e verticais. A repetição de zonas retangulares e o uso que Wright fazia da organização espacial assimétrica foram adotados por outros

12.1 Frank Lloyd Wright, folha de rosto para *The House Beautiful*, 1896-1897. Uma estrutura geométrica subjacente impôs rigorosa ordem à complexidade das texturas de Wright.



designers. Além da arquitetura, seus interesses abrangiam o mobiliário, artes gráficas, estamperia, papéis de parede e vitrais [15.1]. Na virada do século ele estava na vanguarda do movimento moderno emergente.

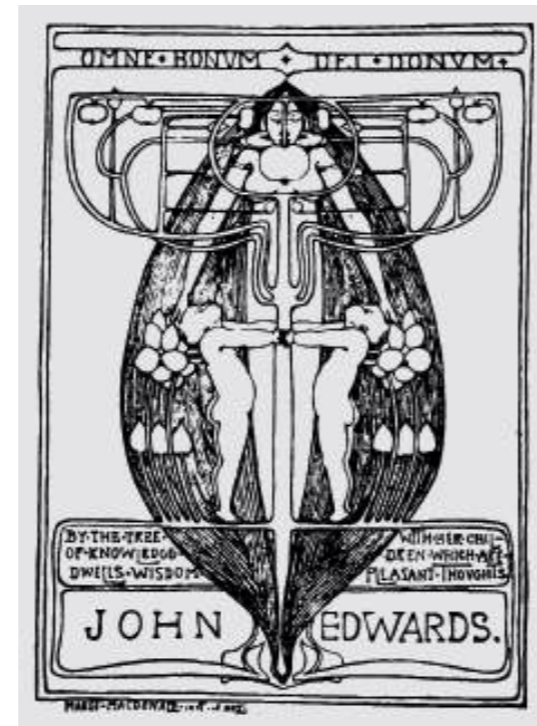
Quando jovem, Wright operou uma imprensa caseira com um amigo. Essa experiência o ensinou a incorporar o espaço branco ou vazio como elemento de seus projetos, a estabelecer e trabalhar dentro de parâmetros e a combinar materiais variados de modo integrado. Durante sua longa carreira, Wright periodicamente se dedicou ao design gráfico. Durante o inverno de 1896-1897, colaborou com William H. Winslow na produção de *The House Beautiful* (A bela casa) [12.1], do reverendo William C. Gannett, impresso numa prensa manual, com papel artesanal, na Auvergne Press, em uma edição de noventa exemplares. Os desenhos de molduras de Wright eram executados em delicada linha à mão livre, que descreve um padrão rendilhado de formas que remetem a plantas estilizadas.

The Studio e suas reproduções de trabalhos de Beardsley e Toorop tiveram forte influência num grupo de jovens artistas escoceses que se tornaram amigos na Escola de Arte de Glasgow nos tranquilos anos 1890. O diretor da escola Francis H. Newbery destacou afinidades entre o trabalho de dois aprendizes de arquitetura que faziam o curso noturno – Charles Rennie Mackintosh (1868-1928) e J. Herbert McNair (1868-1955) – e o trabalho de duas alunas do diurno – as irmãs Margaret (1865-1933) e Frances Macdonald (1874-1921). Os quatro alunos começaram a trabalhar juntos e logo foram batizados de “The four” (Os quatro). A colaboração artística e a amizade resultaram em casamento, pois em 1899 McNair se casou com Frances Macdonald e, no ano seguinte, o mesmo aconteceu com Mackintosh e Margaret Macdonald.

Esses jovens colaboradores, mais amplamente conhecidos como a Escola de Glasgow, desenvolveram um estilo ímpar de originalidade lírica e complexidade simbólica. Inventaram um estilo geométrico de composição temperando elementos florais e curvilíneos com forte estrutura retilínea. As irmãs Macdonald tinham fortes convicções religiosas e adotaram ideias simbolistas e místicas. A confluência entre a estrutura arquitetônica e o mundo de fantasia e sonhos das irmãs produziu um estilo transcendental inédito

que foi descrito como feminino, fantasia de uma terra encantada e inquietude melancólica.

Os projetos do grupo The four se distinguem pela imagística simbólica [12.2] e forma estilizada. Linhas pronunciadas e simples definem planos chapados de cor. Um cartaz para o Glasgow Institute of Fine Arts [12.3], projetado por Margaret e Frances Macdonald em colaboração com J. Herbert McNair, demonstra a verticalidade ascendente e a integração de linhas fluidas com a estrutura retangular, que são marcas características do trabalho maduro do grupo. Interpretações abstratas da figura humana, como o cartaz de Mackintosh para a *Scottish Musical Review* [12.4], ainda eram desconhecidas na Escócia; muitos observadores se sentiram afrontados. Mas o editor de *The Studio* ficou tão impressionado que visitou Glasgow e publicou dois artigos sobre o novo grupo em 1897. Ele lembrava aos leitores da revista: “O propósito de um cartaz é chamar a atenção e a mais leve excentricidade não estará deslocada desde que desperte a curiosidade e com isso capture a atenção dos passantes... Há tanto método decorativo em sua detur-



12.2 Margaret Macdonald, projeto de ex-libris, 1896. Reproduzido em *Ver Sacrum* (A primavera sagrada) em 1901 como parte de um artigo sobre o grupo de Glasgow, este projeto retrata a Sabedoria abrigando seus filhos com os cabelos em formato de folha diante de uma árvore que simboliza o conhecimento, cuja estrutura linear é baseada em trabalho em metal da mesma autora.



12.3 Margaret e Frances Macdonald com J. Herbert McNair, cartaz para o Glasgow Institute of Fine Arts, 1895. As figuras simbólicas receberam tanto interpretações religiosas como românticas.

12.4 Charles Rennie Mackintosh, cartaz para *The Scottish Musical Review*, 1896. Nesta imagem imponente, que se eleva 2,46 metros acima do espectador, planos em complexa sobreposição são unificados por áreas de cores chapadas. O anel e os pássaros brancos em torno da figura criam um forte ponto focal.



pação da humanidade, que, apesar de todo o ridículo e indignação que despertou, é possível defender seu tratamento”. Foi por meio desses artigos que artistas alemães e austríacos se informaram da contraposição de Glasgow ao dominante movimento *art nouveau*. O grupo The four era celebrado no continente, particularmente em Viena, mas frequentemente ignorado nas ilhas britânicas. Em 1896 os organizadores da exposição anual Arts and Crafts em Londres os convidaram para participar. Contudo, tão atemorizados ficaram os anfitriões que nenhum convite adicional foi feito.

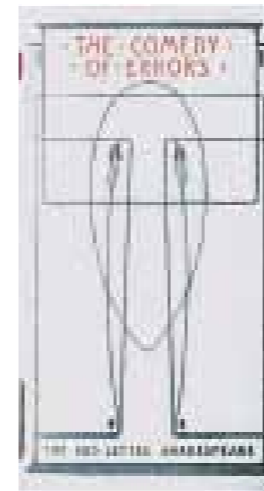
Mackintosh deu contribuições notáveis para a arquitetura do novo século, e realizações importantes foram feitas no design de objetos, cadeiras e interiores como ambientes integrados. O grupo The four foi pioneiro nos projetos de interiores com paredes brancas banhadas de luz e mobiliadas com poucas peças, cuidadosamente dispostas, em contraste com os interiores complexos dominantes na época. O principal tema dos projetos de Mackintosh são linhas verticais ascendentes, geralmente com curvas sutis nos extremos para atenuar sua junção com as horizontais. Formas retangulares altas e finas e o contraponto de ângulos retos contra ovais, círculos e arcos caracterizam seu trabalho. Em sua mobília, a estrutura simples é

acentuada com delicados ornamentos decorativos. No design de interiores, cada detalhe era cuidadosamente projetado em função de uma compatibilidade visual como conjunto. O trabalho do The four e sua influência no restante da Europa tornaram-se transições importantes para a estética do século xx.

Entre os que retiraram inspiração desse grupo, Jessie Marion King (1876-1949) alcançou uma expressão pessoal singular [12.5] com ilustrações criativas de estilo medieval acompanhadas por inscrições estilizadas. Sua graça, fluidez e tons românticos influenciaram muito a ilustração ficcional ao longo do século xx. Newbery reconheceu o caráter poético do trabalho de Jessie King: para ele, o que nutria a emergente individualidade da artista era seu estudo independente, e não os cursos convencionais de desenho. Depois de trabalhar em escritórios de arquitetura e atuar como diretor de arte assistente para a revista *Black and White* em Londres, Talwin Morris (1865-1911) tornou-se diretor de arte da empresa editora Blackie and Sons de Glasgow após atender em 1893 a um classificado do *London Times*. Pouco depois de mudar-se para Glasgow, Morris fez contato com The four e adotou as ideias do grupo. A Blackie's – editora de grandes edições de livros populares para o mercado de massa, abrangendo romances, reimpressões e enciclopédias – propiciou a Morris um campo para aplicação da divisão geométrica espacial e formas líricas orgânicas do grupo de Glasgow à comunicação de massa.

Morris frequentemente desenvolveu formatos para séries que podiam ser usadas diversas vezes com variações sutis [12.6 – 12.8]. A contínua e exorbitante quantidade de seus trabalhos foi um fator importante para a introdução do público inglês nas novas ideias e formas visuais da arquitetura e design modernos.

12.5 Jessie Marion King, frontispício de página dupla para *The Defence of Guenevere* (A defesa de Guinevere) de William Morris, 1904. Energia e delicadeza, qualidades aparentemente contraditórias, caracterizam o trabalho de Jessie.

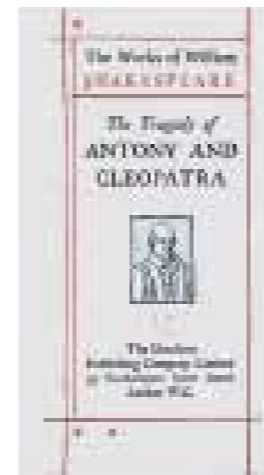


12.6 Talwin Morris, encadernação para a série Red Letter Shakespeare (Shakespeare em letras vermelhas), c. 1908. O formato padronizado e o lirismo gráfico foram obtidos em edições comerciais econômicas.



12.7 Talwin Morris, ornamento de página da série Red Letter Shakespeare, c. 1908. O nome para este pequeno conjunto deriva de sua impressão em duas cores com o nome dos personagens em vermelho. Entre a introdução e o texto da peça, cada volume tinha um gracioso ornamento preto com uma oval vermelha.

12.8 Talwin Morris, páginas da série Red Letter Shakespeare, c. 1908. O formato padrão usava rigorosas estruturas lineares e graciosas capitulares ornamentadas.



A SECESSÃO VIENENSE

Na Áustria, a *Sezessionstil*, ou a Secessão Vienense, nasceu no dia 3 de abril de 1897, quando os membros mais jovens da Künstlerhaus, a Associação dos Artistas Criativos de Viena, abandonaram a entidade em tumultuado protesto. Tecnicamente, a questão central foi a recusa a que artistas estrangeiros participassem de mostras da Künstlerhaus, mas no cerne do conflito estava o choque entre a tradição e as novas ideias vindas da França, Inglaterra e Alemanha, além do fato de que os jovens artistas queriam expor com mais frequência. O pintor Gustav Klimt (1862-1918) foi o espírito-guia que liderou a revolta; os arquitetos Joseph Maria Olbrich (1867-1908) e Josef Hoffmann (1870-1956) e o artista-designer Koloman Moser (1868-1918) foram participantes fundamentais. Como a Escola de Glasgow, a Secessão Vienense tornou-se um contramovimento ao *art nouveau* floral que se expandia em outros países da Europa.

Os cartazes que são marcos de referência para as exposições da Secessão Vienense demonstram a rápida evolução do grupo, do estilo alegórico ilustrativo da pintura simbolista [12.9] para um estilo floral de inspiração francesa [12.10] até chegar ao estilo maduro da Secessão Vienense [12.23], que se inspirava na Escola de Glasgow. (Compare, por exemplo, a figura 12.3 e a 12.4 com a 12.23.) A figura 12.9 é o primeiro cartaz de exposição da Secessão Vienense. Klimt referia-se à mitologia grega para mostrar Atena, deusa das artes, observando Teseu desferir o golpe mortal no Minotauro. Atena e seu escudo, exibindo a Medusa, formam imagens simbólicas simultâneas de perfil e de frente. Trata-se de uma alegoria da luta entre a Secessão e a Künstlerhaus. As árvores foram sobreimpressas posteriormente, depois que o nu masculino indignou a polícia de Viena, mas essa controvérsia serviu apenas para alimentar o interesse público pela revolta dos artistas. A figura 12.10, de Moser, demonstra a rapidez com que as figuras idealizadas centrais e as arrebatadas formas florais do *art nouveau* francês foram absorvidas. Uma diferença importante é o amor dos artistas da Secessão pela inscrição em letras nítidas, simples, sem serifas, variando de retangulares chapadas e maciças a formas caligráficas fluidas.



12.9 Gustav Klimt, cartaz para a primeira exposição da Secção Vienense, 1898. O grande espaço vazio no centro não encontra precedentes no design gráfico ocidental.



12.10 Koloman Moser, cartaz da quinta exposição da Secção Vienense, 1899. Uma figura de bronze dourado metálico e fundo verde-oliva são impressos em papel de tom amarelo que forma as linhas de contorno.

Durante um breve período, à medida que o novo século surgia, Viena foi o centro para a inovação criativa no desabrochar final do *art nouveau*, tal como representado pela elegante *Ver Sacrum*, da Secção Vienense, publicada de 1898 até 1903. *Ver Sacrum* foi antes um laboratório de design que uma revista. Uma equipe editorial em constante mudança, a responsabilidade pelo design assumida por um comitê de artistas em rodízio e as contribuições de arte e design estavam todas voltadas à experimentação e à excelência gráfica não remuneradas. Em 1900 o periódico tinha apenas trezentos assinantes e uma tiragem de seiscentos exemplares, mas possibilitava aos designers o desenvolvimento de imagens inovadoras à medida que exploravam a fusão de texto, a ilustração e o ornamento em uma unidade viva.

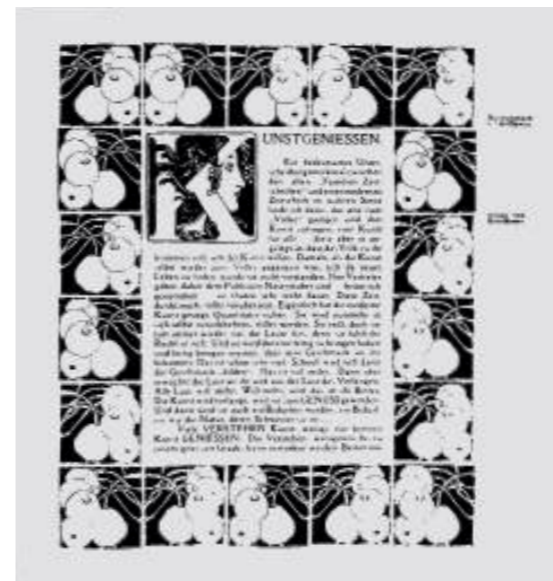
A revista tinha um formato retangular incomum: as edições de 1898-1899 eram de 28 por 28,5 centímetros e as de 1900-1903 foram reduzidas para 23 por 24,5 centímetros. Os artistas da Secção preferiam a arte linear vigorosa, e as capas da *Ver Sacrum* frequen-



12.11 Alfred Roller, projeto de capa para *Ver Sacrum*, edição inicial, 1898. Roller usou como ilustração uma árvore cujo crescimento destruiu seu vaso, possibilitando que ela germínasse em solo mais firme, para simbolizar a Secção.

12.12 Alfred Roller, projeto de capa para *Ver Sacrum*, 1898. O desenho manchado de folhas se torna uma moldura para a inscrição, que ocupa um retângulo dando a impressão de ser um elemento de colagem.

12.13 Koloman Moser, projeto de capa para *Ver Sacrum*, 1899. A técnica de efeito estêncil para criar imagens tem afinidade, em sua redução do tema a planos pretos e brancos, com a fotografia de alto contraste.



12.16 Josef Hoffmann (moldura) e Koloman Moser (capitular), página de *Ver Sacrum*, 1898. O motivo modular de bagas de Hoffmann e a inicial figurativa de Moser se combinam para produzir uma página elegante.

temente combinavam inscrições manuais com desenhos de linhas grossas [12.11 - 12.13] impressos em uma cor sobre um fundo colorido. Ornamentos, molduras, cabecéis decorativos [12.14, 12.15] e vinhetas finais eram usados em profusão, mas os leiautes de página [12.16] eram refinados e concisos, graças a margens amplas e cuidadoso alinhamento horizontal e vertical dos elementos em um todo unificado.

O uso que a *Ver Sacrum* fazia do espaço branco nos leiautes de página, o papel de acabamento brilhante e



12.14 Josef Hoffmann, cabecél do número de estreia de *Ver Sacrum*, 1898. Bagas, desenhadas com a linha de contorno livre preferida por muitos artistas da Secção, fluem em torno de uma placa que proclama "Associação de Artistas Visuais da Áustria. Secção".



12.15 Joseph Olbrich, moldura para título de artigo da *Ver Sacrum*, 1899. A repetição fluida das formas e a simetria nesta moldura decorada com motivo floral, em sua densa cor preta, conferem animado contraste à página tipográfica.



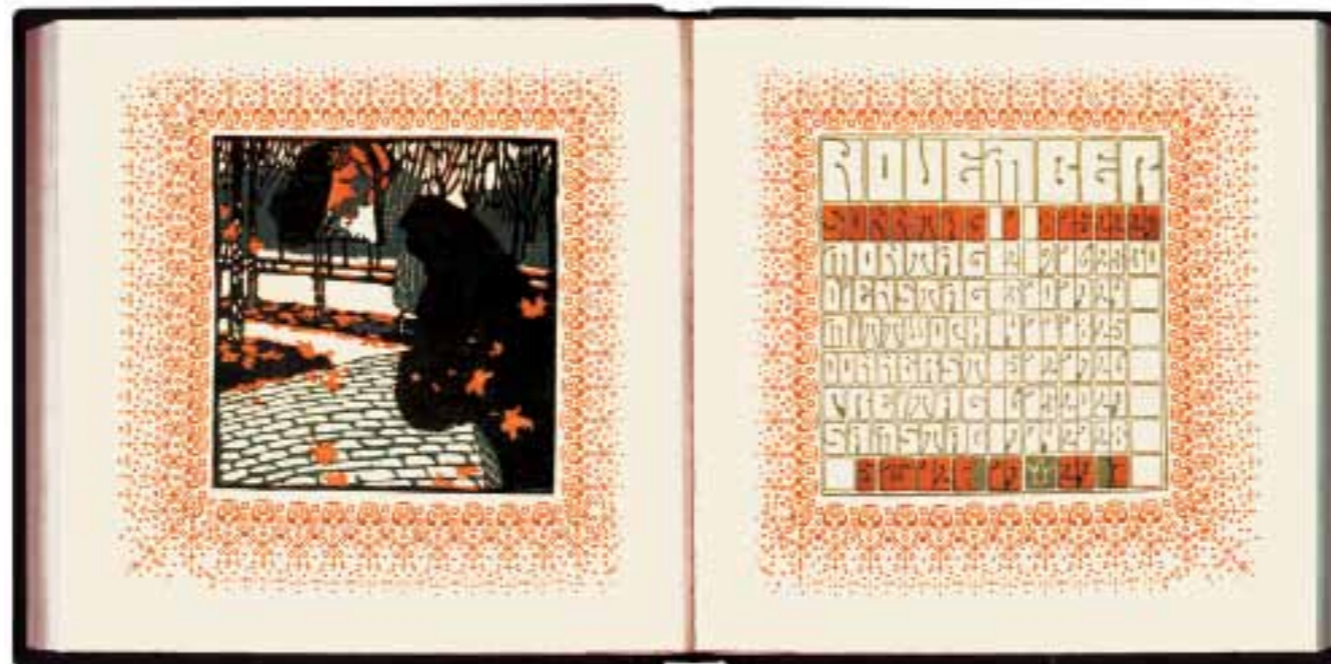
12.17 Alfred Roller, Koloman Moser e Frederick Koenig, anúncios de verso de capa da *Ver Sacrum*, 1899. Todos os anúncios e a composição da página inteira são cuidadosamente concebidos para evitar a confusão e o choque gráficos normalmente presentes quando se agrupam pequenos anúncios.



12.18 Adolf Bohm, página de *Ver Sacrum*, 1898. Os contornos líricos das árvores refletidas em um lago criam um ambiente apropriado para um poema sobre as árvores no outono.



12.19 Koloman Moser, a ilustração mostra uma duquesa e seu pajem para poema de R. M. Rilke "Vorfrühling" (Início da primavera) de *Ver Sacrum*, 1901. As formas geométricas elementares são repetidas, construindo complexos padrões cinéticos.

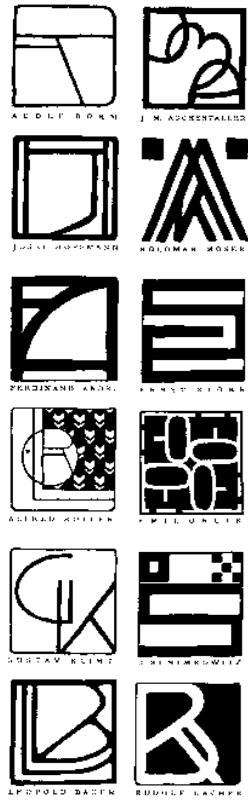


12.20 Alfred Roller (designer e ilustrador), calendário da *Ver Sacrum* para novembro de 1903. Uma moldura exuberante encerra uma ilustração sazonal, "Letzte Blätter" (Últimas folhas), números e letras retangulares escritas à mão.

os métodos incomuns de produção conseguiam uma elegância visual original. As lâminas coloridas eram coladas na margem interna do volume, e 55 águas-fortes e litogravuras originais, bem como 216 xilografuras foram inseridas nas edições ao longo dos seis anos de publicação da revista. Às vezes cada caderno era impresso em combinações de cores, como marrom pálido e cinza azulado, azul e verde, marrom com laranja avermelhado e chocolate com dourado. No encontro entre cadernos, em vez de duas, quatro cores eram vistas simultaneamente nas páginas duplas. Os artistas da Secessão Vienense não hesitavam em experimentar: um poema era impresso em tinta ouro metálica em papel translúcido; a foto de um interior era impressa em tinta escarlate; e, numa edição, um desenho linear de Koloman Moser foi gravado em relevo em papel branco acetinado no que pode ter sido o primeiro projeto gráfico branco sobre branco.

A estética do design era tão importante que os anunciantes eram obrigados a encomendar seus projetos de publicidade [12.17] aos artistas e designers que contribuíam para cada edição, a fim de garantir a unidade do projeto visual. Os excepcionais elementos de desenho linear e geométrico que adornavam as páginas de *Ver Sacrum* tornaram-se uma importante fonte de design à medida que evoluía o estilo da Secessão Vienense.

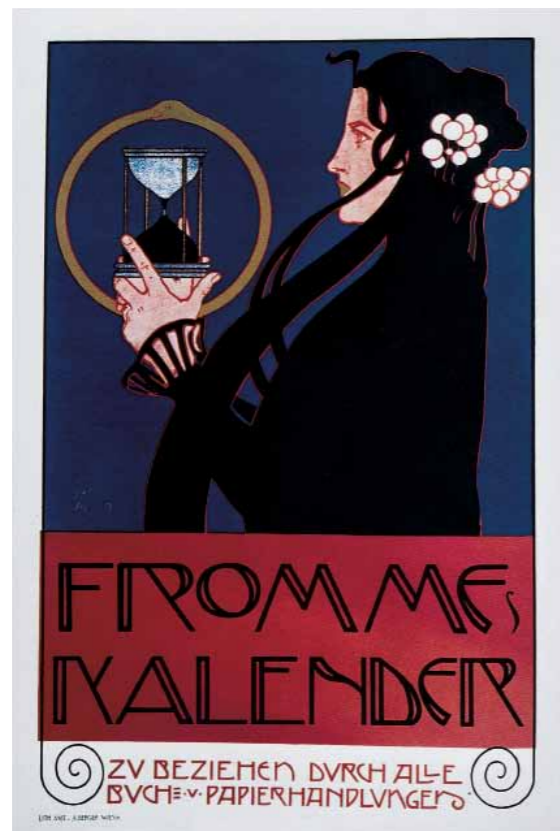
O conteúdo editorial era formatado por artigos sobre artistas e seu trabalho, poemas oferecidos pelos principais escritores da época [12.18, 12.19] e um calendário mensal ilustrado [12.20]. Ensaios de crítica eram publicados, como o famoso artigo "Die Potemkin'sche Stadt" (A Cidade de Potemkin), do polêmico arquiteto austríaco Adolf Loos (1870-1933). Como as fachadas dos edifícios de Viena eram de concreto armado que imitavam palácios renascentistas e barrocos, Loos acusava Viena de ser como as cidades artificiais de lona e cartolina erigidas na Ucrânia para enganar a imperatriz Catarina da Rússia. Todas as áreas do design eram questionadas por Loos, cujos escritos condenavam categoricamente tanto o historicismo como a Secessão, clamando por uma simplicidade funcional que banisse "toda forma de decoração inútil". Solitário e independente na virada do século, Loos bradava contra o gosto pela decoração



12.21 Vários designers, monogramas pessoais, 1902. Os monogramas desenhados por artistas da Secessão foram reproduzidos em um catálogo da exposição de 1902.

e a aversão aos espaços vazios do século XIX. Para ele, “orgânico” significava não o curvilíneo, mas o uso das necessidades humanas como padrão para mensurar a forma utilitária.

Embora os monogramas pessoais dos artistas da Secessão transmitissem uma estética comum [12.21], vários membros eram especializados em uma ou mais disciplinas: arquitetura, artes aplicadas, design gráfico, design de interiores, pintura, gravação e escultura. Moser desempenhou papel importante na definição de outra abordagem do design gráfico. Seu cartaz para o calendário de Fromme [12.22] combinava símbolos místicos com o espaço bidimensional simplificado. As nuances transcendentais da Escola de Glasgow davam lugar a um fascínio pela geometria. O cartaz de Moser [12.23] para a décima terceira mostra da Secessão Vienense é uma obra-prima da fase madura. Essa evolução rumo à forma geométrica elementar foi esquematizada por Walter Crane em seu

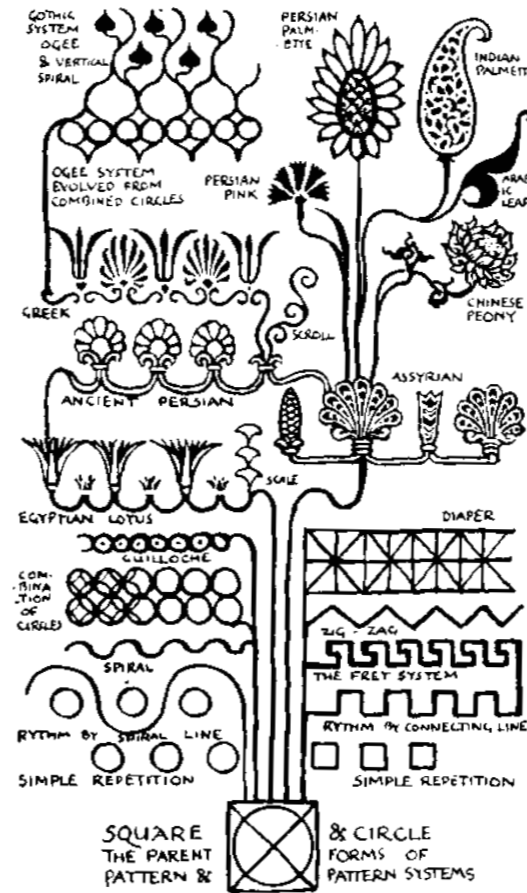


12.22 Koloman Moser, cartaz anunciando calendário de Fromme, 1899. Usado pelo cliente com mudanças de cor durante quinze anos, o desenho de Moser retrata uma deusa do destino pessoal portando um aro de serpente e ampulheta, símbolos para o círculo eterno da vida e da passagem do tempo.



12.23 Koloman Moser, cartaz para a décima terceira exposição da Secessão Vienense, 1902. Padrões matemáticos de quadrados e retângulos contrastam com as formas circulares das figuras e letras.

12.24 Walter Crane, diagrama de *Line and Form*, 1900. Este livro amplamente lido prenunciava a evolução da forma rumo à pureza geométrica da Secessão Vienense e da vanguarda pós-cubismo.



12.25 Alfred Roller, projeto para proteção de relógio de bolso, 1900. Noite e dia são simbolizados por dois caracóis com atributos yin e yang (princípios positivos e negativos na natureza).

livro *Line and Form* (Linha e forma) [12.24]. Quando os artistas da Secessão Vienense rejeitaram o estilo floral francês, voltaram-se para as formas planas e maior simplicidade. O design e as artes aplicadas passaram a ter cada vez mais importância, à medida que essa metamorfose culminava em ênfase na padronização geométrica e na construção modular. A linguagem projetual resultante empregava quadrados, retângulos e círculos em repetição e combinação. A decoração e a aplicação de ornamentos apoiavam-se em elementos semelhantes usados em sequência paralela, não rítmica. Essa geometria não era mecânica e rígida, mas sutilmente orgânica.

Alfred Roller (1864-1935) realizou inovações significativas no design gráfico com um controle magistral de linhas, tons e formas complexas [12.25]. Cenógrafo e pintor de cenários para teatro, seu trabalho principal como designer gráfico e ilustrador foi para a *Ver Sacrum* e cartazes de exposições da Secessão. O cubismo e o *art déco* são prenunciados em seu cartaz de 1902 para a décima quarta mostra da Secessão Vienense [12.26]. Seu cartaz para a décima sexta mostra, mais tarde naquele mesmo ano [12.27], sacrificava a legibilidade para obter uma densidade textural sem precedentes. Berthold Löffler (1874-1960) também antecipou avanços ulteriores com suas imagens simbólicas sintéticas de contornos espessos e caracterís-

12.26 Alfred Roller, cartaz para a décima quarta exposição da Secessão Vienense, 1902. Padrões geométricos densos animam o espaço.

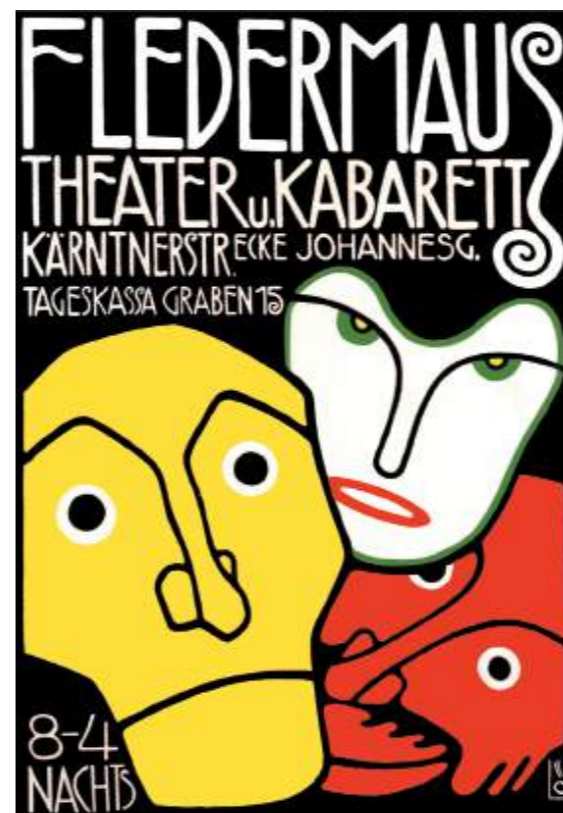


12.27 Alfred Roller, cartaz para a décima sexta exposição da Secessão Vienense, 1902. As letras foram reduzidas a retângulos de cantos arredondados com linhas curvas talhadas para definir cada caractere.



ticas geométricas simples. As figuras humanas em seus cartazes e ilustrações se tornaram antes significados elementares que representações [12.28].

Na virada do século, tanto Moser como Hoffmann haviam sido nomeados para o corpo docente da Kunst-



gewerbeschule (Escola Vienense de Artes Aplicadas). Suas ideias sobre o design limpo, geométrico, formadas quando se despiram da influência das virgens, rosas simbólicas e insinuações místicas da Escola de Glasgow, capturaram a imaginação de seus alunos. Com financiamento do industrial Fritz Wärndorfer, Hoffmann e Moser lançaram os Wiener Werkstätte (Seminários de Viena) em 1903 [12.29, 12.30]. Sendo uma extensão da Secessão, esse *continuum* espiritual dos seminários de Morris procurou uma união estreita entre as belas-artes e as artes aplicadas no design de luminárias, tecidos e objetos similares para uso cotidiano, incluindo livros, cartões comemorativos e outros impressos [12.31]. Organizados

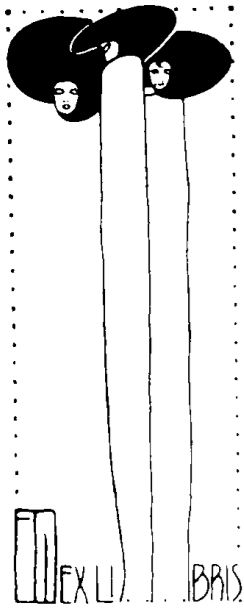
12.28 Berthold Löffler, cartaz para um teatro e cabaré, c. 1907. Rostos semelhantes a máscaras foram simplificados em traços elementares.



12.30 Josef Hoffmann, cartaz de exposição dos Wiener Werkstätte, 1905. Um padrão geométrico azul repetitivo foi criado por uma técnica de estêncil manual depois que a inscrição e dois retângulos mais baixos foram impressos por litografia. Esta inscrição foi combinada a outros padrões em um anúncio e outros cartazes.



12.29 Marca e monograma aplicados a produtos dos Wiener Werkstätte demonstram a harmonia de proporção, geometria lírica e clareza de forma que caracterizam seus projetos.



12.31 Josef Hoffmann, projeto de ex-libris, 1903. Em uma grande série de estudos da figura humana, Hoffmann reduziu a imagem a contornos alongados e formas simples simbolizando cabelos ou chapéus.

inicialmente para apresentar projetos de Moser e Hoffmann, os Wiener Werkstätte prosperaram e tiveram a participação de muitos outros colaboradores. O objetivo era oferecer uma alternativa a artigos mal projetados, produzidos em massa, e ao surrado historicismo. A função, a honestidade com os materiais e a proporção harmoniosa eram preocupações importantes; a decoração somente era usada quando atendia a esses objetivos e não os violava. Mestres carpinteiros, encadernadores, metalurgistas e trabalhadores do couro eram empregados para trabalhar com os designers no esforço para elevar as artes aplicadas aos padrões das belas-artes. Moser deixou os Wiener Werkstätte em 1907, e sua morte em 1918, aos 50 anos de idade, abreviou a carreira de um importante inovador do design.

Após 1910 o impulso criativo em Viena entrou em declínio. Mas o abismo entre a ornamentação do século XIX e o *art nouveau*, de um lado, e o funcionalismo racional e o formalismo geométrico do século XX, de outro, havia sido transposto. Os Wiener Werkstätte sobreviveram ao caos da Primeira Guerra Mundial e prosperaram até a era da Depressão, quando dificuldades financeiras obrigaram seu encerramento em 1932.

PETER BEHRENS E A NOVA OBJETIVIDADE

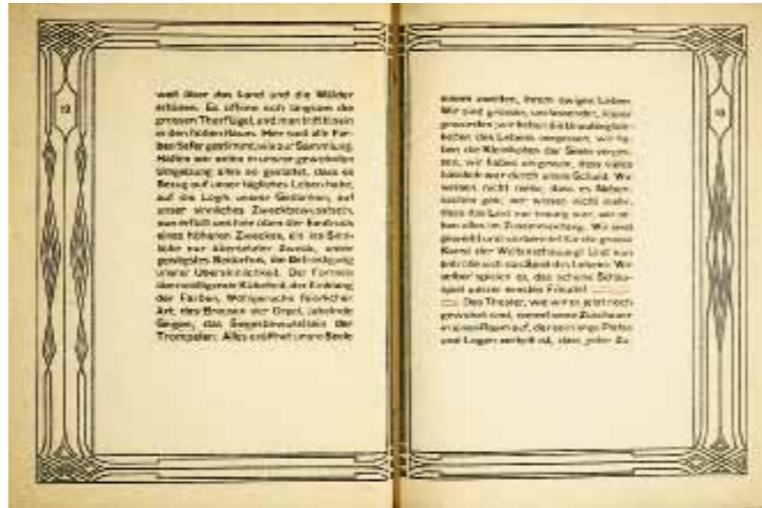
O artista, arquiteto e designer alemão Peter Behrens desempenhou papel importante ao planejar um curso de design na primeira década do novo século. Ele buscava a reforma tipográfica, foi o primeiro defensor da tipografia sem serifa e usou um sistema de grids para estruturar o espaço em seus layouts. Foi chamado de “o primeiro designer industrial” em reconhecimento aos seus projetos para produtos industrializados, como postes de iluminação e chalesiras. Seu trabalho para a Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft, ou AEG, é considerado o primeiro programa completo de identidade visual. Em arquitetura, seus primeiros edifícios foram pioneiros no uso das cortinas de vidro não estruturais, que se estendiam pelos espaços entre as vigas de sustentação.

Behrens ficou órfão aos 14 anos de idade. A considerável herança deixada pelo pai garantiu-lhe au-

tonomia financeira, que ajudou na evolução de seu trabalho. Ele escolheu a arte como carreira e estudou em Hamburgo, mudando-se depois para Munique, onde se iniciava um renascimento nas artes e ofícios alemães. Embora suas primeiras pinturas fossem da paisagem pobre e industrial, posteriormente Behrens abandonou o realismo social e abraçou o movimento Jugendstil dos anos 1890.

Em 1900 o grão-duque de Hessen, que procurava “fundir a arte com a vida”, estabeleceu uma nova colônia de artistas em Darmstadt, na esperança de estimular o crescimento cultural e econômico na indústria leve, como mobília e cerâmica. Os sete artistas da colônia, incluindo Behrens e o arquiteto Olbrich, da Secessão Vienense, tinham experiência nas artes aplicadas. A cada um foi concedido terreno para construir uma casa; Behrens projetou sua própria casa e todo o mobiliário, desde os móveis até os talheres e a porcelana, uma experiência importante em design total.

Os críticos de arte alemães do período estavam interessados na relação entre as formas de arte e design e as condições sociais, técnicas e culturais. Behrens também estava preocupado com essas questões e acreditava que, depois da arquitetura, a tipografia fornecia “o retrato mais característico de um período, e o testemunho mais forte do progresso espiritual” e do “desenvolvimento de um povo”. Suas experiências tipo-



12.32 Peter Behrens, páginas de texto para *Feste des Lebens und der Kunst*, 1900. As bordas cinza azuladas e as iniciais vermelhas circundadas por decorações em tons de ferrugem emolduram o inédito texto sem serifa.

gráficas eram uma tentativa deliberada de expressar o espírito da nova era. Em 1900, Behrens compôs seu livreto de 25 páginas, *Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol* (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura), em tipo sem serifa [12.32]. Segundo o historiador alemão da tipografia Hans Loubier, esse livrinho pode representar o primeiro uso de tipo sem serifa em texto corrido. Além disso, versais sem serifa são usadas de maneira inédita no título e nas páginas de dedicatória [12.33]. No ano seguinte, Behrens explorou motivos de desenho geométrico formal com caracteres modulares sem serifa baseados num quadrado [12.34].

Na virada do século, Behrens não estava sozinho em seu interesse pela tipografia sem serifa. A Fundação Berthold projetou uma família de dez fontes *sans serifs* que eram variações de uma fonte original. Essa família de tipos Akzidenz Grotesk (chamados de Standard nos Estados Unidos) [12.35] teve influência im-



12.33 Peter Behrens, folha de rosto e página de dedicatória para *Feste des Lebens und der Kunst*, 1900. Uma angularidade acentuada caracteriza o frontispício (à esquerda), emoldurado por cariátides. À direita, uma dedicatória à colônia dos artistas de Darmstadt é ornamentada com padrões curvilíneos controlados.

12.34 Peter Behrens, capa para *Dokumente des Modernen Kunstgewerbes...* (Documentos de artes aplicadas modernas...), 1901. Este desenho geométrico decorativo e a inscrição sem serifa dentro de um quadrado pressagiam o design *art déco* dos anos 1920 e 1930.



ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ
ZÆOËß&SZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZÆ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzch&f&ff

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ
ZÆOË abcdefghijklmnopqrstuvwxyzch&f&ff

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ZÆOË abcdefghijklmnopqrstuvwxyzch

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ZÆOË abcdefghijklmnopqrstuvwxyzch&f&ff

12.36 Tipos lançados pela Fundação Klingspor. De cima para baixo: Eckmannschrift, de Otto Eckmann, 1900; Behrensschrift, de Peter Behrens, uma tentativa de inovar formas tipográficas para a nova era, 1901; Behrens Kursiv, a versão em itálico do Behrensschrift de Behrens, 1907; Behrens Antiqua, sua tentativa de recapturar a clareza e a autoridade das inscrições romanas, 1908; e Behrens Medieval, sua interpretação pessoal de formas do Renascimento, 1913.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

12.35 Fundação Berthold, tipos Akzidenz Grotesk, 1898-1906. Um sistema elegante de contraste de peso é obtido nestas formas pioneiras.

portante na tipografia do século xx. Além dos quatro pesos mostrados na figura 12.35, a Berthold lançou três versões largas e três estreitas. A Akzidenz Grotesk permitia aos tipógrafos obter contraste e ênfase em uma só família de tipos. Foi um passo importante na evolução para a família unificada e sistematizada de tipos. Os designers da Akzidenz Grotesk alcançaram uma notável harmonia e clareza e inspiraram os tipos sem serifa da era pós-Segunda Guerra Mundial.

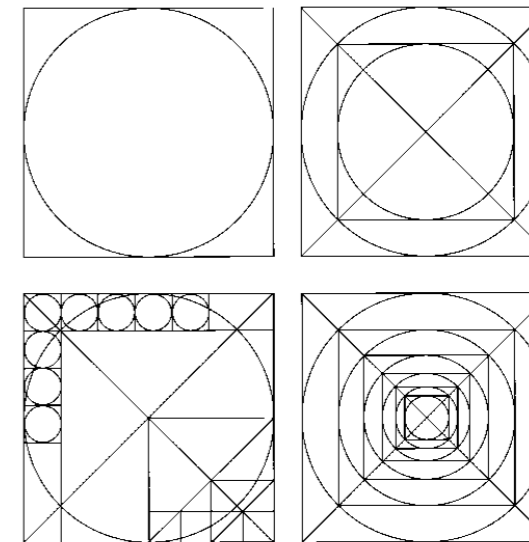
Havia um sentido de urgência na comunidade alemã de arte e design. Outro século se aproximava e a necessidade de criar formas para uma nova era parecia premente. A reforma tipográfica era um dos principais interesses de Behrens. Depois de se empenhar muito com um fundidor conservador, num esforço para desenvolver um novo tipo, Behrens entrou em contato com o dr. Karl Klingspor (n. 1868), então com 32 anos de idade, da Fundação Klingspor. Ele concordou em fabricar e lançar o primeiro tipo de Behrens, o Behrensschrift [12.36], em 1901. Klingspor acabara de desfrutar sucesso inesperado com o popularíssimo Eckmannschrift [12.36, 11.71]. O Behrensschrift era uma tentativa de reduzir todo floreado poético que marcasse as formas, e com isso torná-las mais universais.

Ao contrário dos floreados tipos vitoriano, *art nouveau* e medieval, que dominavam o novo design de tipos na época, Behrens padronizou os traços uti-

lizados para construir suas letras. Ele procurou deliberadamente inventar uma imagem tipográfica para o novo século e criar um tipo exclusivamente alemão combinando o caráter pesado, estreito, da letra gótica, as proporções de letras das inscrições romanas e seu próprio padrão de letras. Os traços horizontais e verticais são enfatizados e as diagonais substituídas por traços curvos em letras como w e v. Alguns especialistas em tipografia ficaram indignados com o Behrensschrift, mas suas serfas com traços de pena e sua clareza estabeleciam uma diferença marcante em relação à densa letra gótica e aos tipos floreados do *art nouveau* tão usados na Alemanha na época, o que fez dele um retumbante sucesso tanto na composição de livros [12.37] como nos impressos comerciais. No folheto promocional para o Behrensschrift, Behrens comparava o ato de ler tipos de texto a “assistir ao voo do pássaro ou ao galope do cavalo. Ambos parecem graciosos e agradáveis, mas o espectador não observa detalhes de sua forma ou seu movimento. Só o ritmo das linhas é visto pelo espectador, e o mesmo se aplica a um tipo”.

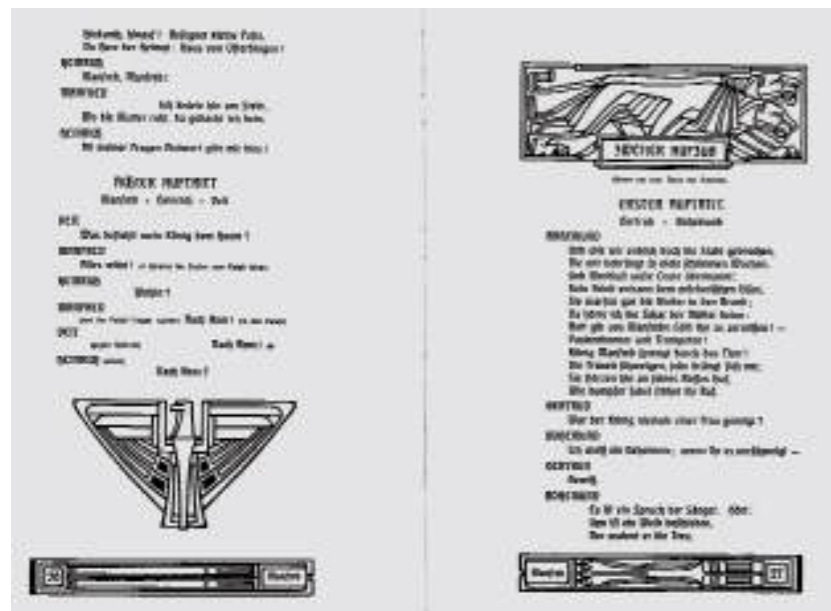
Em 1903 Behrens mudou-se para Düsseldorf para se tornar diretor da Escola de Artes e Ofícios da cidade. Nessa escola, cursos preparatórios inovadores antecediam o estudo de disciplinas específicas, como arquitetura, artes gráficas e projeto de interiores. O propósito de Behrens era voltar aos princípios intelectuais fundamentais de todo trabalho de criação de formas, permitindo que tais princípios se enraizassem nos aspectos artisticamente espontâneos e suas leis internas de percepção, e não diretamente nos aspectos mecânicos do trabalho. Os alunos desenhavam e pintavam formas naturais em diferentes meios, depois faziam estudos analíticos para explorar o movimento e o desenho lineares e a estrutura geométrica. Esses cursos introdutórios foram precursores do Curso Preliminar da Bauhaus, onde dois aprendizes de Behrens, Walter Gropius e Ludwig Mies van der Rohe, atuaram como diretores.

Uma transformação drástica ocorreu no trabalho de Behrens em 1904, depois que o arquiteto holandês J. L. Mathieu Lauweriks (1864-1932) entrou para o corpo docente de Düsseldorf. Lauweriks era fascinado pela forma geométrica e desenvolvera

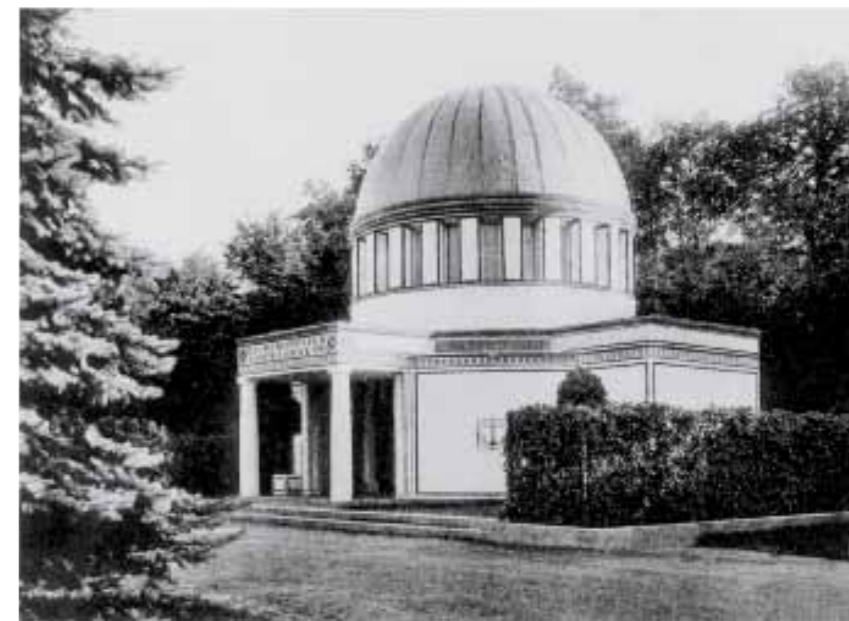


12.38 Estes diagramas ilustram a teoria da composição do arquiteto holandês J. L. M. Lauweriks, que elaborou sistemas de grids a partir de um quadrado que circunscreve um círculo.

12.39 Peter Behrens, pavilhão da exposição Anchor Linoleum, 1906. Formas e proporções clássicas são combinadas com estrutura e padrão geométricos derivados matematicamente em uma busca da linguagem formal do século xx.



12.37 Peter Behrens, páginas de Manfred, de Georg Fuchs, 1903. O Behrensschrift é sistematicamente usado com cabecéis, vinhetas finais e fólhos.



uma abordagem do ensino do design com base na composição geométrica. Seus grids partiam de um quadrado que circunscribe um círculo; inúmeras permutações podiam ser feitas pela subdivisão e duplicação dessa estrutura básica [12.38]. Os padrões geométricos resultantes podiam ser usados para determinar proporções, dimensões e divisões espaciais no design de tudo, de cadeiras a edifícios [12.39] e peças gráficas [12.40]. A aplicação dessa teoria por Behrens mostrou-se catalisadora para levar a arquitetura e o design do século xx em direção ao uso da geometria racional como sistema fundamental à organização visual. Seu trabalho desse período é parte das experiências iniciais do construtivismo no design gráfico, em que representações realistas ou mesmo estilizadas são substituídas por estrutura arquitetônica e geométrica. Às vezes Behrens usava quadrados, mas empregou com mais frequência re-



12.40 Peter Behrens, cartaz para o pavilhão de exposição Anchor Linoleum, 1906. A teoria dos grids de Lauweriks é aplicada ao design gráfico.

tângulos em relações como um quadrado de largura por 1,5 ou dois quadrados de altura.

Em 1907, Emil Rathenau, diretor da AEG, nomeou Behrens conselheiro artístico. Depois que Rathenau adquiriu direitos de fabricação para patentes de Thomas A. Edison em 1883, a firma se tornou uma das maiores empresas do mundo.

Rathenau foi um industrial visionário que procurou unificar visualmente produtos, ambientes e comunicações da companhia. Em 1907 a indústria elétrica era de ponta; as chaleiras elétricas pareciam tão avançadas quanto os produtos eletrônicos digitais de hoje. Como conselheiro de design para a AEG, Behrens passou a concentrar-se nas necessidades da indústria, com responsabilidades que iam de grandes edifícios a equipamentos de escritório e ventiladores.

O ano de 1907 também marcou a fundação, em Munique, da Deutsche Werkbund (Associação Alemã de Artesãos), que defendia o casamento entre arte e tecnologia. Behrens desempenhou papel importante nessa primeira organização criada para infundir o design de alta qualidade a produtos manufaturados e arquitetura. Os líderes do grupo, entre os quais Hermann Muthesius, Henry van de Velde e Behrens, eram influenciados por William Morris e o movimento inglês *arts and crafts*, mas com diferenças importantes: enquanto Morris sentia repulsa pelos produtos da era da máquina e defendia um retorno ao artesanato medieval em protesto romântico contra a Revolução Industrial, a Werkbund reconhecia o valor das máquinas e advogava o design como meio para conferir forma e significado a todas as coisas feitas pela máquina, inclusive os edifícios.

Com zelo visionário, esses designers propunham uma filosofia de *Gesamkultur*, isto é, uma nova cultura universal num ambiente artificial totalmente reformado. O design era visto como o motor que poderia impelir a sociedade adiante para alcançar a *Gesamkultur*. Logo depois de formada a Werkbund, surgiram duas facções. Uma, encabeçada por Muthesius, argumentava em favor da máxima utilização da fabricação mecânica e padronização do projeto para a eficiência industrial. Esse grupo acreditava que a forma devia ser exclusivamente determinada pela função e desejava eliminar todo ornamento. Muthesius entendia que

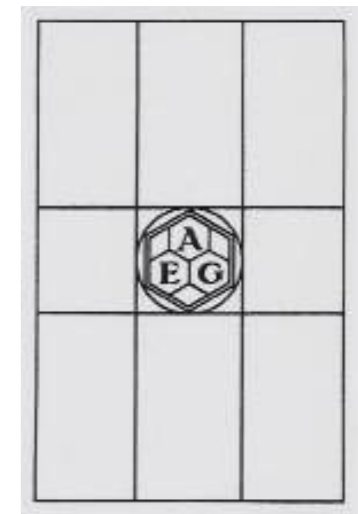
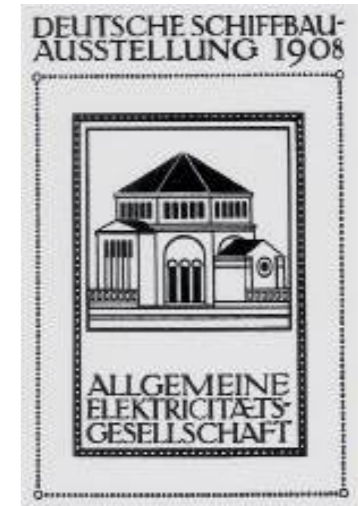


12.41 Peter Behrens, marca da AEG, 1907. A nova marca foi sistematicamente aplicada a edifícios, material de escritório, produtos e artes gráficas.

tanto a simplicidade como a exatidão eram demandas funcionais da fabricação mecânica e aspectos simbólicos da eficiência e poder industriais do século xx. Acreditava que uma união dos artistas e artesãos com a indústria poderia elevar as qualidades funcionais e estéticas da produção em massa, particularmente nos produtos de consumo de baixo custo. A outra facção, liderada por Van de Velde, argumentava em favor da primazia da expressão artística individual. Behrens tentou fazer a mediação entre os dois extremos, mas seu trabalho para a AEG mostrava fortes tendências rumo à padronização. Uma filosofia do design é uma visão meramente ociosa até que alguém crie artefatos que a convertam em uma força concreta no mundo, e os membros da Werkbund procuravam conscientemente uma nova linguagem projetual para realizar suas metas. O trabalho de Behrens para a AEG tornou-se a primeira manifestação dos ideais da Werkbund, e ele foi por vezes chamado de “Sr. Werkbund”.

Os projetos de Behrens na AEG representam uma síntese de dois conceitos aparentemente contraditórios: neoclassicismo e *Sachlichkeit* (em tradução livre, objetividade do senso comum). Seu neoclassicismo brotava de um estudo cuidadoso da arte e do design da Grécia e Roma antigas. Em vez de meramente copiar os aspectos estilísticos de tais períodos, encontrou neles a linguagem formal de harmonia e proporção necessária para alcançar uma unidade das partes com o todo. *Sachlichkeit* era uma ênfase pragmática em tecnologia, processos de fabricação e na função, cujos conceitos artísticos e questões de estilo eram subordinados ao propósito. Esses dois conceitos, em harmonia, orientaram Behrens em sua busca por formas de alcançar a *Gesamkultur*.

Em 31 de janeiro de 1908, foi feito o registro de propriedade autoral da marca hexagonal de Behrens para a AEG [12.41]. Esse favo de mel estilizado contendo as iniciais da empresa denota ordem matemática e ao mesmo tempo funciona como metáfora visual relacionando a complexidade e a organização de uma corporação do século xx a uma colmeia. O folheto de orientação feito por Behrens para o pavilhão da AEG na Exposição da Indústria Naval Alemã de 1908 foi a primeira aplicação da marca e dos tipos da empresa [12.42]. O programa de identidade visual



12.42 Peter Behrens, capas para o manual de orientação do pavilhão da AEG na Exposição da Indústria Naval Alemã, 1908. A elevação reduz a estrutura arquitetônica a planos chapados. A inscrição aqui utilizada se tornou base para o sistema de identidade visual da AEG.



12.43 Peter Behrens, capas para *Mitteilungen der Berliner Elektrizitätswerke* (Revista da Usina de Eletricidade de Berlim), 1908. Cada edição utilizava um padrão geométrico diferente na capa e o tema gráfico se refletia no desenho do calendário da quarta capa.

da AEG fazia uso constante de três elementos centrais que estariam presentes nos programas de identidade corporativa quando o gênero se desenvolveu meio século depois: uma marca, uma família tipográfica e um leiaute consistente de elementos seguindo formatos padronizados.

Behrens projetou um tipo para uso exclusivo da AEG e para dar unidade aos impressos da companhia. Numa época em que o design gráfico alemão era dominado pela letra gótica tradicional e por estilos decorativos da era vitoriana e do *art nouveau*, Behrens desenhou letras de estilo romano inspiradas em inscrições clássicas. Inicialmente, isso não estava disponível em tipos e, por isso, as letras *display* em todos os impressos da AEG eram inscritas à mão. Em 1908, uma variação de fonte chamada Behrens-Antiqua [12.36] foi lançada pela Fundação Klingspor, primeiro para uso exclusivo da AEG, e mais tarde para uso geral. Behrens tinha três intenções importantes para esse novo tipo: ele diferenciava as comunicações da AEG de todos os outros materiais impressos; suas formas eram mais universais que individualizadas pelo toque da mão de um artista específico; e era uma tenta-

tiva de dar um caráter monumental que podia evocar conotações positivas de qualidade e desempenho. O tipo Behrens-Antiqua tem a qualidade solene, monumental das letras romanas. Behrens desenhou ornamentos inspirados por antigos objetos de cerâmica e metal gregos e romanos, cujas propriedades geométricas reforçavam sua crença de que a geometria podia tornar o ornamento universal e impessoal.

O uso coerente de dispositivos gráficos conferia ao material da AEG uma imagem unificada [12.43]. Esses dispositivos, além de divisões modulares do espaço usando o grid de Lauweriks, incluíam emoldurar o campo elementos estáticos; usar exclusivamente tipos Behrens-Antiqua; eleger cores análogas (geralmente duas ou três cores sequenciais no disco cromático); e, por fim, empregar fotografias e desenhos simples e objetivos com objetos isolados de seus ambientes.

Os produtos industriais projetados por Behrens variavam de utensílios domésticos elétricos, como chaleiras e ventiladores, a postes de iluminação e produtos industriais, como motores elétricos. Ele trouxe o olhar formal do pintor e a abordagem estrutural e ética pro-

fissional do arquiteto para o design de produto. A combinação de forma visual, método de trabalho e preocupação funcional em seu trabalho com produtos da AEG permitiu que ele produzisse o corpo da obra que levou alguns a proclamá-lo como o primeiro designer industrial. Um uso inovador da padronização é encontrado no projeto das chaleiras da AEG com peças intercambiáveis [12.44]: três formas básicas de chaleira, duas tampas, duas alças e duas bases. Eram feitas em três materiais: bronze, cobre e níquel; e três acabamentos: liso, batido e ondulado. Todos os componentes estavam disponíveis para montagem em três tamanhos; todas essas chaleiras usavam os mesmos elementos e plugues de aquecimento. Esse sistema de componentes intercambiáveis tornava teoricamente possível configurar 216 chaleiras diferentes, mas apenas cerca de trinta eram efetivamente comercializadas.

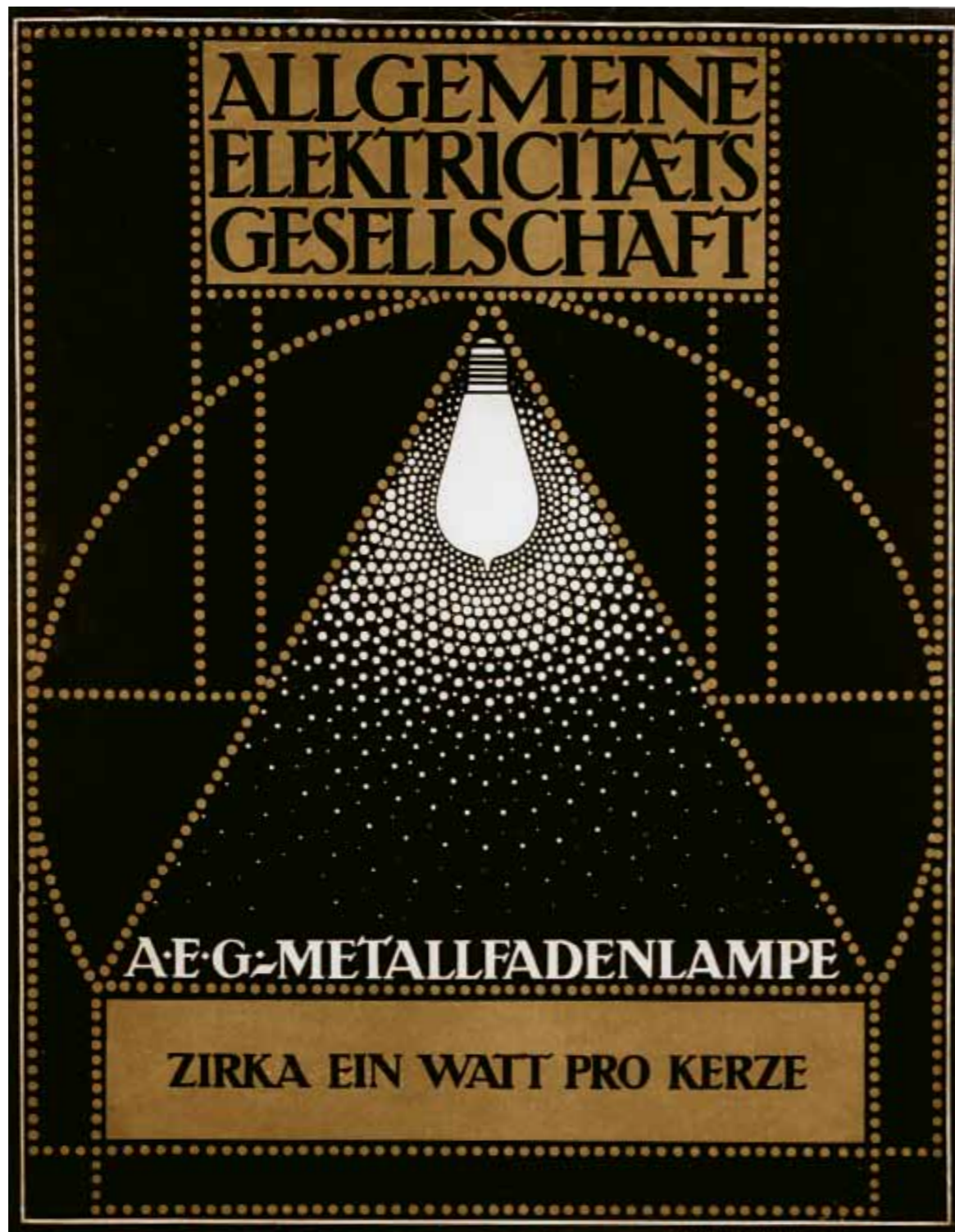
A partir do início de 1907 Behrens projetou uma grande série de lâmpadas de arco voltaico da AEG [12.45], que produziam luz intensa mediante a passagem de corrente elétrica entre dois elétrodos de carbono. Eram trezentas vezes mais luminosas, com uso mais eficiente de energia e mais seguras que as lâmpadas a gás da época. Como as barras de carbono tinham de ser substituídas a intervalos de oito a vinte horas,



12.45 Peter Behrens, página de catálogo de lâmpadas de arco voltaico da AEG, 1907. A forma e a proporção são inspiradas em antigos vasos gregos.



12.44 Peter Behrens, página de catálogo para as chaleiras AEG, 1908. A página mostra as combinações do sistema modular de formas, alças, materiais e texturas. Note-se a divisão espacial por fios para delimitar áreas de informação.



12.46 Peter Behrens, cartaz de lâmpada elétrica da AEG, c. 1910. Os elementos geométricos estruturam o espaço e simbolizam a energia radiante da iluminação.

12.47 Peter Behrens, loja de varejo da AEG em Berlim, 1910. Letreiro inscrito em mármore branco e a moldura em madeira escura fazem coro às divisões geométricas do material gráfico da AEG. A marca na porta de vidro transmite a imagem corporativa. Os cartazes eram frequentemente pendurados no biombo de três painéis atrás da vitrina.

12.48 Peter Behrens (designer) e Karl Bernhard (engenheiro estrutural), Fábrica de Turbinas da AEG, 1909. Com exceção da marca e do nome de identificação na extremidade da cobertura, não existem ornamento nem embelezamento. A estrutura e as proporções são projetadas para sugerir sua função – uma enorme usina industrial organizada para a montagem de gigantescas turbinas a vapor.

foram projetados grampos externos convenientes para a rápida desmontagem. Suas formas e proporções sugerem o grid de Lauweriks, enquanto o conjunto lembra o desenho harmonioso e as curvas graciosas de um vaso grego. As lâmpadas eram de uso amplo em fábricas, estações ferroviárias e outros edifícios públicos.

Behrens buscava a neutralidade e a padronização no design de produtos para fabricação por máquinas. Seus postes de iluminação e suas chaleiras têm formas simples sem decoração e são destituídas de conotações de classe social e riqueza. Seu trabalho apontava para uma nova sensibilidade de design que amadureceria nos anos 1920. Essa abordagem racional anunciava que era necessário que a forma brotasse da função, em vez de ser um embelezamento adicional.

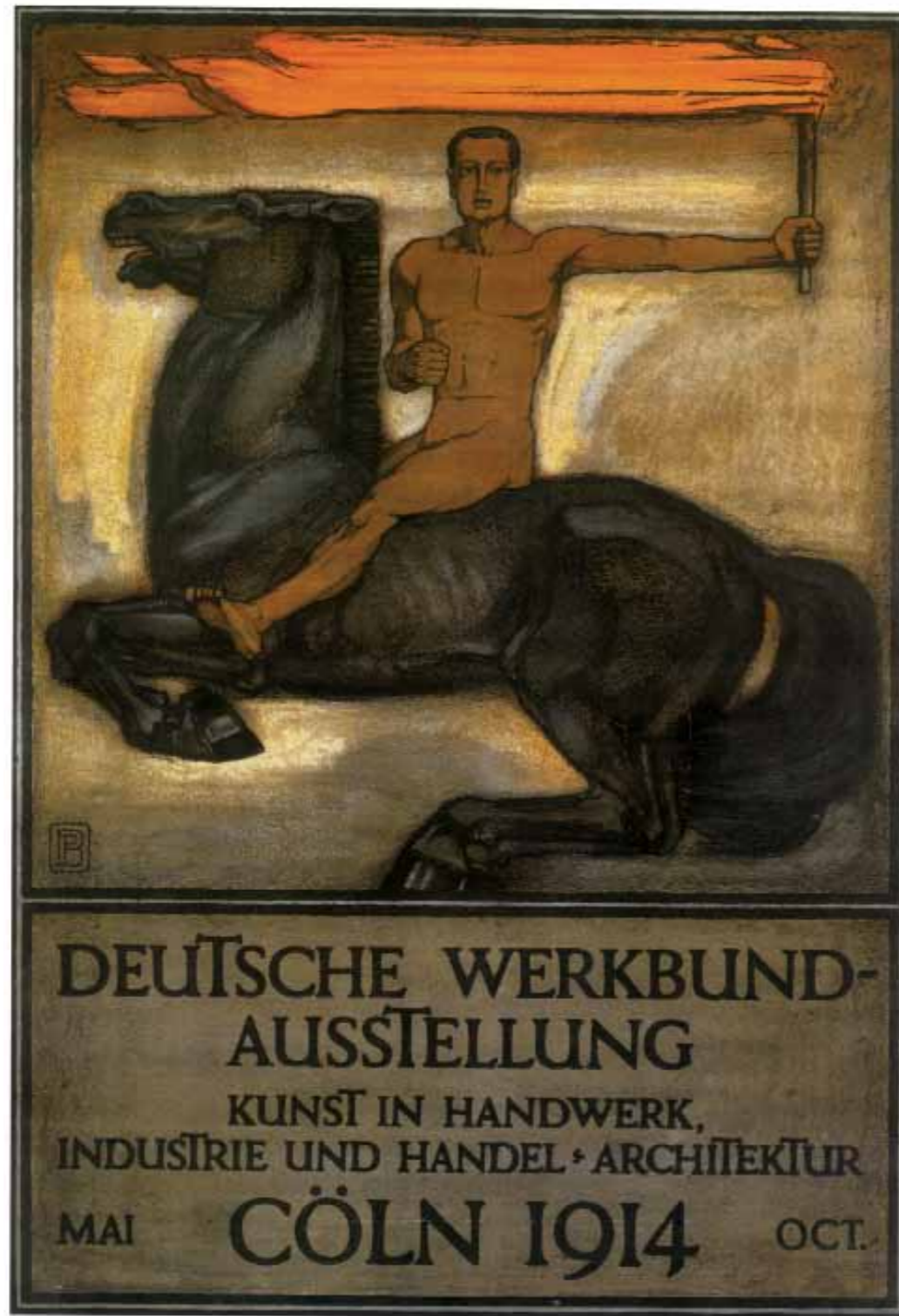
Um cartaz de lâmpada elétrica [12.46] desenhado por Behrens para a AEG por volta de 1910 demonstra os parâmetros tipográficos e espaciais do programa maduro de identidade visual da empresa; o cartaz realiza a busca de Behrens por uma linguagem da forma do século XX. O programa de design corporativo da AEG incluía aplicações à arquitetura, que iam de fachadas de lojas [12.47] a sua enorme Fábrica de Turbinas [12.48]. Esse grande projeto arquitetônico – com suas 22 vigas mestras gigantes de aço aparente nas laterais, cortinas de vidro e forma determinada pela função – tornou-se um protótipo para a evolução futura do design. Além de Gropius e Mies van der Rohe, mencionados anteriormente, entre os aprendizes de Behrens durante esse período estavam Le Corbusier e Adolf Meyer. Dada a importância posterior desses designers, a filosofia e as conversas no ateliê de Behrens certamente foram catalisadores de ideias futuras.

Na Conferência Anual da Werkbund de 1914 [12.49], o debate entre o racionalismo e a padronização de Muthesius e o expressionismo de Van de Velde foi totalmente resolvido em favor de Muthesius. Até esse encontro de 1914, Behrens desempenhou papel-chave entre os designers que se revoltaram contra o historicismo da era vitoriana e o design *art nouveau* e defendiam uma abordagem espartana, destituída de decoração. A ortodoxia austera do Estilo Internacional, tratada nos capítulos 18 e 20, foi a extensão evolutiva dessas opiniões.



Em 1911 Behrens começou a aceitar encomendas de arquitetura de outros clientes. O design gráfico e o de produto passaram a ocupar menos de seu tempo. Em 1914 o contrato de Behrens com a AEG se encerrou, embora ele continuasse de tempos em tempos a trabalhar em projetos para a empresa. Até sua morte, em 1940, a prática de design de Behrens concentrou-se na arquitetura. Seu trabalho durante as décadas iniciais do século concretizou um avançado pensamento sobre o design ao mesmo tempo que lançou sementes para futuros avanços.





12.49 Peter Behrens, cartaz para uma exposição da Deutsche Werkbund, 1914. O designer é um portador de tocha alegórico, em conformidade com a concepção da Werkbund de que o design é uma força social iluminadora e humanizadora. A legenda diz: *Kunst in Handwerk, Industrie und Handel – Architektur* (Arte no Ofício, Indústria e Comércio – Arquitetura).

DESIGN PARA O METRÔ DE LONDRES

Em 1890 foi inaugurado em Londres o primeiro sistema ferroviário elétrico subterrâneo do mundo. Durante as primeiras duas décadas do século xx, a Underground Electric Railways of London consolidou grande parte do sistema de transportes urbanos da capital britânica. Assim como o diretor da AEG Emil Rathenau foi o catalisador do programa abrangente de design da empresa, um estatístico e advogado chamado Frank Pick (1878-1941) forneceu a visão necessária para levar o Underground Group à vanguarda da publicidade e do design.

Pick fora um crítico ferrenho das campanhas promocionais de seu empregador e por isso, por volta de 1908, a publicidade foi adicionada a sua esfera de responsabilidade. Embora sem formação artística, Pick adquirira uma paixão pela arte e o design. Ele reagiu à confusão de cartazes de anunciantes, que competiam com informações e publicidade sobre transportes, destinando os painéis nas entradas das estações a cartazes e mapas do metrô; depois, limitou os anunciantes a espaços gradeados dentro das estações e nas plataformas. As placas de estações do metrô, introduzidas em 1908, tinham um disco vermelho uniforme atravessado ao meio por uma barra azul que trazia o nome da estação em letras brancas sem serifa. Esse projeto inteligente e simples se destacava em meio à desordem urbana.

Os cartazes de publicidade do metrô eram ecléticos, de grande impacto e evoluíram ao longo das décadas. Normalmente se dava mais ênfase ao destino que ao transporte. O trânsito urbano por ônibus, bonde e metrô era apresentado como a pulsação cardíaca da cidade, dando acesso a cinemas e museus, esportes e lojas. Para promoverem o uso noturno fora dos horários de pico e nos fins de semana, os cartazes incentivavam a viagem para destinos de lazer, como teatros, o zoológico, parques e a zona rural. Pick assumiu responsabilidade pessoal pela escolha de artistas e aprovação dos projetos. Os designers recebiam pouca orientação além de um assunto ou tema geral. Os cartazes do metrô tinham estilos que variavam do romantismo lírico aos primórdios do modernismo dos meios de comunicação de massa.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 &£1234567890.,;:-!?'""'()/

A insatisfação com a tipografia do material impresso para o metrô levou Pick a encomendar ao eminente calígrafo Edward Johnston (1872-1944) o projeto de uma fonte exclusiva, patenteada para o metrô em 1916. Pick solicitou uma fonte que tivesse a clara simplicidade evidenciada por letras características de épocas anteriores, mas com uma inquestionável qualidade do século xx. Johnston respondeu a essa aparente contradição elaborando manualmente um tipo sem serifa [12.50] cujos traços possuem peso constante; entretanto, as letras têm as proporções básicas das inscrições romanas clássicas. Johnston buscou a clareza funcional absoluta mediante a redução de seus caracteres à forma mais simples possível: o *M* é um quadrado perfeito cujos traços em diagonais de 45 graus se encontram no centro exato da letra; o *O* é um círculo perfeito; todas as letras têm um desenho elementar semelhante. A caixa-baixa do *L* tem uma cauda para evitar confusão com o *I* caixa-alta.

Johnston projetou uma nova versão da sinalização e da marca das estações, usando sua nova fonte sobre uma barra azul à frente de um círculo vermelho em vez de um disco sólido. Essa marca do metrô de Londres é usada ainda hoje [12.51], incorporando refinamentos feitos em 1972.

À medida que Pick ascendeu na administração do metrô, sua defesa do design se ampliou para abarcar a sinalização, a arquitetura das estações e o design de produtos, incluindo o projeto de trens e ônibus. As plataformas das estações e o interior dos vagões eram cuidadosamente planejados para uso humano e estético. Durante as primeiras quatro décadas de existência do metrô, o patronato de Pick fez uma contribuição positiva ao meio ambiente e se tornou um modelo internacional de responsabilidade do design corporativo.

No final do século xix e início xx, designers pioneiros na Alemanha, Escócia e Áustria romperam com o *art nouveau* para traçar novos rumos em resposta a questões pessoais e sociais. Sua preocupação com as relações espaciais, a forma criativa e a funcionalidade constituiu a base para o design do novo século.

12.50 Edward Johnston, o tipo Railway de Johnston, 1916. Essas letras elementares foram protótipos para o design reducionista.

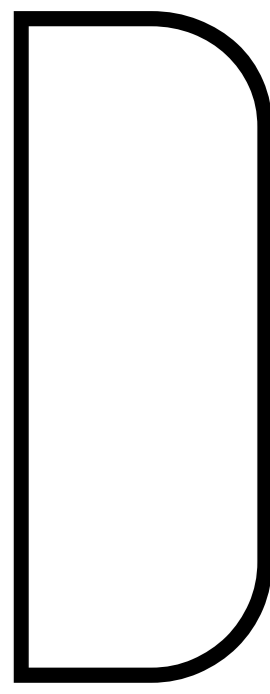
12.51 O símbolo do metrô de Londres, revisto por Edward Johnston em 1918, é mostrado na versão de 1972, ainda em uso.

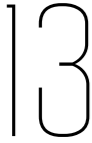




O período modernista

O design gráfico na primeira metade do século xx





A INFLUÊNCIA DA ARTE MODERNA

- 1894 • É fundada a agência **Beggarstaffs**
- 1897 • Mallarmé, “Un Coup de dés”

1900

- 1901 • Morre a rainha Vitória
- 1903 • Os irmãos Wright, primeiro voo de aeroplano
- 1905 • Einstein, Teoria da Relatividade
- Grupo expressionista **A Ponte (Die Brücke)**
- 1906-07 • **Picasso**, influenciado por Cézanne e pela arte africana
- 1908 • Ford modelo “T”
- c. 1909-12 • **Cubismo analítico**
- 1909 • **Marinetti, Manifesto du futurisme**
- **Braque, Broc et violon**
- É formada a **NAACP (National Association for the Advancement of Colored People)**

1910

- 1910 • **Kandinski, Über das Geistige in der Kunst**
- c. 1911 • **Kandinski**, arte não objetiva
- 1911 • Grupo expressionista **Der Blaue Reiter**
- 1913 • *Armory Show* em Nova York
- c. 1913-14 • **Cubismo sintético**
- 1914 • **De Chirico, Le départ du Poète**
- *Kafka*, O processo
- 1915 • **Marinetti, “Montagne + Vallée + Strade x Joffre”**

- 1916 • É fundado o **dadaísmo**: o “acaso” de **Arp** na arte
- 1917 • **Ball**, poemas sonoros **dadá**
- **Coburn, vortografias**
- 1918 • **Housmann & Höch**, fotomontagens
- *Tsar Nicolau II é executado*
- **Apollinaire**, publicação de **Calligramas**
- 1919 • **Schwitters**, exposição **Merz**
- **Heartfield, Grosz** e outros fundam o **dadá** de Berlim
- **Léger, La Fin du monde...**

1920

- 1922 • Criação da **URSS**
- 1923 • **Schwitters**, revista **Merz**
- **Kollwitz**, cartaz
- “De överlevande krig mot krigeti!”
- Hitler, *Mein Kampf*
- 1924 • **Breton, Manifesto du Surrealisme**
- **Mussolini** e **fascistas** consolidam seu poder na Itália
- 1927 • **Depero, Dinamo Azari**
- 1929 • **Man Ray, Sleeping Woman**

1930

- 1930 • **Gandhi** lidera protesto contra imposto sobre o sal
- 1933 • **Nazistas** invadem apartamento de **Heartfield**
- 1934 • **Heartfield**, cartaz do **Yuletide**

1940

1950



UMA NOVA LINGUAGEM DA FORMA

- 1910 • **Mondrian** toma contato com o **cubismo**
- 1912 • **Wright, Coonley House** com janelas com vitrais geométricos
- c. 1913 • **Maliévitch**, primeiras pinturas **suprematistas**
- 1916 • **Van der Leek**, cartaz para a **Batavier Line**
- 1917 • Surgem movimento e revista de **De Stijl**
- Começa a *Revolução Russa*
- 1918 • **Van Doesburg**, *Composição xi*
- É fundada a revista **Wendingen**
- 1919 • **Lissitzki**, cartaz “**Bêi biélakh krasnâm klínom**”

- 1920-29 • **Vladimir Lebedev** se torna o pai do livro ilustrado russo do século xx
- 1922 • **Berlewi**, teoria **Mechano-faktura**
- 1923 • **Maiakóvski** e **Lissitzki**, *Dílo golosa*
- 1924 • **Róditchenko**, série de capas **Mess-Mend**
- **Rietveld**, casa de **Schroeder**
- **Lissitzki, Die Kunstimen**

- 1928 • **Warner Brothers**, primeiro filme sonoro
- 1929 • *Quebra da Bolsa de Valores de Nova York*
- **Lissitzki**, cartaz
- “**Russische Ausstellung**”

- 1930 • **Gustav Klutis** exalta realizações **soviéticas** nos cartazes com **fotomontagem**
- 1931 • **Morre Van Doesburg**, fim da revista **De Stijl**
- 1932 • *Pior ano da Depressão*
- **Roosevelt** eleito presidente
- 1933 • **Hitler**, *chanceler alemão*
- 1934 • **Mao Tsé-tung** lidera “**A Grande Marcha**”
- 1939 • **Sutnar emigra para os EUA**
- *Alemanha invade a Polónia*, começa a **Segunda Guerra Mundial**

- 1941 • **Morre Lissitzki**
- 1943 • *Produção em massa da penicilina*
- 1944 • **Morre Mondrian**
- 1948 • **Gandhi** assassinado



A BAUHAUS E A NOVA TIPOGRAFIA

- 1916 • **Johnston**, tipo **Railway**
- 1919 • **Gropius** funda a **Bauhaus** em **Weimar** e publica manifesto

- 1920 • **Klee** entra para a **Bauhaus**
- 1922 • **Kandinski** entra para a **Bauhaus**
- 1923 • **Moholy-Nagy** substitui **Itten** na **Bauhaus**
- Exposição da **Bauhaus**, participação de **Tschichold**
- **Werkman**, primeiro número de **The Next Call**
- 1925 • **Bauhaus** transferida para **Dessau**
- **Bayer**, alfabeto universal
- **Tschichold**, “**Elementare Typographie**”
- 1927 • **Renner**, **Futura**
- 1928 • **Gropius, Moholy-Nagy** e **Bayer** abandonam a **Bauhaus**
- **Tschichold, Die Neue Typographie**
- **Zwart**, catálogo da **NKF**
- **Koch**, **Kabel**

- 1924 • **Erté**, capas da **Harper’s Bazaar**
- c. 1928 • **Agha** se torna diretor de arte da **Vogue**

- 1934 • **Brodovitch** se torna diretor de arte da **Harper’s Bazaar**
- 1935 • *Administração da Eletrificação Rural*

- 1930 • **Mies van der Rohe** transfere a **Bauhaus** para **Berlim**
- 1931 • **Gill, Essay on Typography**
- 1932 • **Morison, Times New Roman**
- 1933 • **Nazistas** fecham a **Bauhaus**
- **Tschichold** é detido
- **Beck**, mapa do metrô de **Londres**
- 1935 • **Matter**, cartaz da **Pontresina**
- 1939 • **New York World’s Fair**
- **Moholy-Nagy, Design School**

- 1940 • **Kauffer**, cartaz da **resistência grega**
- 1941 • **Carlu**, cartaz “**America’s answer! Production**”
- 1943 • **Alexander Liberman** se torna diretor de arte da revista **Vogue**
- 1944 • **Sutnar**, design de catálogos
- 1945 • **Anúncios da cca** pró-nações aliadas
- *Lançamento de bombas atômicas*
- *Termina a Segunda Guerra Mundial*
- 1948 • **Matter**, anúncios da cadeia **Knoll**

- 1950 • **Começam** anúncios “**Great Ideas**” da **cca**
- *Começa a Guerra da Coreia*
- 1951 • **Brodovitch**, revista **Portfolio**

- 1956 • **Sandberg, Experimenta Typographica**



O MOVIMENTO MODERNISTA NOS ESTADOS UNIDOS

- 1924 • **Erté**, capas da **Harper’s Bazaar**
- c. 1928 • **Agha** se torna diretor de arte da **Vogue**

- 1934 • **Brodovitch** se torna diretor de arte da **Harper’s Bazaar**
- 1935 • *Administração da Eletrificação Rural*

- 1930 • **Mies van der Rohe** transfere a **Bauhaus** para **Berlim**
- 1931 • **Gill, Essay on Typography**
- 1932 • **Morison, Times New Roman**
- 1933 • **Nazistas** fecham a **Bauhaus**
- **Tschichold** é detido
- **Beck**, mapa do metrô de **Londres**
- 1935 • **Matter**, cartaz da **Pontresina**
- 1939 • **New York World’s Fair**
- **Moholy-Nagy, Design School**

- 1940 • **Kauffer**, cartaz da **resistência grega**
- 1941 • **Carlu**, cartaz “**America’s answer! Production**”
- 1943 • **Alexander Liberman** se torna diretor de arte da revista **Vogue**
- 1944 • **Sutnar**, design de catálogos
- 1945 • **Anúncios da cca** pró-nações aliadas
- *Lançamento de bombas atômicas*
- *Termina a Segunda Guerra Mundial*
- 1948 • **Matter**, anúncios da cadeia **Knoll**

- 1950 • **Começam** anúncios “**Great Ideas**” da **cca**
- *Começa a Guerra da Coreia*
- 1951 • **Brodovitch**, revista **Portfolio**

- 1956 • **Sandberg, Experimenta Typographica**

13

A influência da arte moderna

As primeiras duas décadas do século xx foram uma época de efervescência e transformação que alteraram todos os aspectos da condição humana. A vida social, política, cultural e econômica mergulhou em um turbilhão. Na Europa, a monarquia era substituída por democracia, socialismo e comunismo. Avanços científicos e tecnológicos transformaram o comércio e a indústria. O transporte foi radicalmente alterado pelo advento do automóvel (1885) e do avião (1903). O cinema (1896) e a radio transmissão sem fio (1895) prenunciavam uma nova era para a comunicação humana. Começando em 1908 com a revolução turca, que restabeleceu o governo constitucional, e com a declaração de independência da Bulgária, povos colonizados e dominados passaram a despertar e reivindicar independência. O morticínio durante a primeira das duas grandes Guerras Mundiais, travada com a tecnologia das armas de destruição, abalou as bases das tradições e das instituições da civilização ocidental.



Em meio a essa turbulência, não admira que a arte visual e o design experimentassem uma série de revoluções criativas que questionaram antigos valores e abordagens da organização do espaço, além do papel da arte e do design na sociedade. A tradicional visão de mundo objetiva foi destruída. A representação das aparências externas não satisfazia as necessidades e a visão da emergente vanguarda europeia. Ideias elementares sobre cor e forma, protesto social e a expressão das teorias freudianas e estados emocionais profundamente pessoais ocupavam a mente de muitos artistas. Alguns desses movimentos modernos, como o fauvismo, tiveram efeito limitado no design gráfico. Outros, como o cubismo e o futurismo, o dadá e o surrealismo, De Stijl, suprematismo, construtivismo e expressionismo influenciaram diretamente a linguagem gráfica da forma e da comunicação visual do século. A evolução do design gráfico do século xx está intimamente ligada à pintura, poesia e arquitetura modernas.



13.2 Máscara africana Lege, oriunda da atual República do Congo, sem data. As formas geométricas abstratas mostravam aos artistas europeus outra abordagem da arte e da representação.

CUBISMO

Introduzindo um conceito de representação independente da natureza, o cubismo iniciou uma nova tradição e modo de ver artísticos que desafiaram a quadricentenária tradição pictórica renascentista. A gênese desse movimento foi uma série de trabalhos do pintor espanhol Pablo Picasso (1881-1973), que aplicava à figura humana elementos da arte ibérica antiga e da arte tribal africana [13.1]. Os planos geométricos audaciosamente elaborados da escultura, máscaras [13.2] e tecidos africanos foram uma revelação instigante para Picasso e seus amigos. Outra influência importante foi o pintor pós-impressionista francês Paul Cézanne (1839-1906), que defendia que o pintor devia “tratar a natureza sob as formas do cilindro, da esfera e do cone”. Os desenhos e as pinturas desses artistas evidenciam a nova abordagem da manipulação do espaço e da expressão das emoções humanas. As figuras são abstraídas em planos geométricos, e as normas clássicas para a figuração humana são abolidas. As ilusões espaciais de perspectiva dão lugar a um deslocamento ambíguo de planos bidimensionais. Algumas figuras são vistas simultaneamente de vários pontos de vista.

Em poucos anos, Picasso e seu íntimo colaborador Georges Braque (1881-1963) desenvolveram o cubismo como o movimento artístico que substituiu

13.1 Pablo Picasso, *Nu à la draperie* [Étude], c. 1906-1907. As sementes do cubismo estão contidas na fragmentação da figura e nos planos geométricos abstratos ao fundo.



13.3 Pablo Picasso, [Homme à la guitare] Homme au violon (Homem com violão), 1911-1912. Na fase do cubismo analítico, Picasso e Braque estudavam os planos de um objeto a partir de diferentes pontos de vista, decompondo-os e puxando-os além da superfície da tela. Os planos vibravam em relações ambíguas positivas e negativas, recíprocas.

a representação das aparências pelas possibilidades infinitas da forma inventada. *Cubismo analítico* [13.3] é o nome dado ao trabalho desenvolvido por ambos entre 1910-1912 aproximadamente. Durante esse período eles desconstruíram os diversos planos de um tema, frequentemente de vários pontos de vista, e utilizaram essas percepções para construir uma pintura composta de planos geométricos rítmicos. O objeto real são formas, cores, texturas e valores usados em relações espaciais. O fascínio irresistível do cubismo analítico brota da tensão não resolvida entre o apelo sensorial e intelectual da estrutura pictórica em conflito com o desafio de interpretar o tema. O cubismo tem forte relação com o processo da visão humana. Nossos olhos se deslocam e esquadrinham

um objeto; nossa mente combina esses fragmentos em uma totalidade.

Em 1912 Picasso e Braque introduziram em seu trabalho elementos de colagem de papel. A colagem permitia a composição livre, independentemente do tema, e explicitava a realidade da pintura como objeto bidimensional. A textura dos elementos de colagem se prestava a significar objetos. Para denotar uma cadeira em uma pintura, por exemplo, Picasso colou lona encerada impressa com um padrão de palha de cadeira. Muitas vezes eram incorporadas letras e palavras de jornais como forma visual e para associar significados.

Em 1913 o cubismo evoluiu para o *cubismo sintético*. Desenhando de memória, os cubistas inventavam formas que eram mais signos que representações do tema. Representavam-se a essência do objeto e suas características básicas, em lugar de sua aparência externa. Juan Gris (1887-1927) foi um pintor importante no desenvolvimento do cubismo sintético. Suas pinturas, como a *Frutero y botella* (Fruteira e garrafa) [13.4], de 1916, combinavam composição da natureza com um desenho estrutural independente do espaço



pictórico. Primeiro, ele projetou uma rigorosa estrutura arquitetônica usando proporções da seção áurea e um grid de composição modular; em seguida, “dispôs o tema” nesse esquema projetual. Gris exerceu uma influência profunda no desenvolvimento da arte e do design geométricos. Suas pinturas são uma espécie de ponto de transição entre uma arte baseada na percepção e uma arte realizada pelas relações entre planos geométricos.

Entre os artistas que se agruparam em torno de Picasso e Braque e aderiram ao movimento cubista, Fernand Léger (1881-1955) levou o cubismo para longe dos impulsos iniciais de seus fundadores. Por volta de 1910, Léger tomou o famoso dito de Cézanne sobre o cilindro, a esfera e o cone muito mais seriamente que qualquer outro cubista. Seus motivos, tais como numa floresta, eram transformados em campos de fragmentos coloridos em forma de tubos de chaminés forrando o plano do quadro. O trabalho de Léger poderia ter evoluído rumo a uma arte de puras relações de cor e forma, mas seus quatro anos de serviço militar entre cidadãos da classe operária francesa e a exaltação de sua percepção visual durante a guerra o levaram para um estilo mais identificável, acessível e populista. Ele chegou mais perto de sua experiência visual em pinturas como *La Ville* (A cidade) [13.5]. Percepções de cores, formas, cartazes e arquitetura do ambiente urbano – vislumbres e fragmentos de informação – são reunidas em uma composição de planos de cores vivas. As letras nas pinturas e no trabalho gráfico de Léger para o livro de Blaise Cendrars, *La Fin du monde*, filmée par l'Ange Notre-Dame (O fim do mundo, filmado pelo anjo Notre Dame), livro antibelicista descrevendo a decisão de Deus de destruir a vida na Terra devido ao

13.4 Juan Gris, *Frutero y botella*, 1916. Os planos cubistas se movem para a frente e para trás no espaço de pouca profundidade, enquanto a ordem é imposta por uma malha geométrica vertical e diagonal.

caráter bélico dos seres humanos [13.6, 13.7], indicavam o caminho para as letras compostas por formas geométricas. Suas simplificações quase pictográficas da figura humana e objetos foram uma inspiração importante para a arte gráfica figurativa modernista, que se tornou a chave maior da revitalização do cartaz francês dos anos 1920. Os planos de cores chapadas, os motivos urbanos e a precisão contundente das formas mecânicas de Léger ajudaram a definir a sensibilidade do design moderno após a Primeira Guerra Mundial.

Desenvolvendo uma nova abordagem da composição visual, o cubismo mudou o curso da pintura e, até certo ponto, do design gráfico também. Suas invenções visuais se tornaram um catalisador de experiências que impeliram a arte e o design rumo à abstração geométrica e a novas atitudes em relação ao espaço pictórico.

FUTURISMO

O futurismo foi lançado quando o poeta italiano Filippo Marinetti (1876-1944) publicou seu *Manifesto do futurismo* no jor-



13.5 Fernand Léger, *La Ville*, 1919. Esta composição monumental de planos puros e chapados simbolizando a geometria, cores e energia da cidade moderna levou seu criador a dizer que “foi a propaganda que primeiro extraiu [suas] consequências”.



13.7 Fernand Léger, página de *La Fin du monde*, 1919. Um giro em torvelinho da recriação da Terra após a queda do homem é ilustrado por um cata-vento de letras escrevendo “cinema em câmara lenta acelerada”.

nal parisiense *Le Figaro* em 20 de fevereiro de 1909. As emocionantes palavras de Marinetti estabeleciam o futurismo como um movimento revolucionário em que todas as artes testariam suas ideias e formas contra as novas realidades da sociedade científica e industrial:

Pretendemos cantar o amor do perigo, o hábito da energia e da temeridade. A coragem, a audácia, a rebelião serão elementos essenciais da nossa poesia [...]. Declaramos que a magnificência do mundo se enriqueceu de uma beleza nova: a beleza da velocidade [...] um automóvel rugidor que parece correr sob o fogo de metralhadoras é mais belo que a *Vitória de Samotrácia* [...] Não há beleza senão na luta. Nenhuma obra que não tenha um caráter agressivo pode ser considerada obra-prima.

O manifesto expressava entusiasmo pela guerra, a era da máquina, a velocidade e a vida moderna. Chocava o público ao proclamar: “Queremos demolir os museus, as bibliotecas, combater o moralismo, o feminismo e todas as covardias oportunistas e utilitárias”.

Marinetti e seus seguidores produziram uma poesia explosiva e emocionalmente carregada que desafiava a sintaxe e a gramática corretas. Em janeiro de 1913, Giovanni Papini (1881-1956) iniciou em Florença a publicação do periódico *Lacerba*, e o design tipográfico foi levado ao campo de batalha artístico. O número de junho de 1913 publicou artigo de Marinetti que conclamava uma revolução tipográfica contra a tradição clássica. A harmonia era rejeitada como qualidade do design porque era indiferente aos “saltos e explosões de estilo que perpassavam a página”. Numa página, três ou quatro



13.6 Fernand Léger, páginas de *La Fin du monde*, 1919. A destruição da Terra começa quando o anjo na catedral de Notre-Dame soa a trombeta; o caos é ilustrado por nomes cadentes.

cores de tinta e vinte tipos diferentes (*itálicos* para impressões rápidas, **negritos** para ruídos e sons violentos) podiam dobrar a força expressiva das palavras. Palavras livres, dinâmicas e penetrantes podiam comportar a velocidade das estrelas, nuvens, aviões, trens, ondas, explosivos, moléculas e átomos. Nascia na página um design tipográfico novo e pictórico, chamado de *parole in libertà* ou “palavras em liberdade” [13.8 – 13.12].

Barulho e velocidade, duas condições dominantes da vida do século xx, eram expressos na poesia futurista. Marinetti escreveu que um homem que testemunhou uma explosão não se detém para conectar gramaticalmente suas orações, mas lança a seus ouvidos gritos e palavras estridentes. Ele conclamava os poetas a se libertar da servidão à gramática e abrir novos mundos de expressão. Desde a invenção dos

13.8 Carlo Carrà, “Parole in libertà”, 1914. Os poetas futuristas acreditavam que o uso de diferentes tamanhos, pesos e estilos de tipos lhes permitia fundir pintura e poesia, porque a beleza intrínseca das letras, manipuladas criativamente, transformava a página impressa em um trabalho de arte visual.





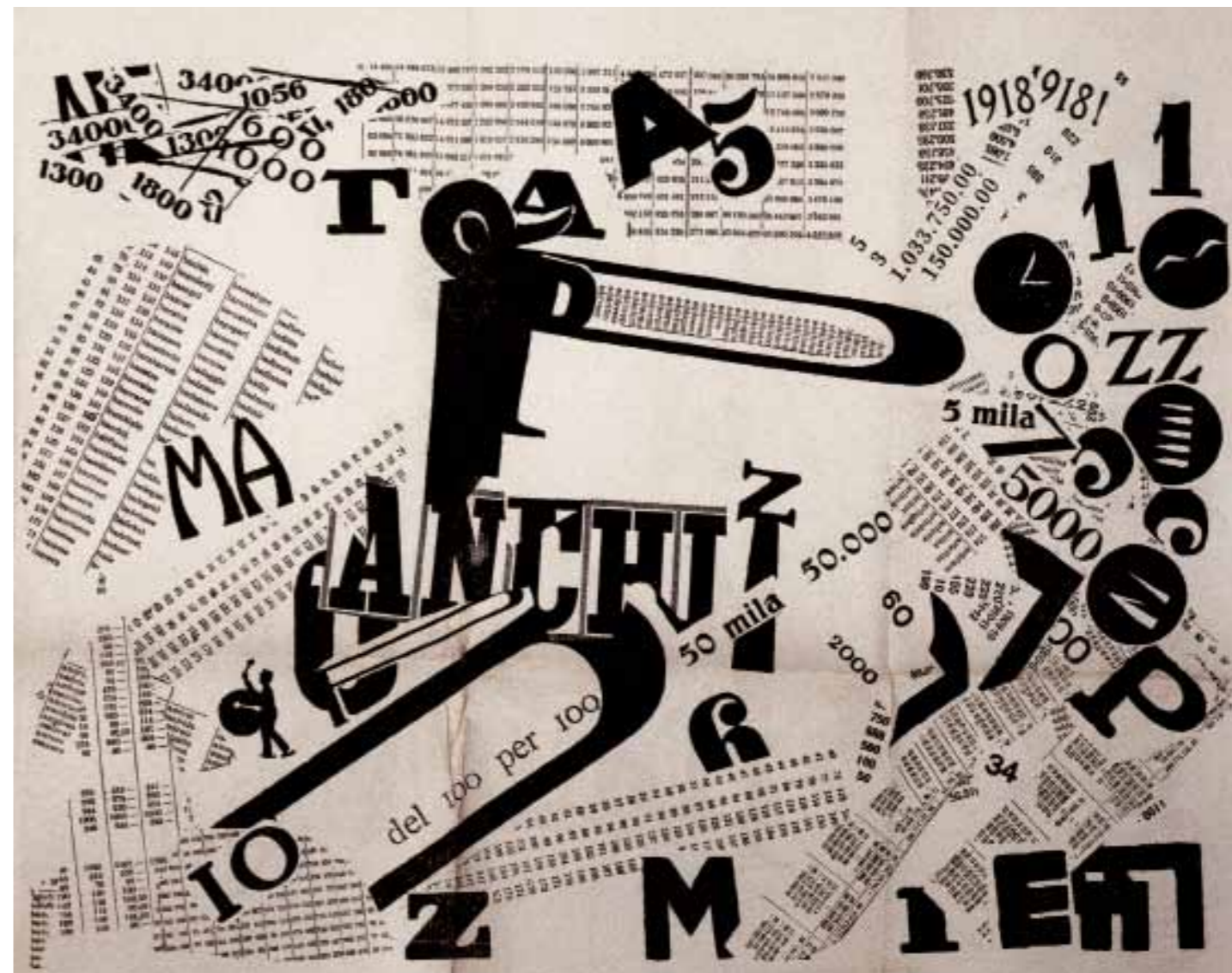
13.9 Filippo Marinetti, “Montagne + Vallate + Strade x Joffre” (Montanhas + Vales + Estradas x Joffre), 1915. Este poema “retrata” a viagem de Marinetti, que incluiu a frente de batalha (canto inferior esquerdo), a França (canto superior esquerdo) e uma visita a Léger (no alto à direita).



13.10 Ardengo Soffici, “Biszf + 18 Simultaneità Chimismi lirici”, 1915. O verso tradicional é composto contra agrupamentos de letras modulares usadas como forma visual pura. Traços diagonais ligam as unidades e criam ritmos de uma página para outra.



13.11 Filippo Marinetti, poema de *Les Mots en liberté futuristes* (As palavras em liberdades futuristas), 1919. Aqui, a confusão, o ruído violento e o caos da batalha explodem acima da moça que lê a carta do namorado enviada do front. Este poema foi inspirado na experiência de Marinetti nas trincheiras da guerra.



tipos móveis de Gutenberg, a maioria dos projetos gráficos usava uma rigorosa estrutura horizontal e vertical, mas os poetas futuristas deixaram de lado essas restrições. Livres da tradição, passaram a animar suas páginas com uma composição dinâmica, não linear, obtida pela colagem de palavras e letras dispostas para reprodução por meio de lâminas de impressão fotogravadas.

O conceito futurista de que a escrita e/ou tipografia podiam tornar-se uma forma visual concreta

e expressiva foi uma preocupação recorrente de poetas, remontando pelo menos à obra do poeta grego Símias de Rodes (c. século III aC). Chamada de poesia padrão, o verso que explorava essa ideia frequentemente assumia a forma de objetos ou símbolos religiosos. No século XIX, o poeta alemão Arno Holz (1863-1929) reforçava efeitos auditivos intencionais por meio de dispositivos como a omissão de caixas-altas e pontuação, variando o espaçamento de palavras para indicar pausas e usando múltiplos sinais

13.12 Filippo Marinetti, “Une Assemblée tumultueuse” (“Uma assembleia tumultuada”). Ilustração desdobrável de *Les Mots en liberté futuristes*, 1919.



13.13 Lewis Carroll, imagem tipográfica, 1866. Inesperada e totalmente diferente do resto de *Alice no país das maravilhas*, essa experiência gráfica em tipografia figurativa recebeu aclamação tanto literária como no que se refere ao design.

de pontuação para ênfase. O livro de Lewis Carroll *Alice no país das maravilhas* (1866) usava tipos de tamanho decrescente e forma figurativa para construir a cauda de um rato como parte de seu conto [13.13].

Em 1897 o poeta simbolista francês Stéphane Mallarmé (1842-1898) publicou o poema “Un Coup de dés” (Um lance de dados) [13.14], composto de setecentas palavras em vinte páginas em uma gama variada de tipos: versais, caixa-baixa, romano e itálico. Em lugar de cercar um poema com margens brancas, vazias, Mallarmé dispersou esse “silêncio” ao longo do trabalho como parte de seu significado. Em vez de enfileirar palavras em sequência linear como contas de um rosário, ele as colocou em posições inesperadas na página para expressar sensações e evocar ideias. Além disso, foi bem-sucedido em relacionar a tipografia à partitura musical – o posicionamento e o peso das palavras se associam à entonação, à tensão e ao ritmo na leitura oral.

13.14 Stéphane Mallarmé, páginas de “Un Coup de dés”, 1897. Mallarmé antecipou as preocupações tipográficas formais e expressivas que surgiram no século xx, quando poetas e pintores passaram a interessar-se pelo potencial criativo da página impressa.

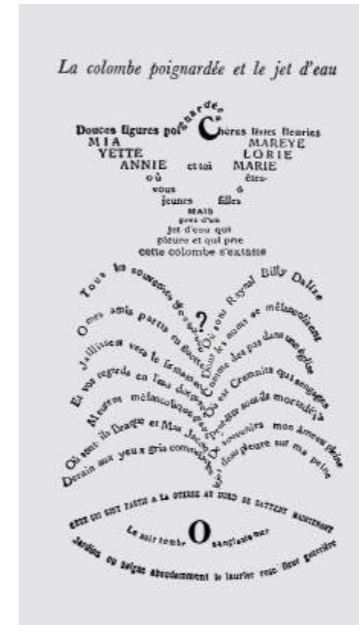
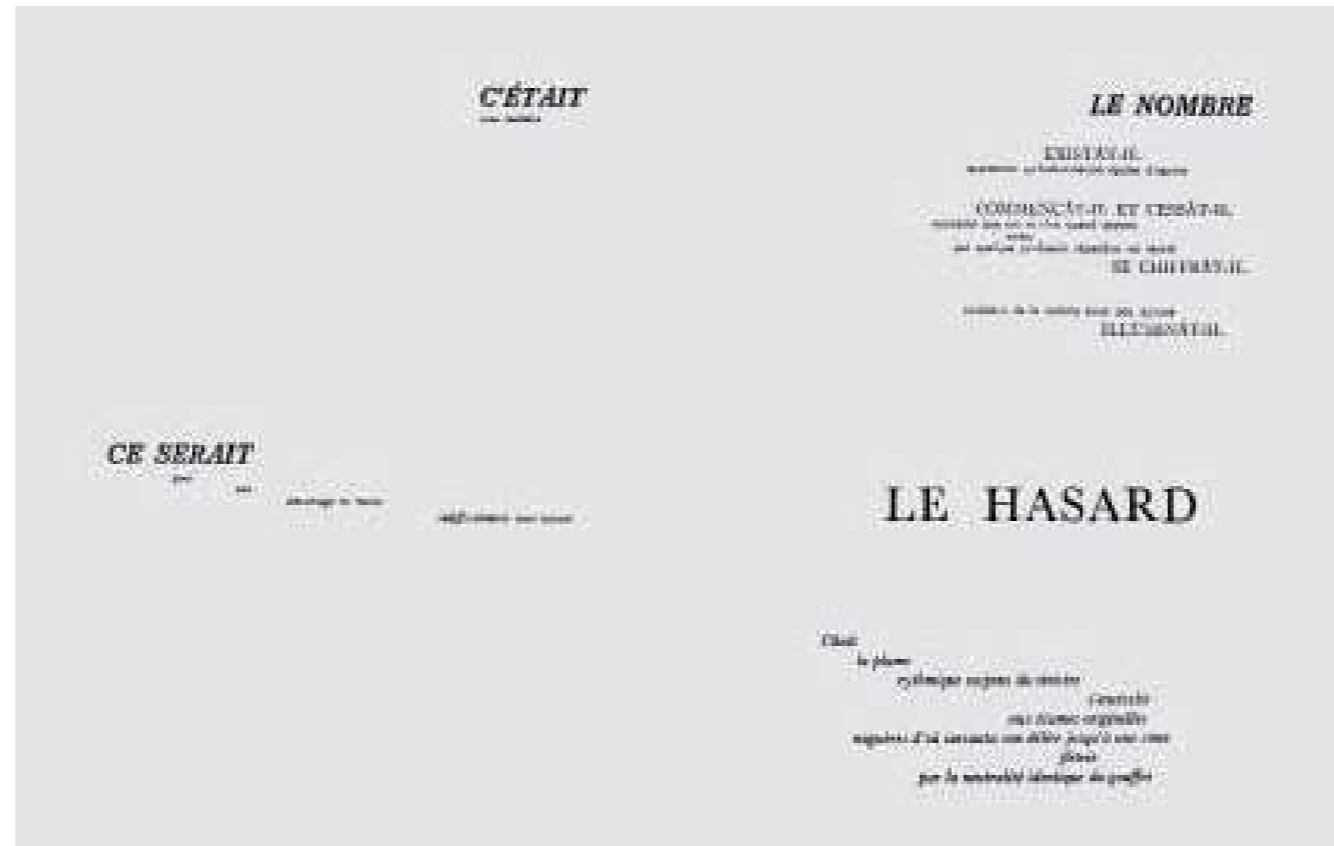
Outro poeta francês, Guillaume Apollinaire (1880-1918), tinha ligações estreitas com os cubistas, particularmente com Picasso, e se envolveu numa disputa com Marinetti. Apollinaire havia defendido a escultura africana, definido os princípios da pintura e literatura cubistas, e observou certa vez que “catálogos, cartazes, anúncios de todos os tipos, acreditem, contêm a poesia da nossa época”. Sua contribuição ímpar ao design gráfico foi a publicação em 1918 de um livro intitulado *Calligrammes* (Caligramas), poemas em que as letras são organizadas para formar um desenho, figura ou pictograma [13.15, 13.16]. Nesses poemas ele explorava a fusão potencial de poesia e pintura, introduzindo o conceito de simultaneidade na tipografia vinculada ao tempo e à sequência da página impressa.

No dia 11 de fevereiro de 1910, cinco artistas que haviam aderido ao movimento futurista de Marinetti publicaram o *Manifesto dei pittori futuristi* (Ma-

nifesto dos pintores futuristas). Umberto Boccioni (1882-1916), Carlo Carrà (1881-1966), Luigi Russolo (1885-1947), Giacomo Balla (1871-1958) e Gino Severini (1883-1966) proclamavam sua intenção de

destruir o culto do passado [...]. Invaldar inteiramente todos os tipos de imitação [...]. Elevar todas as tentativas de originalidade [...]. Encarar os críticos de arte como inúteis e perigosos [...]. Varrer o campo inteiro da arte de todos os temas e assuntos utilizados no passado [...]. Apoiar e glorificar, em nosso mundo cotidiano, um mundo que será contínua e magnificamente transformado pela Ciência vitoriosa.

Os pintores futuristas eram fortemente influenciados pelo cubismo e também tentavam expressar movimento, energia e sequência cinemática em seu trabalho [13.17]. Usaram pela primeira vez a palavra *simultaneidade* num contexto de arte visual para expressar a existência ou



13.16 Guillaume Apollinaire, poema de *Calligrammes*, 1918. Nesta construção expressiva, a tipografia se torna um pássaro, um chafariz e um olho.



13.15 Guillaume Apollinaire, “Il Pleut” (Está chovendo), de *Calligrammes*, 1918. As letras chuviscam figurativamente página abaixo, relacionando a forma visual ao conteúdo poético.

13.17 Giacomo Balla, *Dinamismo di un cane al guinzaglio* (Dinamismo de um cachorro na coleira), 1912. Os pintores futuristas procuravam introduzir o movimento, a velocidade e a energia na superfície estática, bidimensional.



ocorrência concomitante, como a apresentação de diferentes pontos de vista na mesma obra de arte.

O *Manifesto dell'architettura futurista* (Manifesto da arquitetura futurista) foi escrito por Antonio Sant'Elia (1888-1916), que proclamava que a construção se baseasse na tecnologia e na ciência e que o projeto atendesse às demandas singulares da vida moderna [13.18]. Ele declarou que a decoração era absurda e usou linhas dinâmicas diagonais e elípticas porque sua força emocional era maior que a das horizontais e verticais. Tragicamente, Sant'Elia foi morto no campo de batalha, mas suas ideias e seu desenho visionário influenciaram o curso do design moderno, particularmente no *art déco*.

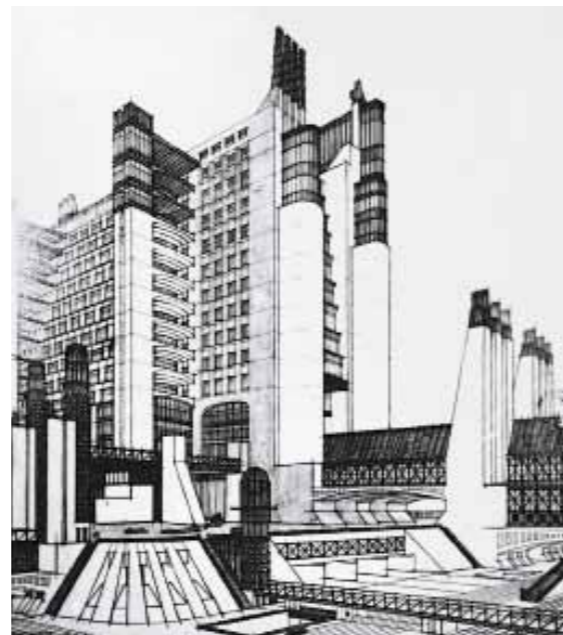
Entre os artistas que aplicaram a filosofia futurista ao design gráfico e à propaganda, Fortunato Depero (1892-1960) produziu uma obra dinâmica no design de cartazes [13.19], tipos e anúncios. Esse jovem pintor passou do realismo e simbolismo social para o futurismo em 1913 após ver um exemplar do jornal futurista *Lacerba*. Em 1927, Depero publicou seu *Depero futurista* [13.20, 13.21], compilação de suas experiências tipográficas, anúncios, projetos de tapeçaria e outros trabalhos. *Depero futurista* é um precursor do livro de artista, expressão criativa independente da instituição editorial. De setembro de 1928 a outubro de 1930, Depero trabalhou em Nova York e desenhou capas para revistas como *Vanity Fair*, *Movie Makers* e *Sparks*, bem como impressos de publicidade. Embora limitado a um público sofisticado e cosmopolita, o surgimento de sua obra nas

13.18 Antonio Sant'Elia, desenho para a nova cidade do futuro, 1914. Estes desenhos foram reproduzidos no manifesto de Sant'Elia no *Lacerba*. Depois da guerra, muitas de suas ideias sobre forma se desenvolveram em arquitetura e design gráfico e de produto.

comunicações gráficas norte-americanas se mostrou até certo ponto influente no movimento daquele país rumo ao modernismo. O futurismo se tornou uma influência importante em outros movimentos artísticos e suas técnicas violentas, revolucionárias, foram adotadas pelos movimentos dadá, construtivista e De Stijl. Os futuristas iniciaram a publicação de manifestos, experimentações tipográficas e faixas publicitárias (em 8 de julho de 1910, foram lançados de uma torre de relógio sobre a multidão em Veneza 800 mil exemplares do panfleto de Marinetti *Contro Venezia passatista* [Contra a Veneza passadista]), obrigando poetas e designers gráficos a repensar a própria natureza da palavra tipográfica e seu significado.

DADÁ

Reagindo contra a carnificina da Primeira Guerra Mundial, o movimento dadá continha um forte ingrediente negativo e destrutivo e se proclamava antiarte. Os escritores e artistas dadá estavam interessados no choque, no protesto e no absurdo. Rebelavam-se amargamente contra os horrores da guerra, a de-



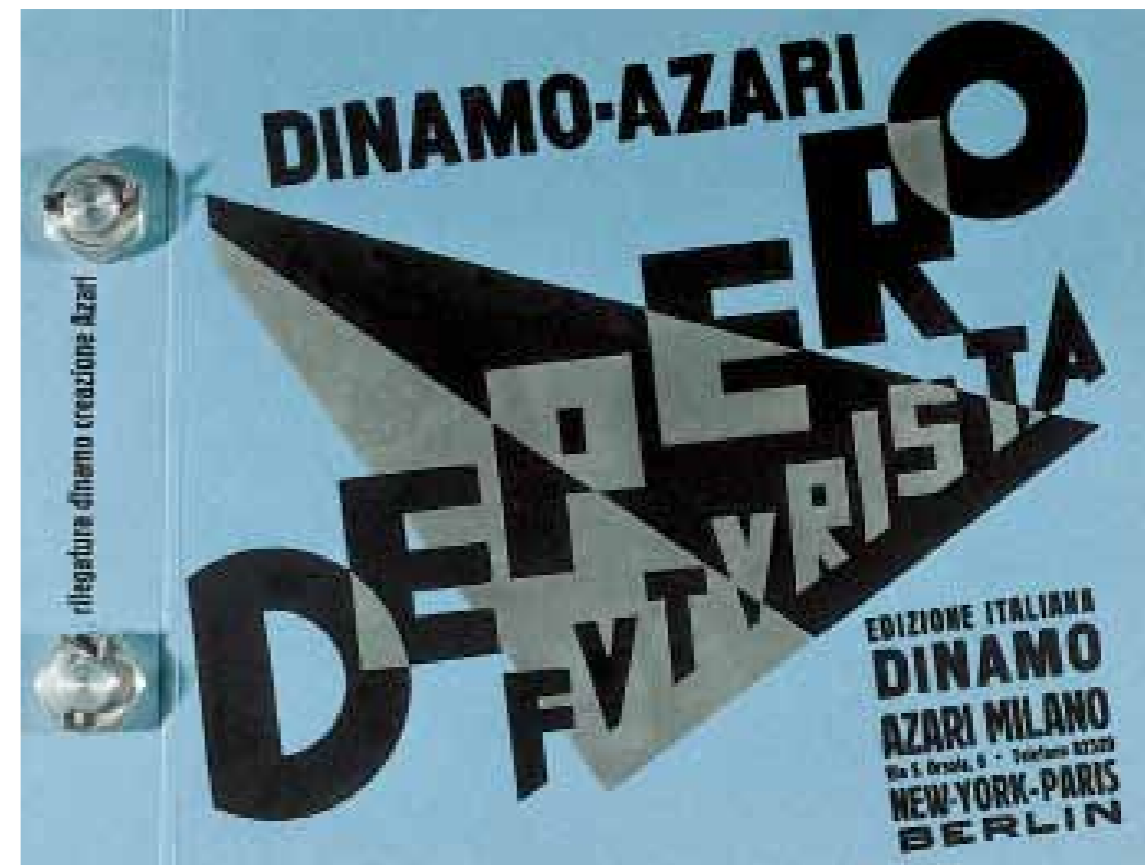
13.19 Fortunato Depero, cartaz para a Companhia do Novo Teatro Futurista, 1924. Planos chapados de cor vibrante, composição diagonal e formas angulares repetitivas produzem energia cinética.

cadência da sociedade europeia, a superficialidade da fé cega no progresso tecnológico e a inépcia da religião e dos códigos morais convencionais em um continente em convulsão. Rejeitando toda tradição, procuravam a completa liberdade.

O dadá se desenvolveu espontaneamente como movimento literário após a abertura do Cabaré Voltaire pelo poeta Hugo Ball (1886-1927) em Zurique, Suíça, como ponto de encontro de jovens poetas, pintores e músicos independentes. O espírito orientador do dadá era um jovem e imprevisível poeta romeno estabelecido em Paris, Tristan Tzara (1896-1963), que começou a editar o periódico *dada* em julho de 1917. Tzara se juntou a Ball, Jean Arp (1887-1966, também conhecido como Hans Arp) e Richard Huelsenbeck (1892-1974) na exploração da poesia sonora [13.22], poesia *nonsense* e poesia aleatória. Escreveu um fluxo constante de manifestos dadá



13.20 Fortunato Depero, capa para *Depero futurista*, 1927. Encadernado com enormes parafusos cromados, este livro expressa sua condição de objeto físico.





13.21 Fortunato Depero, página de Depero futurista, 1927.



13.22 Hugo Ball, poema dadá, 1917. Poemas sonoros e visuais como este expressavam o desejo dadaísta de substituir o absurdo lógico do homem por um absurdo ilógico.

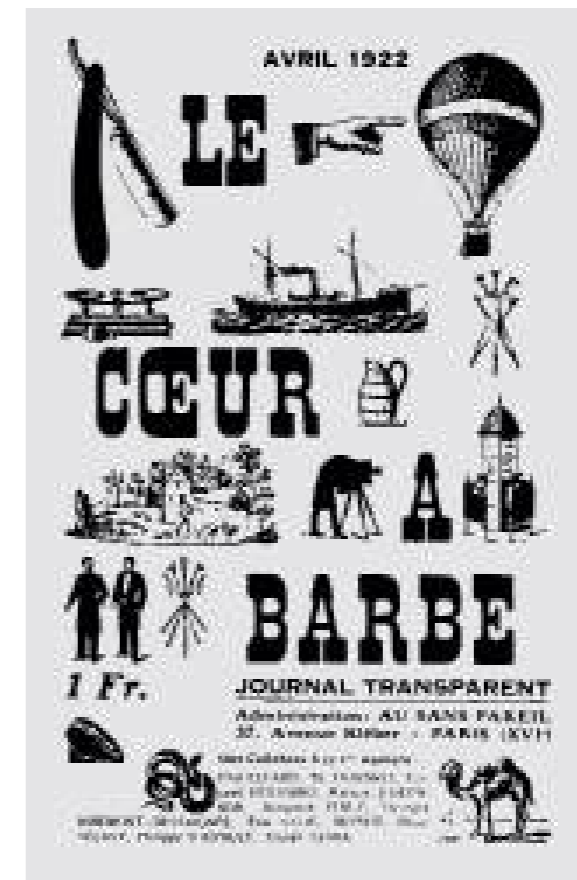
e contribuiu para todas as publicações e eventos importantes do movimento. Títulos absurdos e de disposição casual caracterizavam seu trabalho gráfico [13.23]. Os dadaístas não concordavam sequer sobre as origens do nome *dadá*, tal era a anarquia do movimento. Uma versão diz que o movimento foi batizado quando os dadaístas abriram um dicionário francês-alemão e aleatoriamente escolheram a palavra *dada*, cavalinho de pau.

O pintor francês Marcel Duchamp (1887-1968) juntou-se ao movimento e se tornou seu mais destacado artista visual. Anteriormente, o cubismo havia influenciado sua análise de objetos como planos geométricos, enquanto o futurismo o inspirara a transmitir tempo e movimento. Para Duchamp, o mais articulado porta-voz do dadá, arte e vida eram processos que combinavam probabilidade aleatória e escolha intencional. Os atos artísticos se tornavam matéria de decisão e opção individual. Essa filosofia da liberdade absoluta possibilitou que Duchamp criasse esculturas *ready-made*, como a roda de bicicleta mon-

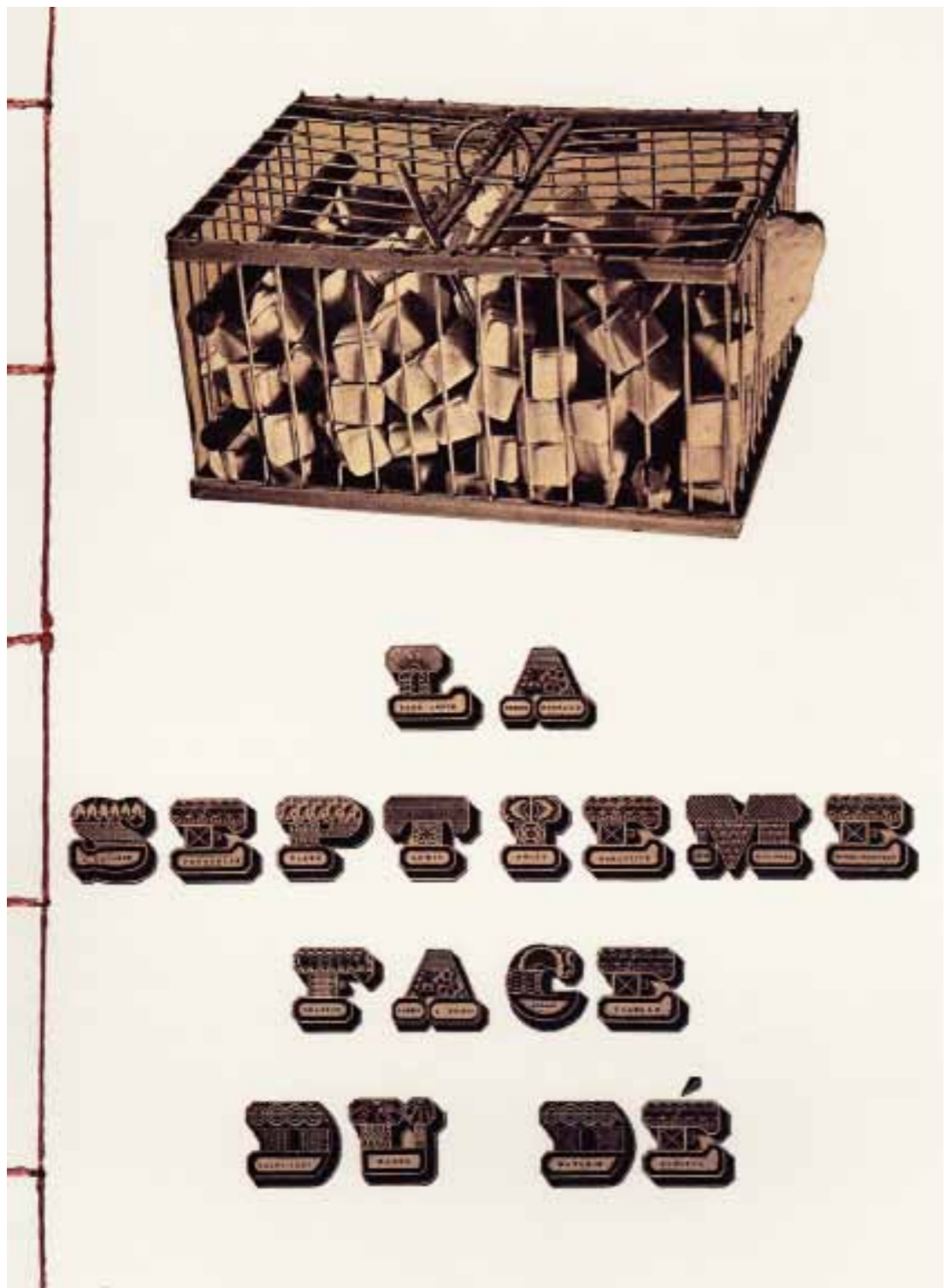
tada em um tamborete de madeira, e exibisse objetos encontrados (*objets trouvés*), como um urinol, como arte [13.24, 13.25].

O público ficou indignado quando Duchamp pintou um bigode numa reprodução da *Mona Lisa*. Esse ato não se destinava, porém, a ser um ataque à *Mona Lisa*. Era, isso sim, uma crítica engenhosa à tradição e a um público que perdera o espírito humanista do Renascimento.

O dadaísmo rapidamente se espalhou de Zurique para outras cidades europeias. Os dadaístas diziam



13.23 Capa dadaísta para a revista *Le Coeur à barbe*, 1922. Uma organização casual do espaço criou ilustrações fortuitamente dispersas pela página sem nenhuma intenção comunicativa em particular.



13.24 Alfred Stieglitz, fotografia de *Fontaine* (A fonte) de Marcel Duchamp, 1917. Quando um objeto é removido de seu contexto habitual, subitamente o vemos com um novo olhar e reagimos a suas propriedades visuais intrínsecas.

13.25 Marcel Duchamp, 1917. Capa de *La Septième face du dé* (A sétima face do dado), por Georges Hugnet, 1936.



não estar criando arte, mas imitando e difamando uma sociedade enlouquecida; mesmo assim, vários deles produziram arte visual significativa e influenciaram o design gráfico. Os artistas dadá reivindicavam ter inventado a fotomontagem [13.26], a técnica de manipular imagens fotográficas existentes para criar justaposições destoantes e associações casuais, mas tanto Raoul Hausmann (1886-1977) como Hannah Höch (1889-1978) estavam criando trabalho excepcional nessa técnica já em 1918.

Kurt Schwitters (1887-1948), de Hanover, Alemanha, criou um rebento não político do dadá a que chamou de *Merz*, nome cunhado da palavra *Kommerz* (comércio) em uma de suas colagens. Schwitters deu significado a *Merz* como título do movimento artístico de um único homem. Começando em 1919, seus quadros *Merz* eram composições de colagem usando impressos efêmeros, lixo e *objets trouvés* para dispor cor contra cor, forma contra forma e textura contra textura [13.27]. Seus projetos complexos combinavam elementos de *nonsense* dadá, surpresa e acaso, com fortes propriedades de design. Quando ele ten-



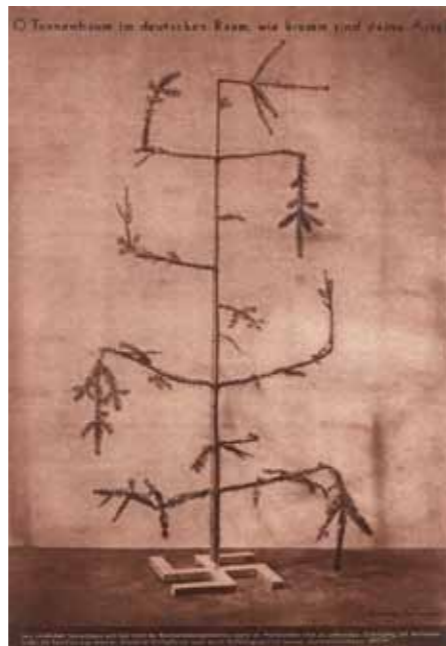
13.26 Hannah Höch, *Da-Dândi*, colagem e fotomontagem, 1919. Imagens e materiais são reciclados, com justaposições casuais e decisões planejadas contribuindo para o processo criativo.

13.27 Kurt Schwitters, sem título (*Grüne Zugabe* [Brindes recentes]), provavelmente anos 1920. Material apanhado nas ruas, becos e latas de lixo era lavado e catalogado de acordo com tamanho e cor para uso como matéria-prima da arte.

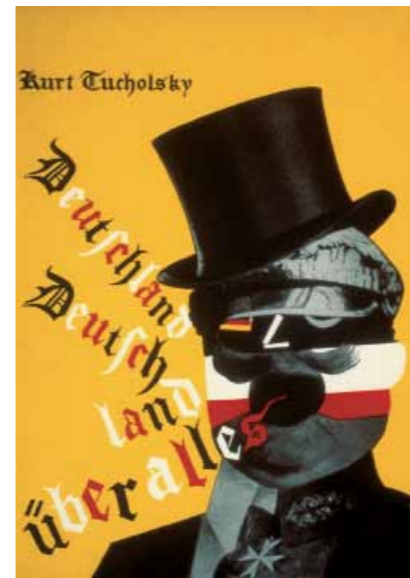
13.31 John Heartfield, cartaz criticando a imprensa, 1930. Uma cabeça surreal embrulhada em jornal aparece acima de uma manchete: "Quem lê a imprensa burguesa fica surdo e cego. Fora com as bandagens estuprificantes!".



13.32 John Heartfield, cartaz do Yuletide, 1934. Sob a frase "Ó abeto na Alemanha, como teus galhos estão retorcidos", uma árvore doente simboliza o éthos do Terceiro Reich.



13.33 John Heartfield, cartaz de propaganda antinazista, 1935. A frase, "Adolf, o super-homem; engole ouro e discursa estanho", é traduzida em uma radiografia de Hitler mostrando um esôfago de moedas de ouro.



13.36 John Heartfield, "Der Sinn von Genf: Wo das Kapital lebt, kann der Friede nicht leben" (O significado de Genebra: onde mora o capital, a paz não pode morar), capa para AIZ, 1932. Em Genebra uma multidão de manifestantes contra o fascismo foi metralhada.



13.34 John Heartfield, capa para Deutschland Deutschland über Alles (Alemanha Alemanha sobre tudo), por Kurt Tucholsky, 1927.

13.35 John Heartfield, "Der Sinn des Hitlergrusses" (O significado da saudação de Hitler), capa para AIZ, 1932.

13.37 John Heartfield, capa para AIZ, 1934. As cápsulas formam uma catedral para simbolizar a mentalidade de expansão militar e a corrida armamentista. Uma suástica, um sinal de dólar e um de libra coroa as torres.



desenhou cenários e cartazes para teatro. Antes de sua morte, em 1968, produziu fotomontagens protestando contra a Guerra do Vietnã e pedindo paz mundial. Unfortunately Still Timely (Infelizmente ainda oportuna) foi o título de uma retrospectiva de sua arte gráfica.

Irmão mais novo de Heartfield, Wieland Herzfelde, era poeta, crítico e editor responsável pela publicação do periódico *Neue Jugend* (Nova Juventude), cujo projeto gráfico estava a cargo de Heartfield [13.38]. Depois de ser preso em 1914 por distribuir literatura comunista, Wieland inaugurou a Malik Verlag, im-

13.38 John Heartfield, página de *Neue Jugend*, 1917. As páginas deste tabloide radical têm uma vitalidade visual de origem dadaísta.



portante editora de vanguarda que publicava dadá, propaganda política de esquerda e literatura experimental. O pintor e artista gráfico George Grosz tinha estreitas relações com os irmãos Herzfelde. Ele criticava a sociedade corrupta por meio da sátira e da caricatura [13.39] e defendia um sistema social sem classes. Seus desenhos projetam a intensidade furiosa de convicções políticas extremas naquilo que entendia ser um ambiente decadente e degenerado.

Tendo herdado a retórica e a crítica de Marinetti a todas as tradições artísticas e sociais, o dadá foi um importante movimento de libertação que continuou a inspirar a inovação e a rebelião. O dadaísmo nasceu em protesto contra a guerra, e suas atividades destrutivas e exibicionistas se tornaram mais absurdas e radicais depois de seu final. Em 1921 e 1922, inesperadamente irromperam entre seus membros a controvérsia e a discórdia, e o movimento se dividiu em facções. O escritor e poeta francês André Breton (1896-1966), recém-associado aos dadaístas, despontou como novo líder

13.39 George Grosz, capa para *Der Blutige Ernst* (Mortalmente sério), 1919. Um casal diante de uma colagem de anúncios de cabaré representa a decadência pós-guerra.

que acreditava que o dadá havia perdido sua relevância, tornando necessárias novas direções. Tendo levado suas atividades negativas ao limite, carecendo de uma liderança coesa e com seus membros enfrentando as novas ideias que acabaram por levar ao surrealismo, o dadá foi a pique e cessou de existir como movimento coeso ao final de 1922. Entretanto, Schwitters e Heartfield continuaram a evoluir e produziram seu melhor trabalho após a morte do movimento. A rejeição dadaísta da arte e da tradição permitiu que o movimento enriquecesse o repertório visual iniciado pelo futurismo.

Por uma síntese entre ações casuais espontâneas e decisões planejadas, os dadaístas ajudaram a despir o design tipográfico de seus preceitos tradicionais. Além disso, o movimento levou adiante o conceito cubista de letras como formas visuais, e não apenas símbolos fonéticos [13.40].



SURREALISMO

Com raízes no dadá e num grupo de jovens escritores e poetas franceses ligados ao periódico *Littérature*, o surrealismo entrou na cena parisiense em 1924, procurando pelo “mundo mais real que o real por trás do real” – o mundo da intuição, dos sonhos e do reino inconsciente explorado por Freud. Apollinaire usara a expressão “drama surreal” ao resenhar uma peça teatral em 1917. O poeta André Breton, fundador do surrealismo, infundiu a palavra com toda a magia dos sonhos, o espírito de rebelião e os mistérios do subconsciente em seu *Manifeste du Surrealisme* (Manifesto do surrealismo) de 1924:

Surrealismo, s.m. Automatismo psíquico puro pelo qual se propõe exprimir, seja verbalmente, seja por escrito, seja de qualquer outra maneira, o funcionamento real do pensamento. Ditado do pensamento, na ausência de todo controle exercido pela razão, fora de toda preocupação estética ou moral.

Tristan Tzara partiu de Zurique para juntar-se em Paris a Breton, Louis Aragon (1897-1982) e Paul Éluard (1895-1952). Instigou o grupo rumo ao escândalo e à rebelião. Esses jovens poetas rejeitavam o racionalismo e as convenções formais que dominavam as atividades criativas no pós-guerra em Paris. Procuravam maneiras de constituir novas verdades, revelar a linguagem da alma. O surrealismo (ou “super-realidade”) não era um estilo ou matéria de estética; era um modo de pensar e conhecer, uma maneira de sentir e um estilo de vida. Onde o dadá havia sido negativo, destrutivo e perpetuamente exibicionista, o surrealismo professava uma fé poética no homem e seu espírito. A humanidade podia ser liberada das con-

13.40 Ilya Zdanevich, cartaz para a peça *Soirée du coeur* (Sarau do coração barbudo), 1923. Vitalidade e legibilidade são alcançadas pelo uso de material tipográfico de mais de quarenta fontes.

venções sociais e morais. A intuição e o sentimento podiam ser libertados. Os escritores experimentavam a escrita do fluxo de consciência, ou escrita automática, para buscar uma verdade desinibida.

O impacto dos poetas e escritores surrealistas se limitou aos círculos literários e eruditos franceses; foi por meio dos pintores do movimento que o surrealismo afetou a sociedade e as comunicações visuais. Embora os surrealistas frequentemente criassem obras tão pessoais que a comunicação se tornava impossível, também produziam imagens cujo conteúdo sentimental, simbolismo ou fantasia desencadeavam uma resposta coletiva, universal, em grande número de pessoas. Breton e seus amigos especulavam sobre a possibilidade de uma pintura surreal. Descobriram a obra de Giorgio de Chirico (1888-1978) e o declararam o primeiro pintor surrealista. Membro da efêmera escola italiana de pintura metafísica, De Chirico pintou obsessantes vistas vazias de palácios e praças do Renascimento italiano, dotadas de intensa melancolia [13.41]. Edifícios vagos, sombras duras, perspectiva inclinada profunda e imagens enigmáticas transmitem emoções muito apartadas da experiência ordinária.



13.41 Giorgio de Chirico, *Le Départ du Poète* (A partida do poeta), 1914. A poesia atemporal de De Chirico beira o bizarro ou o sobrenatural.



Do grande número de artistas que se juntaram ao movimento surrealista, vários deles influenciaram significativamente as comunicações visuais, com impacto maior na fotografia e ilustração. Max Ernst (1891-1965), inquieto dadaísta alemão, usou várias técnicas que foram adotadas nas comunicações gráficas. Fascinado pelas xilogravuras dos romances e catálogos do século XIX, Ernst as reinventou usando técnicas de colagem para criar estranhas justaposições [13.42]. Essas colagens surrealistas tiveram forte influência na ilustração. Sua técnica de *frottage* envolvia o uso de decalques para compor diretamente sobre o papel. Enquanto olhava para seus decalques, a imaginação de Ernst inventava imagens, quase como as que vemos ao olharmos para as formações de nuvens. Em seguida ele transformava os decalques em figuras fantásticas. A *decalcomania*, o processo que Ernst desenvolveu para transferir imagens de material impresso para um desenho ou pintura, possibilitou que ele incorporasse de maneiras inesperadas uma diversidade de imagens a seu trabalho. Essa técnica foi amplamente usada na ilustração, pintura e gravação.

13.42 Max Ernst, colagem de *Une semaine de bonté* (Uma semana de bondade), 1934. Técnicas de impressão fotomecânica eliminam as margens de corte, unificando a imagem.

Os historiadores franceses da arte chamaram os pintores surrealistas figurativos de “naturalistas do imaginário”. Espaço, cor, perspectiva e figuras são traduzidos em cuidadoso naturalismo, mas a imagem é uma visão onírica irreal. O surrealista belga René Magritte (1898-1967) usou mudanças de escala surpreendentes e ambíguas, desafiou as leis da gravidade e da luz, criou justaposições inesperadas e manteve um diálogo poético entre realidade e ilusão, verdade e ficção [13.43]. Seu prolífico conjunto de imagens inspirou muitas comunicações visuais.

O afetado pintor espanhol Salvador Dalí (1904-1989) influenciou de duas formas o design gráfico. Suas perspectivas profundas inspiraram os designers a dar profundidade à página impressa chapada; sua abordagem naturalista da simultaneidade [13.44] foi muitas vezes imitada em cartazes e imagens editoriais.



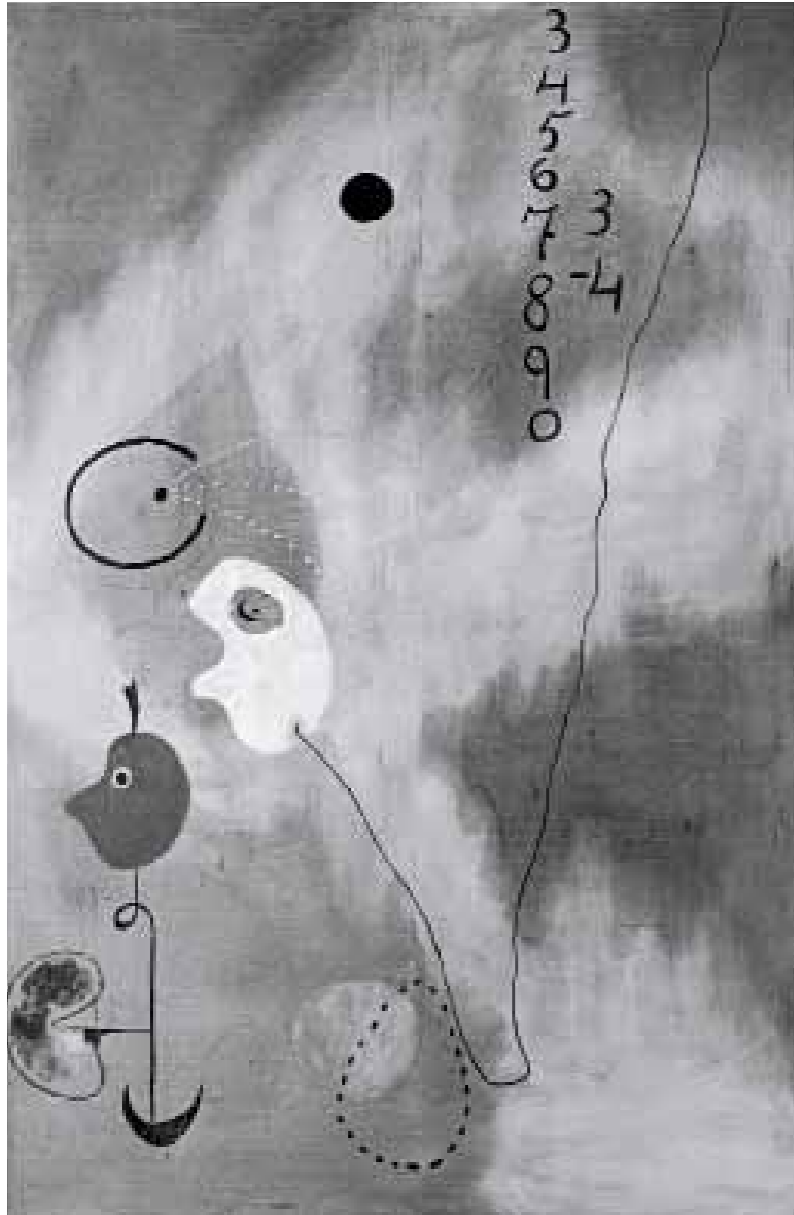
13.44 Salvador Dalí, *Le grand paranoiac* (O grande paranoico), 1936. O espectador vê figuras tateando às cegas numa paisagem e ao mesmo tempo uma grande cabeça humana.

13.43 René Magritte, *Le blanc-seeing* (A assinatura em branco), 1965. Os surrealistas desafiaram nossa compreensão racional do mundo e seu repertório de inovações pictóricas e simbólicas começou a infiltrar-se nos meios de comunicação de massa.



Outro grupo de pintores surrealistas, os emblemáticos, trabalhava com um repertório puramente visual. O automatismo (desenho e escrita da corrente de consciência intuitiva) foi usado para criar expressões espontâneas da vida interior na obra de Joan Miró (1893-1983) e Jean Arp. Miró explorou um processo de metamorfose por meio do qual desenvolvia intuitivamente seus motivos em formas enigmáticas, orgânicas [13.45]. Já em 1916, Arp explorava harmonias casuais involuntárias em trabalhos como *Collage avec carrés disposés selon les lois du hasard* (Quadrados organizados de acordo com as leis do acaso). As formas biomórficas e a composição aberta desses artistas foram incorporadas ao design de produto e ao design gráfico, particularmente durante os anos 1950.

O impacto do surrealismo no design gráfico foi variado. Proporcionou um exemplo poético da libertação do espírito humano. Foi pioneiro em novas técnicas e demonstrou como a fantasia e a intuição podiam ser expressas em termos visuais. Infelizmente, as ideias e imagens do surrealismo foram com frequência exploradas e banalizadas nos meios de comunicação de massa.



13.45 Joan Miró, *Pintura* (conhecida como *A adição*), 1925. Miró frequentemente trabalhava com pouca direção consciente de seu pincel, criando pinturas que são expressões intuitivas, espontâneas, do subconsciente.

EXPRESSIONISMO

Na arte do início do século xx, a tendência a retratar não a realidade objetiva mas emoções subjetivas e reações pessoais a objetos e acontecimentos foi chamada de *expressionismo*, que emergiu como um movimento organizado na Alemanha antes da Primeira Guerra Mundial. Cor, desenho e proporção eram frequentemente exagerados ou distorcidos, e o conteúdo simbólico era muito importante. A linha e a cor eram em geral acentuadas; contrastes de cor e valor tonal eram intensificados. Propriedades táteis eram obtidas por meio de tinta espessa, pinceladas soltas e traçado de contornos fortes. Xilogravuras, litografias e cartazes foram meios importantes para muitos expressionistas.

Indignados com as formas estéticas convencionais e as normas culturais, os expressionistas tinham uma consciência profunda de crise social, particularmente durante os anos que precederam a Primeira Guerra. Muitos expressionistas alemães rejeitavam a autoridade do exército, da educação, do governo e do reinado dos Hohenzollern. Sentiam profunda empatia pelos pobres e párias sociais, que eram objeto frequente de seu trabalho. Um intenso idealismo nutria a confiança dos expressionistas na arte como um farol apontando para uma nova ordem social e melhor condição humana.

Inicialmente os artistas alemães formaram dois grupos de expressionistas: Die Brücke (A Ponte), originado em Dresden em 1905, e Der Blaue Reiter (O Cavaleiro Azul), que começou em Munique em 1911. Eles procuravam conscientemente novas abordagens para a arte e a vida. Os artistas de Die Brücke declararam sua independência ao transformar seu tema até que ele transmitisse sentimentos não expressos; por outro lado, Der Blaue Reiter redefiniu a arte como um objeto sem tema, mas com propriedades perceptivas que podiam transmitir sentimentos. As pinturas figurativas e as impressões xilográficas de Die Brücke eram forçadas com traços espessos, brutos, frequentemente se tornando declarações corajosas sobre alienação, ansiedade e desespero. O expressionismo alemão se estendeu para o teatro, o cinema e a literatura, em obras como *A metamorfose* e *O processo*, de Franz Kafka.

13.46 Käthe Schmidt Kollwitz, "De överlevande krig mot kriget!" (Os sobreviventes fazem guerra à guerra!), cartaz, 1923. Esta poderosa declaração antibélica foi encomendada pela Associação Internacional dos Sindicatos em Amsterdã.



Exemplos notáveis da preocupação expressionista pela condição humana e sua representação em imagens gráficas facilmente entendidas são encontrados em desenhos, gravuras, escultura e cartazes de Käthe Schmidt Kollwitz (1867-1945). Casada com um médico que trabalhava numa clínica em um distrito operário de Berlim, Kollwitz obteve conhecimento de primeira mão sobre as condições miseráveis dos trabalhadores pobres. Ela documentou sua grave situação em trabalhos figurativos de grande força emocional. Seus cartazes [13.46] transmitem grande empatia com o sofrimento de mulheres e crianças.

Entre os participantes fundadores de Der Blaue Reiter estavam o exilado russo Vassili Kandinski (1866-1944) e o artista suíço Paul Klee (1879-1940). Menos inclinados a expressar a agonia da condição humana, procuravam uma realidade espiritual além das aparências externas da natureza e exploravam problemas de forma e cor. Kandinski liderava o grupo e se tornou o principal defensor da arte capaz de revelar a natureza espiritual das pessoas por meio da

orquestração de cor, linha e forma na tela. O livro de Kandinski *Über das Geistige in der Kunst* (Do espiritual na arte) (1910) foi um primeiro argumento em favor da arte não objetiva capaz de transmitir emoções do artista para o observador por meios puramente visuais, sem tema ou símbolos literais. Kandinski comparava cor e forma à música e sua capacidade de expressar profunda emoção humana. Essa convicção acerca da autonomia e dos valores espirituais da cor levou à emancipação corajosa de sua pintura, distanciando-a dos motivos e elementos de representação [13.47].

Klee sintetizou elementos inspirados por todos os movimentos modernos, bem como pela arte infantil e ingênua, alcançando intensa força subjetiva e ao mesmo tempo contribuindo para o repertório formal objetivo da arte moderna [13.48]. Seu tema era tradu-

13.47 Vassili Kandinski, *Improvisation n° 29 – The Swan* (Improvisação n° 29 – O cisne), 1912. Kandinski definia improvisação como uma expressão espontânea do caráter interior dotada de natureza espiritual.





13.48 Paul Klee, *Fischzauber* (Peixe mágico), 1925. As imagens são reinventadas em sinais potentes; cor, forma e textura são delicadamente equilibradas em uma composição coesa; e o todo transmite a silenciosa poesia de um mundo inventado pela imaginação do artista.

zido em sinais e símbolos gráficos com forte poder comunicativo. Seus *Pädagogisches Skizzenbuch* (Cadernos pedagógicos), de 1925, definiam os elementos da arte, sua interação, movimento e profundidade espacial. Suas conferências publicadas são a explicação mais completa do desenho moderno já feita por um artista.

Os *fauves* (animais ferozes), liderados por Henri Matisse (1869-1954), chocaram a séria sociedade francesa da primeira década do século com seu desenho vigoroso e desconcertantes contrastes de cor. Com exceção de Georges Rouault (1871-1958), os fauvistas estavam mais envolvidos com a cor e as relações estruturais do que com expressões da crise espiritual.

As técnicas e a temática do expressionismo influenciaram a ilustração gráfica e a arte do cartaz; a ênfase no ativismo social e político continua a fornecer um modelo viável para os designers gráficos que abordam questões em torno da condição e do ambiente humanos. A inspiração era extraída da arte feita por crianças, artistas sem educação formal, culturas não europeias e artes tribais. As teorias sobre cor e forma propostas por Kandinski e Klee tornaram-se bases importantes para o design e a formação na área graças a seu ensino na Bauhaus, tratada no capítulo 16.

A FOTOGRAFIA E O MOVIMENTO MODERNO

Era inevitável que a nova linguagem visual dos movimentos modernistas, com sua preocupação pelo ponto, linha, plano, forma e textura, e pelas relações entre esses elementos visuais, começasse a influenciar a fotografia, tal como ela afetara a tipografia nas abordagens futurista e dadaísta do design gráfico.

Francis Bruguière (1880-1945) passou a explorar múltiplas exposições em 1912, abrindo o caminho para o potencial da luz gravada em filme como meio de expressão poética. Em suas abstrações fotográficas, o jogo de luz e sombra se torna o objeto [13.49]. Outro fotógrafo que estendeu sua visão para o domínio da forma pura foi Alvin Langdon Coburn (1882-1966). Em 1913 suas fotos de telhados e vistas de edifícios altos enfocavam o padrão e a estrutura encontrados no mundo em lugar de retratarem objetos e coisas [13.50]. Os padrões caleidoscópicos de Coburn, que ele chamou de *vortografias* quando iniciou a série em 1917, são as primeiras imagens fotográficas não objetivas. Coburn, que elogiava o belo desenho visto através de um microscópio, explorou a múltipla exposição e usou prismas para dividir as imagens em fragmentos.

Um artista norte-americano da Filadélfia, Man Ray (nascido Emanuel Rabinovitch, 1890-1976), conheceu Duchamp e encantou-se pelo dadá em 1915. Depois de mudar-se para Paris em 1921, Man Ray juntou-se a Breton e outros na evolução do dadaísmo para o surrealismo, com sua investigação menos desordenada sobre o papel desempenhado pelo inconsciente e pelo acaso na criação artística. Durante os anos 1920, trabalhou como fotógrafo profissional aplicando o



13.49 Francis Bruguière, *Light Abstraction* (Abstração de luz), c. 1930. Cortando e curvando papel, Bruguière elaborou uma composição fotográfica de formas que entram e saem do espaço.



13.50 Alvin Langdon Coburn, *The Octopus* (O polvo), 1912. Os padrões visuais de forma e tom se tornaram o objeto de Coburn à medida que ele visualizava o mundo a partir de inesperados pontos de vista.



Tu te lèves l'eau se déplie
Tu te couches l'eau s'épanouit

Tu es l'eau détournée de ses abîmes
Tu es la terre qui prend racine
Et sur laquelle tout s'établit

Tu fais des bulles de silence dans le désert des bruits
Tu chantes des hymnes nocturnes sur les cordes de l'arc-en-ciel
Tu es partout tu abolis toutes les routes

Tu sacrifies le temps
À l'éternelle jeunesse de la flamme exacte
Qui voile la nature en la reproduisant

Femme tu mets au monde un corps toujours pareil
Le tien

Tu es la ressemblance.

13.52 Man Ray, página de *Facile* (Fácil), de Paul Eluard, 1936.

13.54 Man Ray, cartaz para o metrô de Londres, 1932. A analogia visual entre a marca e um planeta permite uma aplicação inesperada do deslocamento surrealista à comunicação visual. Cartazes duplos eram frequentemente usados em painéis do metrô.



13.51 Man Ray, *Sleeping Woman* (Mulher dormindo), 1929. Nesta imagem surrealista, a solarização é usada não só como uma técnica visual, mas como meio de sondar a experiência psíquica.

dadaísmo e o surrealismo à fotografia, ao usar tanto a manipulação em laboratório como bizarras instalações de estúdio. Foi o primeiro fotógrafo a explorar o potencial criativo da solarização [13.51], a reversão da sequência tonal nas áreas mais densas de um negativo ou impressão fotográfica, que adiciona fortes contornos pretos nas margens das formas principais [13.52]. A solarização é obtida mediante uma segunda exposição à luz de uma imagem fotográfica latente ou em processo de revelação. As imagens sem câmera de

13.53 Man Ray, *Gun with Alphabet Squares* (Pistola com quadrados alfabéticos), 1924. Nesta rayografia, múltiplas exposições e uma fonte cambiante de luz transformam o registro fotográfico da arma e de letras estêncil em uma nova ordem da forma visual.



Man Ray, que ele chamou de *rayografias* [13.53], eram mais complexas que as “schadografias” [produzidas com técnica semelhante pelo pintor alemão Christian Schad (1894-1982)]. Man Ray com frequência fazia suas exposições com raios de luz em movimento e combinava métodos experimentais, como a solarização, com a técnica básica de colocar objetos sobre papel fotográfico. Também usava distorção, impressão por texturas e múltiplas exposições à medida que procurava imagens oníricas e novas interpretações do tempo e do espaço, aplicando o surrealismo ao design gráfico [13.54] e a trabalhos de fotografia.

Os conceitos, as imagens e os métodos de organização visual do cubismo, futurismo, dadá, surrealismo e expressionismo propiciaram aos designers gráficos valiosas descobertas e processos. Os artistas desses movimentos, que ousaram adentrar terrenos desconhecidos de possibilidades artísticas inexploradas, continuam a influenciar artistas, designers e ilustradores até hoje.

14

Modernismo figurativo

O cartaz europeu durante a primeira década do século XX foi uma continuação do cartaz dos anos 1890, mas, na segunda década do século, seu trajeto foi fortemente marcado pelos movimentos de arte moderna e alterado pelas necessidades de comunicação decorrentes da Guerra Mundial. Embora influenciados pelo cubismo e pelo construtivismo, os designers estavam conscientes da necessidade de manter uma referência figurativa para que seus cartazes se comunicassem de maneira persuasiva com o público em geral – eles caminhavam numa corda bamba entre a criação de imagens expressivas e simbólicas, de um lado, e a preocupação com a organização visual total do plano da imagem, de outro. Esse diálogo entre as imagens comunicativas e a forma do design gera a provocação e a energia das ilustrações influenciadas pela arte moderna.

Um dos momentos mais notáveis na história do design gráfico é a carreira breve dos Beggarstoffs. James Pryde (1866-1941) e William Nicholson (1872-1949) eram cunhados e amigos desde a escola de arte. Pintores acadêmicos respeitados, decidiram abrir um

ateliê de desenho publicitário em 1894 e julgaram necessário adotar pseudônimos para proteger suas reputações como artistas. Um deles encontrou em um estábulo um saco de milho com a etiqueta The Beggarstaff Brothers (literalmente, Os irmãos mendigos com cajado) e adotaram o nome, dispensando o termo “Brothers” (irmãos). Durante sua breve colaboração, desenvolveram uma nova técnica, mais tarde chamada de colagem. Na prancheta, pedaços de papel recortados eram movidos, transformados e colados. O estilo resultante de planos de cor absolutamente chapados tinha limites oscilantes “desenhados” com a tesoura [14.1]. Muitas vezes uma imagem incompleta provocava o espectador a participar e decifrar o objeto [14.2]. Os Beggarstoffs passaram a ignorar a tendência vigente na direção do *art nouveau* floral à medida que convertiam esse novo método de trabalho em cartazes de poderosas formas e silhuetas coloridas.



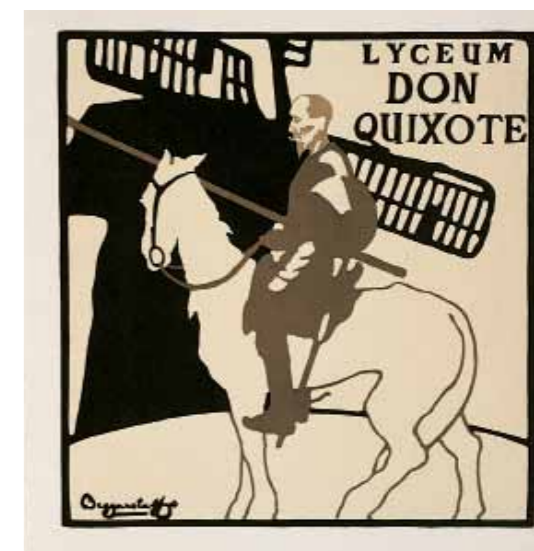
14.2 Os Beggarstoffs, cartaz para a Harper's Magazine, 1895. O observador dá o fechamento ao combinar fragmentos em uma imagem simbólica.

Infelizmente, seu trabalho foi um sucesso artístico, mas um desastre financeiro. Atraíam poucos clientes e apenas uma dúzia de seus projetos chegou a ser impressa. Um de seus cartazes mais famosos, para a produção de *Don Quixote* de sir Henry Irving no Teatro Lyceum [14.3], jamais foi impresso, porque Irving achou que a figura não se parecia com ele. Cobraram dele apenas cinquenta libras; e Irving os pagou em duas vezes. Mais tarde, o cartaz foi publicado em tamanho reduzido, numa edição limitada para colecionadores.

Quando se tornou economicamente aconselhável que Nicholson e Pryde encerrassem a parceria, cada

14.3 Os Beggarstoffs, cartaz para Don Quixote, 1896. Formas cortadas em papel produzem uma imagem cuja simplicidade e técnica estavam à frente de seu tempo.

14.1 Os Beggarstoffs, cartaz para a farinha de milho Kassama, 1894. Seu estilo direto foi solidamente estabelecido em um de seus primeiros cartazes.



um retornou à pintura e recebeu algum grau de reconhecimento. Nicholson também desenvolveu um estilo xilográfico de ilustração que mantinha algo da economia gráfica dos cartazes dos Beggarstaffs [14.4].

Como Nicholson e Pryde, o pintor e ilustrador britânico Dudley Hardy (1866-1922) também se voltou para o design de cartazes e anúncios. Teve importante participação na introdução das qualidades figurativas do cartaz francês nos *outdoors* de Londres durante os anos 1890. Hardy desenvolveu uma fórmula eficaz para trabalhar com cartazes para teatro: letras e figuras são dispostas contra fundos chapados simples. Seu cartaz para a peça *A Gaiety Girl* (Uma ga-

14.5 Cartaz de Dudley Hardy para a peça *A Gaiety Girl*, 1898. A atriz e o título da peça destacam-se radicalmente contra o fundo vermelho.



rota da alegria) [14.5] deu aos londrinos um ícone dos meios de comunicação (a Garota da Alegria) similar à Chérette dos parisienses.

PLAKATSTIL

A escola reducionista, de cores chapadas, que surgiu na Alemanha no início do século xx é chamada de Plakatstil (estilo cartaz). Em 1898, aos 15 anos de idade, Lucian Bernhard (1883-1972) participou da Exposição Flaspalast de Decoração de Interiores em Munique e ficou abalado com o que viu. Voltando para casa, “simplesmente embriagado de cores” com essa mostra de design de vanguarda, Bernhard começou a repintar a decoração do século xix da casa de sua família enquanto seu pai estava fora, numa viagem de negócios de três dias. Paredes, tetos e até a mobília saíram da monotonia para um mundo maravilhoso de cores brilhantes. Ao regressar para casa, Bernhard pai não achou graça nenhuma. Lucian foi chamado de criminoso em potencial e severamente repreendido. Fugiu de casa naquele mesmo dia e nunca mais voltou.

14.4 William Nicholson, ilustração de *An Alphabet* (Um alfabeto), 1897. A simplicidade reducionista dos cartazes dos Beggarstaffs é mantida.

14.6 Lucian Bernhard, cartaz para os fósforos Priester, c. 1905. A cor se tornou o meio de projetar uma mensagem poderosa com informações mínimas.

Em Berlim, Bernhard tentava sem sucesso ganhar a vida como poeta quando viu um anúncio para um concurso de cartazes patrocinado pelos fósforos Priester. O prêmio era de duzentos marcos (cerca de cinquenta dólares na época) e, assim, Bernhard, que se sobressaía em arte na escola, decidiu participar. Seu primeiro projeto mostrava uma mesa redonda com uma toalha de mesa xadrez, um cinzeiro com um charuto aceso e uma caixa de fósforos. Julgando que a imagem era despojada demais, Bernhard pintou no fundo dançarinas sumariamente vestidas.

Mais tarde naquele dia, ele decidiu que a imagem era complexa demais e eliminou as dançarinas. Quando um amigo chegou e perguntou se era um cartaz para um charuto, Bernhard eliminou o charuto. Depois, julgando que a toalha de mesa e o cinzeiro estavam destacados demais, os eliminou também da pintura, deixando um par de palitos de fósforo em uma mesa vazia. Visto que as inscrições teriam de ser postadas até a meia-noite daquele dia, Bernhard apressadamente pintou a palavra Priester em azul acima dos fósforos, embalou o cartaz e o enviou.

Mais tarde Bernhard descobriu que a reação imediata do júri a seu cartaz foi de total rejeição. Mas um jurado retardatário, Ernst Growald, da empresa Hollerbaum e Schmidt de litografia, o resgatou da lata de lixo. Afastando-se para estudar a imagem, Growald proclamou: “Este é o meu primeiro prêmio. Aqui está um gênio”. Growald convenceu o resto do júri e o primeiro cartaz de Bernhard tornou-se o atualmente famoso cartaz dos fósforos Priester [14.6], que reduziu a comunicação a uma palavra e dois palitos de fósforos.

14.7 Lucian Bernhard, cartaz para os sapatos Stiller, 1912. Contra o fundo marrom, letras escuras e sapato preto, o interior do sapato é vermelho vivo e a frente do salto é laranja-claro.



14.9 Hans Rudi Erdt, cartaz para os automóveis Opel, 1911. Pose, expressão e roupa simbolizam o cliente rico para esse automóvel.



Esse jovem artista autodidata provavelmente não percebeu na época, mas havia levado a comunicação gráfica um passo além na simplificação e redução do naturalismo, atingindo uma linguagem visual de forma e signo. Toulouse-Lautrec tinha iniciado o processo e os Beggarstoffs o continuaram, mas Bernhard estabeleceu a abordagem do cartaz com o uso de for-



14.8 Hans Rudi Erdt, cartaz para os cofres Never Fail, 1911. O porte militar do guarda de segurança reflete a confiabilidade da empresa.

14.10 Julius Gipkens, cartaz para os móveis de vime da Heinemann, sem data. O cachorro e a almofada xadrez sugerem aconchego e lar.



mas de cores chapadas, nome e imagem do produto [14.7]. Ele repetiu esse procedimento inúmeras vezes nas duas décadas seguintes. Além disso, projetou mais de trezentas embalagens para 66 produtos, utilizando desenhos elementares parecidos.

A destacada empresa berlinense de litografia Hollerbaum e Schmidt reconheceu que Bernhard e outros jovens artistas estavam criando uma direção importante para a arte alemã do cartaz. Assinou contratos de exclusividade com seis deles, entre os quais Bernhard, Hans Rudi Erdt (1883-1918), Julius Gipkens (1883-1968) e Julius Klinger (1876-1950). Essa previdente decisão empresarial obrigava todos que desejassem encomendar projetos a esses artistas a trabalhar com a empresa gráfica Hollerbaum e Schmidt. Uma comparação entre o cartaz de Bernhard para os sapatos Stiller e os cartazes de Erdt para Never Fail e o automóvel Opel [14.8, 14.9] demonstra o sucesso com que Erdt conseguiu aplicar a fórmula de Bernhard: cor de fundo chapada; imagem grande e simples; nome do produto. Como Bernhard, Gipkens era um desig-

INNEN-DEKORATION VIALAG UND REDAKTION

ner gráfico autodidata que formou grande clientela em Berlim. Seu desenho fluente, linear, conferia um meneio nervoso tanto às letras como às imagens e se tornou marca registrada de seu trabalho [14.10].

Nascido e formado em Viena, Julius Klinger esteve associado com os artistas da Secessão Vienense. Acabou se mudando para Berlim, onde seu estilo se distanciou do *art nouveau* floral rumo a formas decorativas de cores claras e vivas e *lettering* conciso [14.19]. Seus projetos eram menos reducionistas que os de Bernhard e Erdt.



14.12 Lucian Bernhard, marca para a Hommel Micrometers, 1912. Cada estrutura e forma que compõem esta figura deriva de produtos da Hommel.

14.11 Berthold Type Foundry, Type Block, 1910. Os tipos alemães sem serifa do início do século xx se basearam nas letras de cartazes de Bernhard.



14.14 Lucian Bernhard, cartaz para Manoli, 1910. Bernhard desenhou vários cartazes para os cigarros Manoli. A marca derivava do nome da esposa do proprietário da empresa, Ilona Mandelbaum, ao contrário.

Durante os primeiros anos de sua carreira de cartazista, Bernhard desenvolveu um estilo de letras sem serifas pintadas em largas pinceladas. A princípio não empregou nenhum conceito específico, mas com o tempo gradualmente se desenvolveram alfabetos densos de caracteres exclusivos. Esse estilo de letras impressionou um membro do quadro de funcionários da fundição de tipos Berthold em Berlim, e com base nele novos tipos foram desenvolvidos [14.11]. Quando os tipos foram lançados em 1910, Bernhard ficou bastante surpreso por ver seu estilo pessoal de letras fundido em metal para o mundo inteiro usar. Seu senso de simplicidade também foi aplicado ao design de marcas comerciais. Para a Hommel Micrometers, em 1912, construiu um pequeno homem mecânico segurando um dos dispositivos de medição de precisão do cliente [14.12]. Para os cigarros Manoli, em 1911, reduziu a marca da empresa a uma letra elementar dentro de uma forma geométrica impressa em uma segunda cor [14.13, 14.14].

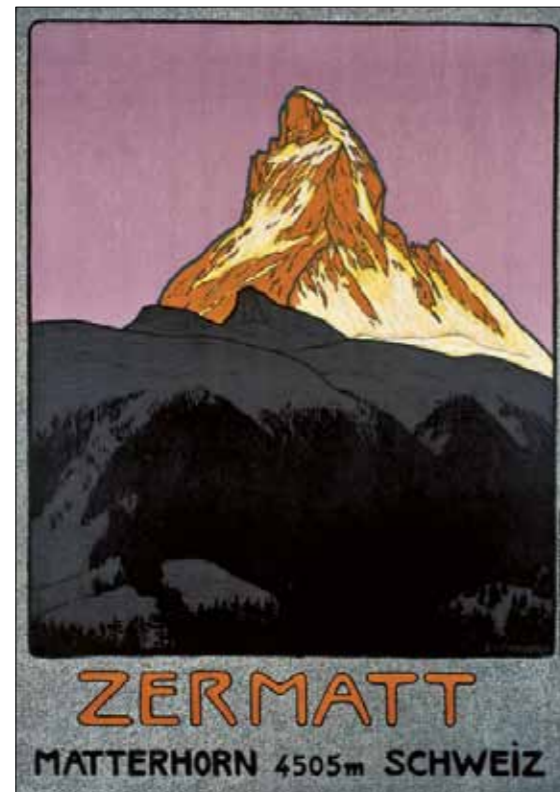
Bernhard foi um designer fundamental. Seu trabalho pode ser considerado a conclusão lógica do movimento cartazista da virada do século. Ao mesmo tempo, sua ênfase na redução, na forma minimalista e na simplificação antecipou o movimento construtivista. Com o tempo, Bernhard passou a dedicar-se ao design de interiores, depois estudou carpintaria para



14.13 Lucian Bernhard, marca para os cigarros Manoli, 1910. Um simples "m" em um círculo sugere o minimalismo das futuras marcas.

aprender projeto e construção de móveis. Isso levou a um estudo de arquitetura; durante os anos 1910, ele projetou móveis, tapetes, papéis de parede e peças de iluminação, além de prédios de escritórios, fábricas e residências.

Uma visita aos Estados Unidos em 1923 entusiasmou Bernhard e ele retornou, para então morar em Nova York. Seu trabalho era moderno demais para ser aceito nos Estados Unidos; foram necessários cinco anos para que se estabelecesse como designer gráfico. Durante esse tempo trabalhou como designer de interiores. Em 1928, Bernhard assinou contrato com a American Type Founders para projetar novos tipos, produzindo um fluxo constante de novas fontes que arrebatarem o gosto da época.



14.15 Emil Cardinaux, cartaz para Zermatt (estação de esqui na Suíça), 1908. O Matterhorn se eleva em todo o seu esplendor acima da paisagem; abaixo, o lettering simples.

14.16 Niklaus Stoecklin, cartaz de Bi-oro, 1941. O tubo de protetor solar se torna um nariz.



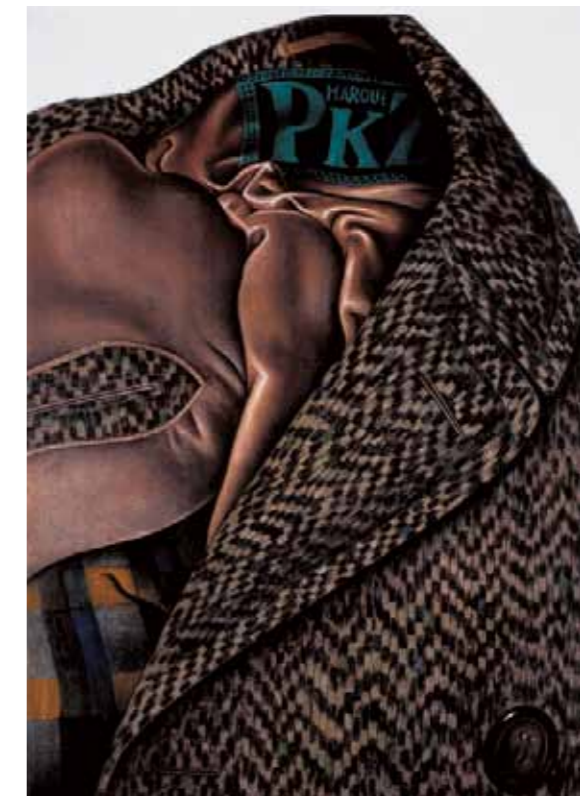
A SUÍÇA E O SACH PLAKAT

Na Suíça, país com quatro línguas oficiais, o design de cartazes recebia a influência das culturas alemã, francesa e italiana. Como a Holanda, a Suíça é um país pequeno entre vizinhos grandes e muitas influências externas são ali evidentes. Por bastante tempo, o país foi um destino popular de férias, e os cartazes de viagem atendiam a uma necessidade natural. Com seu cartaz para Zermatt de 1908 [14.15], Emil Cardinaux (1877-1936) criou o primeiro cartaz suíço moderno, com muitas características em comum com o Plakatstil, da Alemanha. Mesmo depois que procedimentos modernos de produção, como a impressão *offset*, começaram a ser empregados na maior parte

da produção de cartazes, as artes litográficas tradicionais foram conservadas no que ficou conhecido como realismo da Basileia. Esse estilo foi promovido por Niklaus Stoecklin (1896-1982) [14.16], Otto Baumberger (1889-1961) e mais tarde por Herbert Leupin (1914-1999) [14.17], cujos *Sachplakate* (cartazes de objeto) se caracterizavam por uma abordagem simples, lacônica e, às vezes, hiper-realista. O cartaz de Baumberger de 1923 para a loja de departamentos PKZ consiste em um desenho em tamanho natural de um casaco mostrando os pelos reais do tecido e com o texto limitado ao “PKZ” [14.18].

O CARTAZ VAI À GUERRA

O cartaz alcançou o auge de sua importância como meio de comunicação durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918). As tecnologias de impressão haviam evoluído rapidamente, enquanto o rádio e



14.18 Otto Baumberger, cartaz para a loja de departamentos PKZ, 1923.

outros meios eletrônicos de comunicação não se encontravam ainda em uso generalizado. Nesse conflito mundial, os governos recorreram ao cartaz como importante meio de propaganda e persuasão visual. Os exércitos tinham de ser recrutados, e o moral do público precisava de incentivo para manter o apoio popular ao esforço de guerra. Nesse primeiro conflito travado com os armamentos da tecnologia – aviões, zeplins, artilharia pesada e tanques –, campanhas de levantamento de fundos eram usadas na arrecadação de vastas quantias para financiar a guerra. À medida que as riquezas eram canalizadas para o esforço bélico, tornava-se necessário o apoio das pessoas para

14.17 Herbert Leupin, cartaz para Die Weltwoche (O semanário do mundo), 1949. Um globo e um jornal enrolado formam juntos um ponto de exclamação.

14.19 Julius Klinger, cartaz para o oitavo levantamento de fundos de guerra da Alemanha, 1917. Oito setas perfurando um dragão lembram aos cidadãos que suas contribuições ajudaram a ferir o inimigo.



14.20 Lucian Bernhard, cartaz para uma campanha de empréstimos para a guerra, 1915. Um forte sentimento militarista é ampliado pela inscrição gótica: "Este é o caminho para a paz – o inimigo quer assim! Por isso, subscreva o empréstimo de guerra!"

conservar recursos e manter uma horta doméstica para reduzir o risco de escassez aguda. Finalmente, o inimigo tinha de ser atacado por seu barbarismo e ameaça à civilização.



14.21 Lucian Bernhard, "Frauen!", cartaz, 1918. O movimento de libertação das mulheres já havia sido atuante na Alemanha, mas a guerra aumentou seu ímpeto. Este cartaz anunciava as primeiras eleições abertas a mulheres na Alemanha.



Os cartazes produzidos pelos Poderes Centrais (liderados pela Alemanha e Áustria-Hungria) eram radicalmente diferentes dos produzidos pelos Aliados (liderados pela França, Rússia e Grã-Bretanha, a que se somaram os Estados Unidos em 1917). Na Áustria-Hungria e na Alemanha, cartazes de guerra prosseguiram as tradições da Secessão Vienense e a simplicidade do Plakatstil iniciada por Bernhard. As palavras e imagens eram integradas, e a essência da comunicação era transmitida pela simplificação de imagens em formas e padrões vigorosos. Ao expressar essa filosofia do design, Julius Klinger observou que a bandeira norte-americana era o melhor cartaz que os Estados Unidos possuía. Os cartazes de guerra de Klinger expressavam ideias complexas com símbolos pictográficos simples [14.19]. Curiosamente, Bernhard adotou uma abordagem medieval em vários cartazes de guerra, como o cartaz litográfico vermelho e preto desenhado à mão para a sétima campanha de empréstimos para a guerra [14.20]. Em uma expressão quase primeva do antigo espírito germânico, Bernhard pintou um punho cerrado vestido em armadura medieval investindo do canto superior direito do espaço. Seu cartaz "Frauen!" (Mulheres!), de 1918, foi desenhado para as primeiras eleições alemãs abertas a mulheres [14.21].

Gipkens [14.22] frequentemente contrastava formas gráficas sombrias impondo-se contra o fundo branco. Quando se tornou evidente, depois de 1916, que a guerra submarina era a única maneira possível de a Alemanha romper o bloqueio inglês, Erdt [14.23] celebrou os heróis subaquáticos e levou o público a



14.24 Otto Lehmann, cartaz para uma campanha de empréstimos para a guerra, sem data. No lettering se lê: "Ajude nossos homens de uniforme. Esmague o poderio da Inglaterra. Subscreva o empréstimo de guerra".



14.25 Alfred Leete, cartaz para recrutamento militar, c. 1915. Esta folha impressa encara o espectador com um olhar direto.



14.22 Julius Gipkens, cartaz para uma exposição de aviões capturados, 1917. Uma simbólica águia alemã está pousada triunfalmente sobre os indícios de uma aeronave aliada capturada.

14.23 Hans Rudi Erdt, cartaz prenunciando submarinos alemães, c. 1916. Uma poderosa junção estrutural de tipo e imagem proclamava: "U boote heraus!" (Submarinos, avante!).





14.26 Saville Lumley, "Daddy, what did you do in the Great War?", cartaz, 1914.

apoiá-los. Mostrar a destruição de símbolos ou bandeiras dos inimigos era um dispositivo frequente de propaganda. O exemplo mais eficaz é o cartaz do designer de Colônia Otto Lehmann (n. 1865), que retrata operários e agricultores suportando nos ombros um soldado que arranca uma bandeira britânica rasgada [14.24].

A abordagem de propaganda gráfica dos Aliados era mais ilustrativa, usando imagens antes literais que simbólicas para seus objetivos propagandísticos. Os cartazes britânicos enfatizavam a necessidade de proteger os valores tradicionais, o lar e a família. Talvez o cartaz britânico mais eficaz dos anos de guerra seja o amplamente imitado cartaz de recrutamento militar de 1915, feito por Alfred Leete (1882-1933), que mostra o popular *lord* Horatio Kitchener, ministro da Guerra britânico, apontando diretamente para o espectador [14.25]. Essa imagem surgiu originalmente como capa da revista *London Opinion* de 5 de setembro de 1914, acima da manchete "Seu País Precisa de Você". Alguns cartazes apelavam diretamente ao sentimentalismo, como a imagem de 1914 de Saville Lumley (m. 1950): "Daddy, what did you do in the Great War?" ("Papai, o que VOCÊ fez durante a Grande Guerra?") [14.26].

O patriotismo público se exaltou quando os Estados Unidos entraram no conflito para "tornar o mundo seguro para a democracia" na "guerra para terminar com todas as guerras". O ilustrador Charles Dana Gibson ofereceu seus serviços como diretor de arte para a Division of Pictorial Publicity, agência federal que produziu mais de setecentos cartazes e outros materiais de propaganda para cinquenta outras agências governamentais. Trabalhando de graça, os principais ilustradores de revistas voltaram-se para o design de cartazes e se depararam com a mudança de escala da página de revista para o cartaz. A propaganda persuasiva substituiu o desenho narrativo e subitamente os ilustradores tiveram de integrar letras com imagens. James Montgomery Flagg (1877-1960), cujo estilo de pintura era amplamente conhecido, produziu 46 cartazes de guerra durante o ano e meio do envolvimento norte-americano no conflito, incluindo sua versão do cartaz de Kitchener, um autorretrato do próprio Flagg [14.27].

Joseph C. Leyendecker (1874-1951) foi o mais popular ilustrador norte-americano entre o período da Pri-



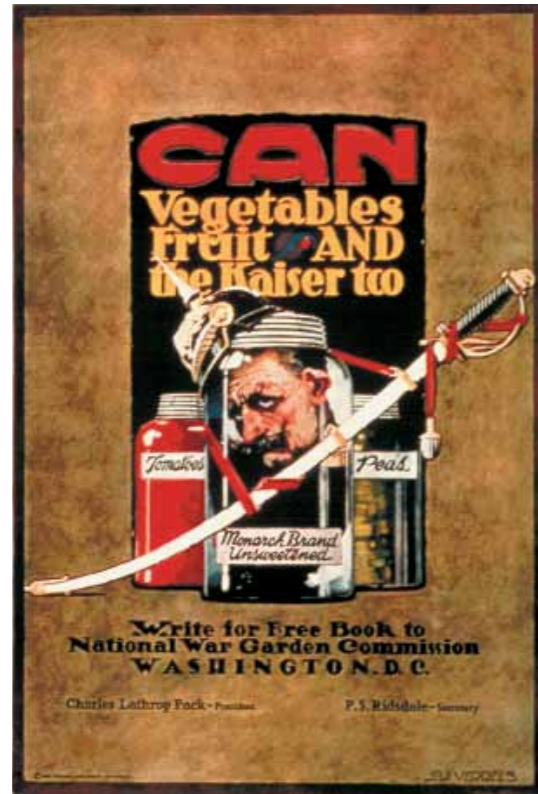
14.27 James Montgomery Flagg, cartaz para recrutamento militar, 1917. Cinco milhões de exemplares do cartaz de Flagg foram impressos, fazendo dele um dos cartazes mais reproduzidos da história.

14.28 Joseph C. Leyendecker, cartaz celebrando uma campanha bem-sucedida de bônus de guerra, 1917. A técnica de pintura de Leyendecker de pinceladas que imitam a textura de pedras confere distinção a este cartaz.

meira Guerra Mundial e o início dos anos 1940. Leyendecker seguiu Gibson criando um cânon de beleza física idealizada nos meios de comunicação de massa. Sua carreira recebeu um impulso com os seus cartazes populares. Solicitado a homenagear o papel dos escoteiros na Third Liberty Loan Campaign (Terceira Campanha de Empréstimos para a Liberdade) [14.28], Leyendecker combinou símbolos visuais comuns – a Liberdade vestida com a bandeira, segurando um escudo imponente e pegando das mãos de um escoteiro uma espada com os dizeres "Be Prepared" (Esteja preparado) – que promoviam o patriotismo em todos os níveis da sociedade norte-americana. Sua habilidade para transmitir a essência icônica de um tema estava crescendo. Essa virtude foi de grande valia a Leyendecker depois da guerra, pois suas 322 capas para o *Saturday Evening Post* e incontáveis ilustrações publicitárias, notadamente para a Arrow Shirts and Collars durante os anos 1920, captaram com eficácia a experiência e as atitudes norte-americanas durante as duas décadas entre as Guerras Mundiais.



14.29 J. Paul Verrees, cartaz promovendo as hortas da vitória, 1918. A ação pública – arrecadar seu próprio alimento – é diretamente vinculada à derrota do inimigo.



14.30 Jesse Willcox Smith, cartaz para a Cruz Vermelha norte-americana, 1918. A exibição pública de símbolos gráficos mostrando ajuda para o esforço de guerra era encorajada.



Homenagear soldados e criar um culto em torno dos dirigentes ou das figuras simbólicas nacionais eram duas funções importantes do cartaz; ridicularizar ou desacreditar os dirigentes das forças inimigas era outra. Na tentativa humorística de Paul Verrees [14.29], uma estratégia raramente vista em cartazes de propaganda, o Kaiser está “enlatado”.

Muitos cartazes enfatizavam a contribuição do público para o esforço de guerra apelando para emoções patrióticas. Em um cartaz de Jesse Willcox Smith (1863-1935) para a Cruz Vermelha norte-americana [14.30], pergunta-se ao espectador se ele tem uma bandeira do serviço, o que significava que o domicílio tinha ajudado na campanha da Cruz Vermelha. Smith dividia um ateliê com Elizabeth Shippen Green (1871-1954) e Violet Oakley (1874-1961), as quais ela conheceu quando estudou com Howard Pyle. As três eram muito atuantes como ilustradoras especializadas em livros infantis, retratando crianças, maternidade e o cotidiano da época.

O DISSIDENTE DE MUNIQUE

Ludwig Hohlwein (1874-1949), um importante designer do Plakatstil de Munique, iniciou sua carreira de ilustrador gráfico com trabalho encomendado pela revista *Jugend* (Juventude) já em 1904. Durante a primeira metade do século, seu trabalho gráfico evoluiu com a mudança das condições sociais. Os *Beggarstoffs* foram sua inspiração inicial e, nos anos que antecederam a Primeira Guerra Mundial, Hohlwein deleitava-se muito em reduzir suas imagens a formas chapadas. Entretanto, ao contrário dos *Beggarstoffs* e de seu concorrente de Berlim, Bernhard, Hohlwein aplicou a suas imagens uma gama rica de texturas e padrões decorativos [14.31]. Muitos de seus primeiros cartazes foram para fabricantes de roupas e lojas de varejo, e parecia que ele jamais se repetia. Nos cartazes que produziu durante a Primeira Guerra Mundial, passou a combinar suas formas simples e vigorosas com imagens mais naturalistas [14.32].

Conforme evidenciado por um cartaz [14.33] para uma coleta da Cruz Vermelha em benefício da recuperação de feridos de guerra, o trabalho de Hohlwein fica no meio-termo entre os cartazes simbólicos dos designers gráficos dos outros Poderes Centrais e os cartazes figurativos dos Aliados. Depois da guerra, Hohlwein recebeu muitas encomendas de cartazes publicitários. Seu trabalho se tornou mais fluido e ilustrativo, com as figuras frequentemente organizadas sobre um fundo branco ou de cor chapada e cercadas por *letterings* coloridos.

Depois de uma tentativa fracassada de tomar o poder no *Putsch* (golpe de Estado) de Munique de 1923, Adolf Hitler foi mandado para a prisão, onde passava o tempo escrevendo *Mein Kampf* (Minha luta), que estabeleceu sua filosofia política e ambições políticas para a Alemanha. Ele escreveu que a propaganda “deve ser popular e adaptar o seu nível intelectual à capacidade de compreensão do menos intelectual” dos cidadãos. Hitler estava convencido de que os cartazes desenhados de modo mais artístico usados na Alemanha e na Áustria durante a Primeira Guerra Mundial eram “desatinados” e os *slogans* e as ilustrações populares dos Aliados eram mais eficazes.



14.31 Ludwig Hohlwein, cartaz para roupas masculinas, 1908. Hohlwein era fascinado pela interação entre forma orgânica/geométrica e imagens figurativas/abstratas.



14.32 Ludwig Hohlwein, cartaz de Starnbergersee, 1910.

14.33 Ludwig Hohlwein, cartaz de levantamento de fundos, 1914. Um símbolo gráfico (a cruz vermelha) combina-se com um símbolo figurativo (um soldado ferido) num apelo com força emocional e impacto visual.





14.34 Ludwig Hohlwein, cartaz para a Deutsche Lufthansa, 1936. Um mitológico ser alado simboliza a companhia aérea, a vitória alemã nos Jogos Olímpicos de Berlim e o triunfo do movimento nazista.

14.35 Ludwig Hohlwein, cartaz de concerto, 1938. Uma guerreira teutônica se eleva graças a um ponto de vista inferior e a uma fonte de luz que a atinge vinda de baixo.

14.36 Ludwig Hohlwein, cartaz de recrutamento, início dos anos 1940. Em um dos últimos cartazes nazistas de Hohlwein, um soldado austero e sombrio figura acima de uma simples pergunta: "Und du?" (E você?).

Hitler tinha um dom quase misterioso para a propaganda visual. Quando ascendeu no cenário político alemão, a suástica foi adotada como símbolo do partido nazista. Os uniformes, que consistiam em camisas marrons com braçadeiras vermelhas portando uma suástica negra num círculo branco, começaram a aparecer em toda a Alemanha à medida que o partido nazista crescia em força e contingente. Em retrospecto, parece quase inevitável que o partido nazista encomendasse cartazes de Hohlwein, pois a evolução de seu trabalho coincidia de perto com o conceito de Hitler de propaganda eficaz. Enquanto Hitler proferia pelo rádio discursos apaixonados à nação sobre a "raça superior" alemã e a superioridade triunfante dos atletas e da cultura alemã, os cartazes de Hohlwein transmitiam essas imagens por todo o país [14.34, 14.35]. À medida que a ditadura nazista consolidava seu poder e a Segunda Guerra Mundial se aproximava, Hohlwein evoluiu rumo a um audacioso estilo imperial e militarista de formas endurecidas e pesadas e fortes contrastes tonais [14.36]. Sua obra evoluiu com a mudança das correntes políticas e sociais, e sua reputação como designer ficou gravemente manchada por sua colaboração com os nazistas.

O MODERNISMO FIGURATIVO PÓS-CUBISTA

Depois da Primeira Guerra Mundial, os países da Europa e América do Norte buscaram um retorno à normalidade. A maquinaria de guerra foi voltada para as necessidades dos tempos de paz e uma década de prosperidade sem precedentes despontou para os Aliados vitoriosos. A fé na máquina e na tecnologia estava no auge. Essa ética ganhou expressão por meio da arte e do design. A celebração de Léger das formas mecânicas e industriais tornou-se um importante recurso do design, e as ideias cubistas sobre organização espacial e imagens sintéticas inspiraram um rumo novo e fundamental para as imagens figurativas. Entre os designers gráficos que incorporaram o cubismo diretamente em seu trabalho, um norte-americano que trabalhava em Londres, Edward McKnight Kauffer (1890-1954), e um imigrante ucraniano em Paris, A. M. Cassandre (nascido Adolphe Jean-Marie Mouron, 1901-1968), desempenharam papéis centrais na definição dessa nova abordagem.

O termo *art déco* é usado para identificar trabalhos geométricos populares dos anos 1920 e 1930. Até certo ponto uma extensão do *art nouveau*, con-

sistiu numa sensibilidade estética das mais notáveis nas artes gráficas, arquitetura e design de produto durante as décadas entre as duas Guerras Mundiais. As influências do cubismo, Bauhaus (ver capítulo 16) e Secessão Vienense se combinaram com De Stijl e suprematismo (tratados no capítulo 15), bem como com uma mania por motivos egípcios, astecas e assírios. Geometria aerodinâmica, ziguezagueante, moderna e decorativa – esses atributos eram usados para expressar a era moderna da máquina e ainda satisfazer a paixão por decoração. (O termo *art déco*, cunhado pelo historiador inglês da arte Bevis Hillier nos anos 1960, deriva do título da Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes (Exposição Internacional de Decoração e Design Industrial Modernos), importante exposição de design realizada em Paris em 1925. Não foi usado para título deste capítulo porque os projetos gráficos não abrangidos pelo termo, como os cartazes do Plakatstil e de propaganda nos tempos de guerra, também são aqui discutidos.)

Kauffer nasceu em Great Falls, Montana. Sua educação formal se limitou aos oito anos do ensino fundamental porque seu pai, violinista itinerante, abandonou a família quando Kauffer tinha 3 anos. Aos doze anos, Kauffer começou a fazer biscates para complementar a renda da família. Aos 16 viajou para San Francisco e trabalhou numa livraria, ao mesmo tempo que frequentava cursos noturnos de arte e pintava nos fins de semana. A caminho de Nova York no final de 1912, fez uma parada de vários meses em Chicago para estudar no Art Institute. Lá ele viu a famosa exposição Armory Show, que viajou de Nova York para Chicago em 1913. Esse primeiro contato dos Estados Unidos com a arte moderna causou furor. A manchete do dia 16 de março de 1913 do *The New York Times* proclamava: "Cubistas e Futuristas Tornam a Loucura Lucrativa".

Aos 22 anos de idade Kauffer reagiu intuitivamente à força das obras, concluiu que seus professores de Chicago não estavam no topo dos últimos acontecimentos na arte e se mudou para a Europa. Depois de morar em Munique e Paris, viajou para Londres em 1914, quando irrompeu a guerra. O famoso cartaz de 1918 de Kauffer para o *Daily Herald* [14.37], embora

um pouco equivocado na escolha e no posicionamento dos tipos, mostrava como a linguagem formal do cubismo e do futurismo podia ser usada com forte impacto de comunicação no design gráfico. Winston Churchill chegou a sugerir que Kauffer desenhasse um emblema para o Royal Flying Corps. Durante o quarto de século seguinte, um fluxo constante de cartazes e outras encomendas de design gráfico possibilitaram que ele aplicasse os princípios estimulantes da arte moderna, particularmente do cubismo, aos



14.37 E. McKnight Kauffer, cartaz para o *Daily Herald*, 1918. Este cartaz visionário se baseava na gravura anterior de inspiração futurista e cubista do designer mostrando pássaros em revoada.



14.38 E. McKnight Kauffer, cartaz para o metrô de Londres, 1930. Cores líricas e suaves captam a qualidade idílica do meio rural.

14.39 E. McKnight Kauffer, cartaz para o metrô de Londres, 1924. A essência do assunto é destilada em planos coloridos dinâmicos.

problemas da comunicação visual. Ele desenhou 141 cartazes para o metrô de Londres [14.38, 14.39] e muitos deles promoviam viagens de lazer nos finais de semana para as áreas rurais nas extremidades das linhas. Kauffer obtinha impacto visual em temas como a paisagem em cartazes por meio de um design reducionista, transformando ambientes complexos em formas entrelaçadas. Mais tarde seus cartazes tenderiam ao *art déco* [14.40].

Em um artigo da revista *PM* de março de 1937, Aldous Huxley observava que, em contraste com o uso predominante do dinheiro e do sexo para anunciar tudo, de aromatizantes a encanamento sanitário, Kauffer

prefere a tarefa mais difícil de anunciar produtos empregando formas que são simbólicas apenas para esses produtos em particular [...]. Ele revela sua afinidade com todos os artistas que já almejavam a ex-

pressividade por meio da simplificação, distorção e transposição e, especialmente, com os cubistas [produzindo] não uma cópia, mas um símbolo simplificado, formalizado e mais expressivo.

Quando começou a Segunda Guerra Mundial, Kauffer retornou a sua região natal, onde trabalhou até sua morte, em 1954.

Nascido na Ucrânia, filho de mãe russa e pai francês, A. M. Cassandre migrou para Paris aos 14 anos de idade. Estudou na École des Beaux Arts e na Academie Julian. Sua carreira em design gráfico começou aos 22 anos, executando encomendas de cartazes [14.41] da gráfica Hachard & Cie para custear seus estudos de arte e manter-se. De 1923 a 1936, ele revitalizou a publicidade francesa com uma quantidade espantosa de cartazes. Os desenhos ousados e simples de Cassandre enfatizam a bidimensionalidade e são compostos de planos de cor amplos e simplificados. Ao reduzir seus



14.40 E. McKnight Kauffer, cartaz para o metrô de Londres. O *art déco* é dominante neste cartaz, sugerindo a energia do metrô londrino.



14.41 A. M. Cassandre, cartaz para a loja de móveis Au Bucheron, 1923. O primeiro cartaz de Cassandre usava uma repetição de planos geométricos em tons laranja e amarelo.



14.42 A. M. Cassandre, cartaz para o jornal de Paris *L'Intransigeant*, 1925. Uma imagem pictográfica de Marianne, a voz simbólica da França, brada notícias recebidas pelos cabos do telégrafo.

uma qualidade monolítica simbolizando segurança e força. A geometria rígida é suavizada pela fumaça e o reflexo esmaecido. A iconografia de sua sequência cinemática de palavra e imagem foi usada para anunciar o licor Dubonnet [14.46] durante mais de duas décadas. O consumo da bebida transforma o desenho a traço em uma pintura colorida. A figura se tornou uma marca popular, usada em suportes que iam de blocos de anotações a anúncios na imprensa e *outdoors*. No livro de 1964, *Language of vision* (Linguagem da visão), o designer e historiador do design Gyorgy Kepes descreveu o método de Cassandre da seguinte forma:

Um recurso unificador empregado por Cassandre foi o uso de uma linha de contorno comum para as várias unidades espaciais. O contorno duplo assume um duplo significado, semelhante a um trocadilho visual. Ele se refere simultaneamente ao espaço interno e externo [... e] o espectador é com isso forçado a uma participação intensa ao procurar solucionar a aparente contradição. Mas a equívoca linha de contorno faz mais que unificar espaços diferentes. Ela atua como uma urdidura, tramando as linhas de planos de cor em uma unidade rítmica. O fluxo rítmico da linha injeta na superfície do quadro uma intensidade sensual.

Para a fundição de tipos Deberny e Peignot, Cassandre projetou tipos com audaciosas inovações. No requintado tipo *display art déco* Bifur [14.47], o olho consegue completar partes omitidas e ler os caracteres. O Acier Noir [14.48] contrasta partes contornadas e pretos sólidos, enquanto o Peignot [14.49] representa a tentativa de revolucionar o alfabeto pela retomada de uma antiga forma romana. Todas as letras em caixa baixa são versaletes, exceto *b*, *d* e *f*. Os pequenos *H*, *K* e *L* possuem traços ascendentes.

temas a símbolos iconográficos, chegou muito perto do cubismo sintético. Seu amor pelas letras se evidencia por uma excepcional habilidade para integrar palavras e imagens em uma composição total. Cassandre alcançou expressões concisas pela combinação de texto telegráfico, formas geométricas poderosas e imagens simbólicas criadas pela simplificação de formas naturais em silhuetas quase pictográficas. O cartaz para o jornal parisiense *L'Intransigeant* [14.42] é uma composição magistral. Cassandre cortou o nome do jornal em sua investida em direção ao canto superior direito, deixando visível a versão abreviada frequentemente usada.

Muitos dos melhores trabalhos de Cassandre foram para estradas de ferro [14.43, 14.44] e linhas de navegação a vapor. Em seu cartaz para o transatlântico *L'Atlantique* [14.45], Cassandre exagerou a diferença de escala entre o navio e o rebocador para obter

Durante o final dos anos 1930, Cassandre trabalhou nos Estados Unidos para clientes como *Harper's Bazaar*, Container Corporation of America e N. W. Ayer. Após regressar a Paris, em 1939, dedicou-se à pintura e ao design para balé e teatro, suas principais áreas de envolvimento nas três décadas seguintes.

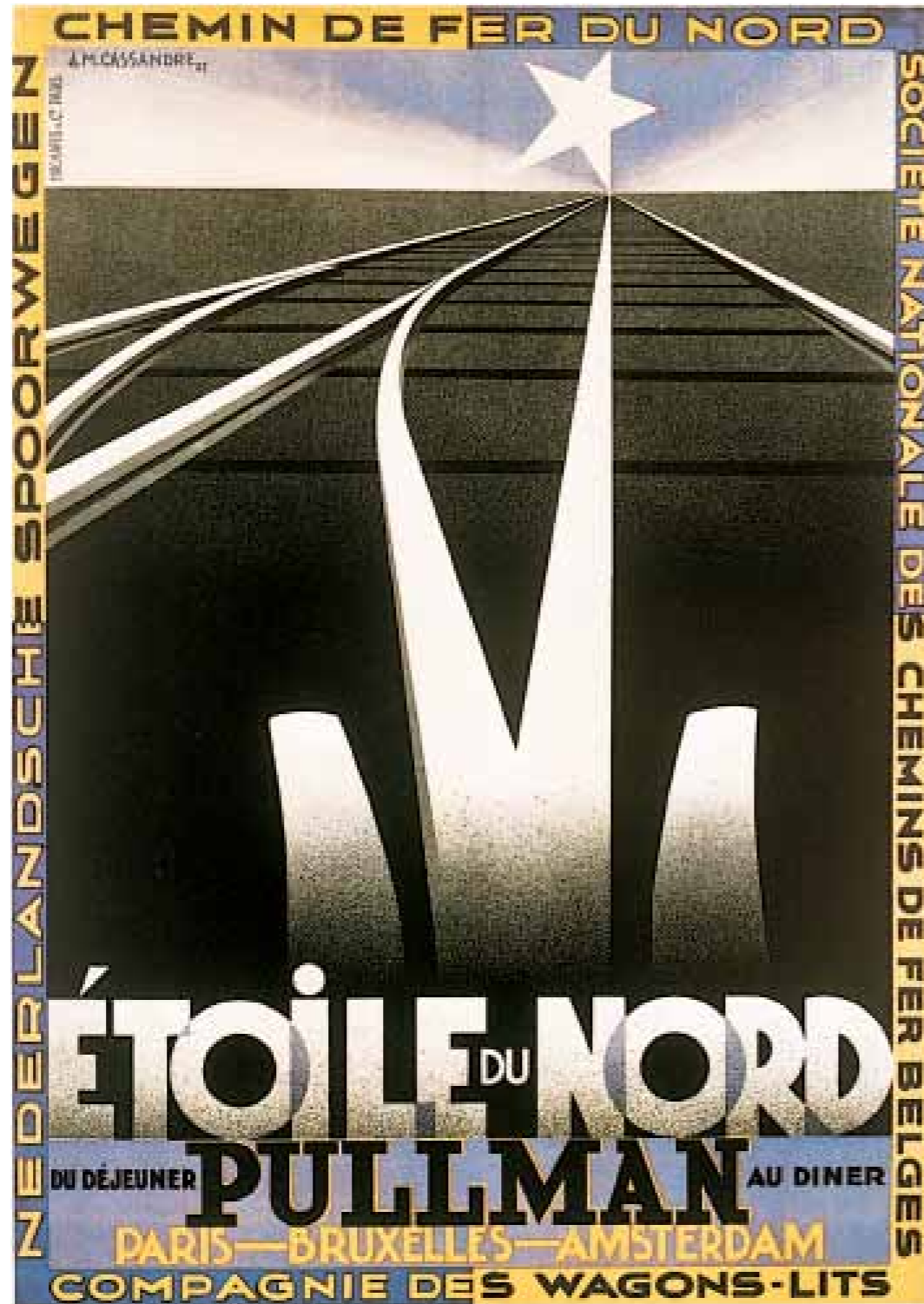
Além de Kauffer e Cassandre, muitos outros designers gráficos e ilustradores incorporaram a seu trabalho conceitos e imagens do cubismo. Jean Carlu (1900-1989), promissor estudante francês de arquitetura, aos 18 anos de idade caiu sob as rodas de um bonde parisiense; seu braço direito foi decepado. Sobreviveu por milagre e durante os longos dias de recuperação pensou muito sobre o mundo e seu próprio futuro. A Primeira Guerra Mundial havia transformado o norte da França em um vasto cemitério, e o país se empenhava na recuperação econômica em face da devastação. Obrigado a abandonar seu sonho de dedicar-se à arquitetura, o jovem Carlu jurou tornar-se artista e aplicar seus talentos às necessidades de seu país e, com compromisso e concentração, aprendeu a desenhar com a mão esquerda.

Carlu estudou os movimentos modernos e aplicou esse conhecimento à comunicação visual [14.50]. Percebendo a necessidade de expressões concisas, realizou uma análise imparcial e objetiva do valor emocional de elementos visuais. Em seguida reuniu esses elementos com precisão quase científica. A tensão e a prontidão se expressavam por ângulos e linhas; sentimentos de bem-estar, relaxamento e conforto eram transmitidos por curvas. Carlu procurou transmitir a essência da mensagem evitando o uso de “duas linhas onde uma bastaria” ou da expressão de “duas ideias onde uma transmitiria a mensagem com mais vigor”. Para estudar a eficácia das comunicações no ambiente urbano, realizou experiências com cartazes que eram passados pelos espectadores em velocidades variadas de forma a poder avaliar e documentar a legibilidade e o impacto da mensagem.

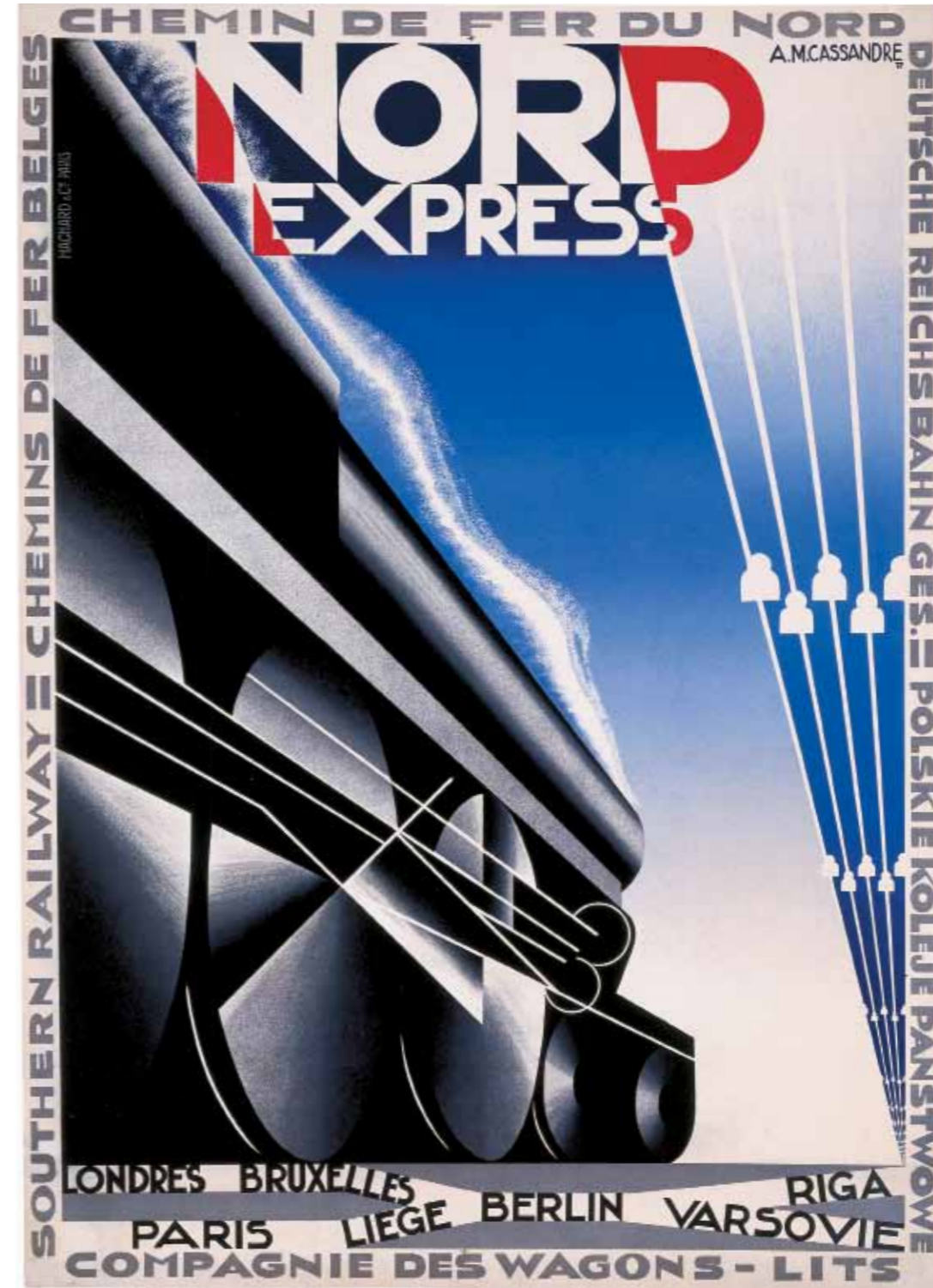
Em 1940 Carlu estava nos Estados Unidos concluindo uma mostra intitulada *France at War* (França na guerra) para a exposição do Serviço Francês de Informações na New York World's Fair (Feira Mundial de Nova York). No dia 14 de junho de 1940, tropas alemãs marcharam sobre Paris, e Carlu ficou pasmo ao



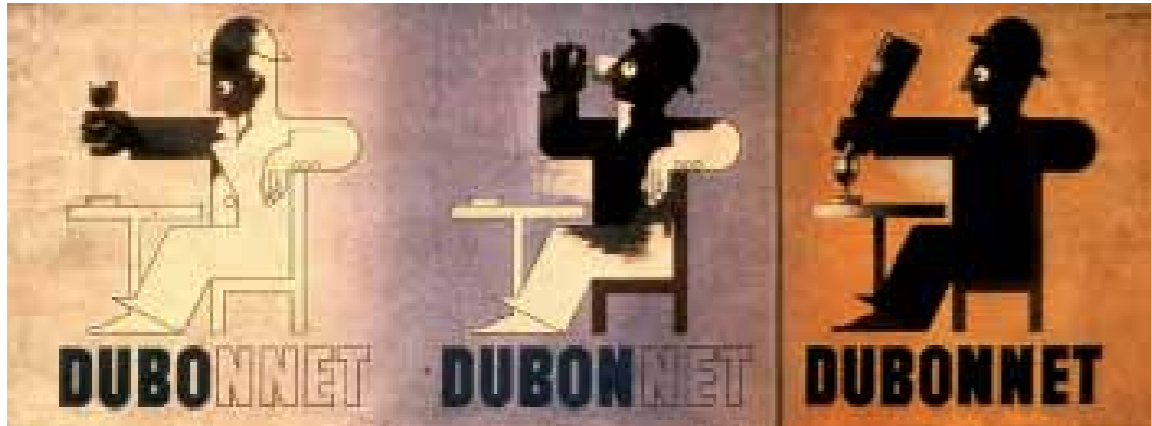
14.45 A. M. Cassandre, cartaz para o transatlântico *L'Atlantique*, 1931. O navio é construído em um retângulo, em consonância com as margens retangulares do cartaz.



14.43 A. M. Cassandre, cartaz para o trem noturno Étoile du Nord, 1927. Um magnífico desenho abstrato transmite um aspecto intangível da viagem: destinos distantes oferecem novas experiências e esperança para o futuro. Amsterdã hospedou os Jogos Olímpicos em 1928, e este cartaz promovia a viagem ferroviária para esse evento.



14.44 A. M. Cassandre, cartaz do Nord Express, 1927. O espírito art déco é claramente exposto pela imagem da locomotiva.

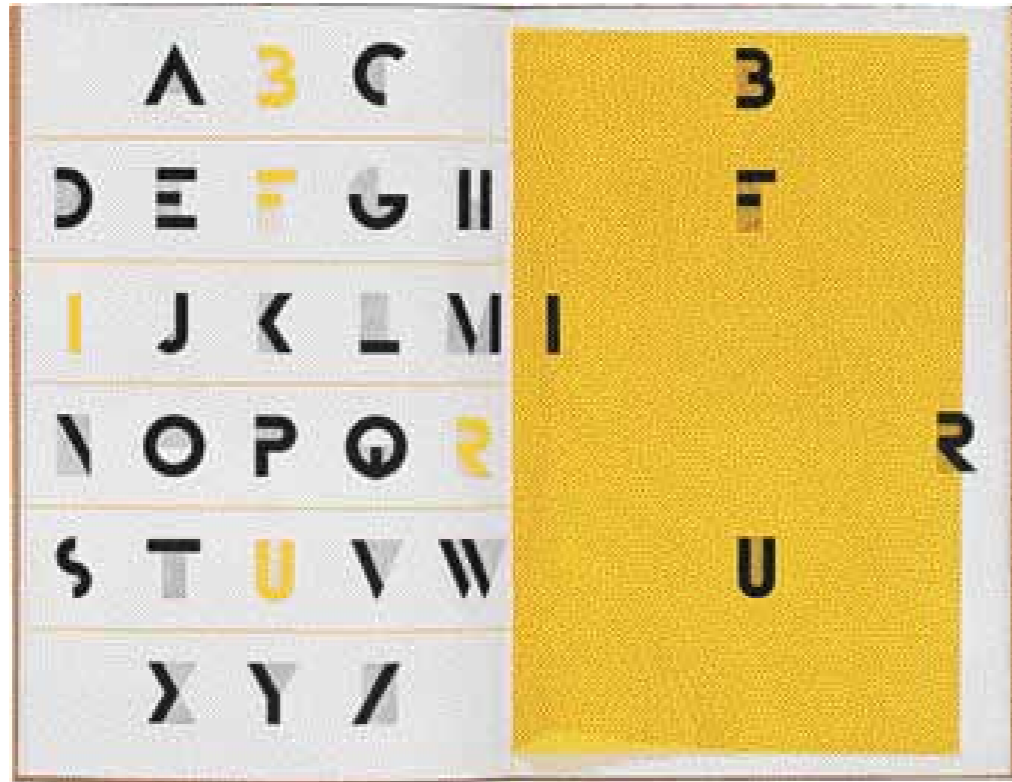


14.46 A. M. Cassandre, cartaz para Dubonnet, 1932. DUBO (Dúvida): o homem olha em dúvida para seu copo; DU BON (algo de bom): a bebida é saboreada; e DUBONNET: o produto é nomeado enquanto o copo é novamente enchido.

14.47 A. M. Cassandre, tipos Bifur, 1929. Traços de cada uma das letras são omitidos; uma área linear sombreada restabelece a silhueta básica.

**RAINES
SOUVE**

14.48 A. M. Cassandre, tipos Acier Noir, 1936. Nesse design único, cada letra é metade sólida e metade contornada.

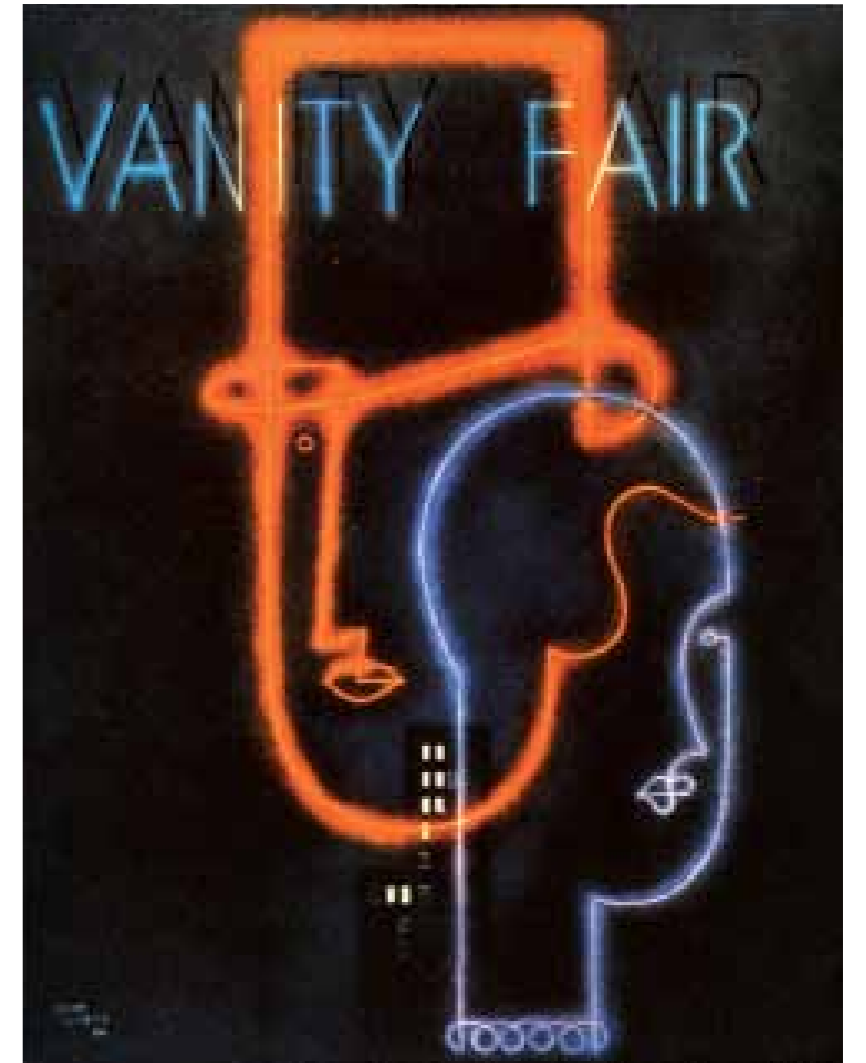


descobrir que seu país estava capitulando diante de Hitler. Decidiu permanecer nos Estados Unidos enquanto durasse a guerra; e essa estada acabou se prolongando por treze anos. Parte de seus melhores trabalhos foi criada durante esse período, notadamente seus cartazes desenhados para o esforço de guerra de norte-americanos e Aliados [17.24]. Em seus melhores projetos, palavra e imagem se conjugam em mensagens concisas de grande força.

Paul Colin (1892-1989) iniciou sua carreira como designer gráfico em 1925, quando um conhecido das trincheiras da Primeira Guerra Mundial perguntou ao pintor de 33 anos de idade se ele gostaria de tornar-se o designer das peças gráficas e cenários do Theatre des Champs-Élysées em Paris. Em capas de programas e cartazes, Colin geralmente colocava uma figura ou objeto numa posição central à frente de um fundo colorido e tipos ou *letterings* em cima e/ou embaixo. Essas imagens fortes e centrais são animadas com artifícios variados: criação de ambiguidade, frequentemente por meio de diferentes técnicas de desenho e mudanças de escala; uso da transparência em imagens sobrepostas como forma de fundir duas coisas em uma; adição de formas ou faixas de cor atrás ou ao lado da figura central para contrabalançar seu posicionamento estático. Cor vibrante, composições informais e desenhos lineares fortes expressavam alegria de viver [14.51].

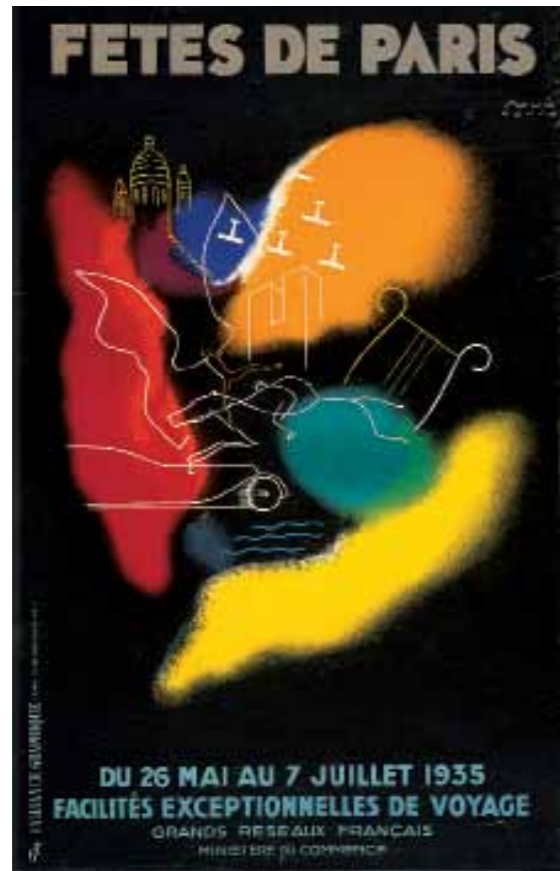
As tendências simples e esquemáticas do desenho de Colin permitiram que ele produzisse uma obra significativa. Estimativas do número de cartazes por ele criados variam de mil a 2 mil, e algumas fontes lhe creditam até oitocentos cenários. Seja qual for o número exato, Colin foi o mais prolífico e duradouro designer francês de sua geração. Ele produziu cartazes

Peignot Bold Peignot Light
Peignot Demi Bold
 ABCDEFCHILMNOPQRSTUvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 12345678901234567890



14.50 Jean Carlu, capa de Vanity Fair, 1930. As cabeças geométricas estilizadas evocam luzes de néon e cubismo ao brilharem contra um céu noturno.

14.49 A. M. Cassandre, tipos Peignot, 1937. Esta letra grossa-e-fina sem serifa substitui a caixa-baixa por pequenas capitulares dotadas de ascendentes e descendentes.



14.51 Paul Colin, cartaz de viagem para Paris, 1935. Formas coloridas e informes se movem em contraponto a ilustrações de contorno simples em uma composição aberta.

de propaganda durante a Segunda Guerra Mundial até a queda da França, e novos cartazes de Colin ainda estavam sendo encomendados, impressos e afixados por toda Paris durante o início dos anos 1970.

Uma aplicação direta do cubismo ao design gráfico foi feita por Austin Cooper (1890-1964) na Inglaterra. Em uma série de três cartazes inspirados em colagem, ele tentou provocar no espectador lembranças de visitas anteriores ao continente apresentando fragmentos e vislumbres de pontos de referência [14.52]. Uma alegre movimentação é obtida por meio de planos alternados, ângulos nítidos e a sobreposição de texto e imagem. Em 1924, Cooper fez uma interessante incursão no uso de forma geométrica pura e cor para solucionar um problema de comunicação para o metrô de Londres [14.53, 14.54]. Quadrados que se elevam da parte inferior até o topo de cada cartaz se alteram em um espectro de cores variando das quentes

14.52 Austin Cooper, cartaz para a Southern Railway, sem data. A retórica cubista opera simbolicamente para a comunicação de massa, com fragmentos e vislumbres de uma viagem a Paris.

às frias para simbolizar as mudanças de temperatura à medida que a pessoa sai da rua fria no inverno – ou da rua quente no verão – para o conforto da ferrovia subterrânea.

Em Viena, Joseph Binder (1898-1972) estudou na Escola de Arte Aplicada de Viena, dirigida por Alfred Roller, de 1922 a 1926. Embora ainda estudante, Binder combinava várias influências, incluindo Koloman Moser e cubismo, em um estilo figurativo de design gráfico com forte poder de comunicação. As marcas características de seu trabalho eram imagens naturais reduzidas a elementos básicos como o cubo, a esfera e o cone, e duas formas de cores chapadas usadas lado a lado para representar as partes claras e sombreadas de uma figura ou objeto. Seu cartaz premiado para o Musik und Theaterfest der



14.53 Austin Cooper, cartaz para o metrô de Londres, 1924. A cor transmite o conforto de temperaturas mais quentes no metrô durante o inverno.

14.54 Austin Cooper, cartaz para o metrô de Londres, 1924. A cor transmite o conforto de temperaturas mais frias no metrô durante o verão.





14.55 Joseph Binder, cartaz para o Musik und Theaterfest der Stadt Wien, 1924. As figuras são reduzidas a formas chapadas, geométricas, mas as proporções e os planos de luz-e-sombra retêm um sentido de naturalismo.

Stadt Wien (Festival de Música e Teatro de Viena) [14.55] é uma manifestação precoce da abordagem exclusivamente vienense do *art déco*. Binder viajou muito, estabelecendo-se na cidade de Nova York em 1935. Como aconteceu com tantos outros imigrantes nos Estados Unidos, seu trabalho evoluiu nesse novo contexto [17.17, 17.18]. Ele desenvolveu um naturalismo altamente refinado e estilizado em cartazes e *outdoors* que anunciavam pastilhas para garganta, cerveja, viagens e serviços públicos.

Entre as Guerras Mundiais, a Alemanha se tornou um centro cultural à medida que ideias avançadas em todas as artes atravessavam suas fronteiras vindas de outros países europeus. Imagens geométricas inspiradas pelo cubismo e pela publicidade francesa – juntamente com tipografia, *lettering* e organização espacial do movimento construtivista russo e do *De Stijl* holandês (tratados no capítulo 15) – combinaram-se com as vigorosas formas teutônicas em uma singular abordagem nacional. Uma magnífica tecnologia de impressão e institutos de formação artística rigorosa possibilitaram que os designers gráficos alemães al-

14.56 Schulz-Neudamm, cartaz de cinema para o filme *Metropolis*, 1926. A linguagem *art déco* frequentemente transmitia otimismo desenfreado pelas máquinas e o progresso humano, mas aqui ela se volta enigmaticamente para um futuro onde os robôs tomam o lugar das pessoas.



cançassem alto nível de excelência. Schulz-Neudamm, designer contratado para publicidade de filmes na *Universum-Film Aktiengesellschaft*, destaca-se entre os muitos designers alemães que criaram memoráveis trabalhos gráficos durante esse período [14.56].

Na Inglaterra, Abram Games (1914-1996) estendeu a filosofia e ideias espaciais do modernismo figurativo pós-cubista ao longo da Segunda Guerra Mundial e por um bom período da segunda metade do século xx. Iniciou sua carreira na véspera da Segunda Guerra Mundial e produziu desenhos educativos, instrutivos e propagandísticos durante o conflito. Sobre sua filosofia, Games escreveu: “A mensagem deve ser dada rápida e vividamente para que o interesse seja retido no subconsciente. A disciplina da razão condiciona a expressão do design. O designer constrói, arma a mola. O olho do espectador é capturado, a mola liberada”. O cartaz de Games para o *Emergency Blood Transfusion Service* (Serviço de Transfusão de Sangue de Emergência) [14.57] pergunta ao espectador: “Se ele tombar, seu sangue estará disponível para salvá-lo?”. Imagens comuns de uma mão, um frasco e um soldado de infantaria se combinam em uma expressão convincente que provoca uma resposta emocional no observador.

A gráfica figurativa modernista na Europa se concentrou na integração total de palavra e imagem, que se tornou uma das correntes mais resistentes do design gráfico do século xx. A abordagem surgiu em 1905 com o cartaz de Bernhard para os fósforos *Priester*, respondeu às necessidades de comunicação da Primeira Guerra Mundial e às inovações formais do cubismo e outros movimentos iniciais da arte moderna, e despontou após a guerra para desempenhar papel importante na definição das sensibilidades visuais dos anos 1920 e 1930. Reteve ainda ímpeto suficiente para fornecer soluções gráficas aos problemas de comunicação durante e depois da Segunda Guerra Mundial.

14.57 Abram Games, cartaz para recrutar doadores de sangue, c. 1942. Colocar o soldado dentro do diagrama da garrafa de sangue sela a ligação entre o sangue do doador e a sobrevivência do soldado.



15

Uma nova linguagem da forma

Durante os anos do pós-guerra, quando Kauffer e Cassandre aplicavam planos do cubismo sintético ao cartaz na Inglaterra e na França, uma abordagem tipográfica formal do design gráfico surgia na Holanda e na Rússia, onde os artistas perceberam claramente as implicações do cubismo: a arte poderia ir além dos limites da imagem figurativa para a invenção da forma pura. As ideias sobre forma e espaço de composição da nova pintura e escultura logo foram aplicadas a problemas de design. Seria um engano, porém, dizer que o design moderno é filho adotivo das belas-arts. Conforme discutimos no capítulo 12, na virada do século Frank Lloyd Wright [15.1], o grupo de Glasgow, a Secession Vienense, Adolf Loos e Peter Behrens estavam um passo à frente da pintura moderna em sua consciência do volume plástico e da forma geométrica. Um espírito de inovação estava presente na arte e no design e havia fartura de novas ideias. Ao final da Primeira Guerra Mundial, designers gráficos, arqui-

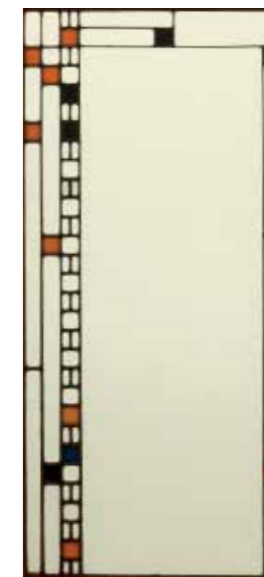
tetos e designers de produto questionavam vigorosamente as noções vigentes de forma e função.

O SUPREMATISMO E O CONSTRUTIVISMO RUSSOS

Na segunda década do século xx, a Rússia foi dilacerada pela turbulência da Primeira Guerra Mundial e, em seguida, pela Revolução Russa. O tsar Nicolau II (1868-1918) foi deposto e executado juntamente com sua família. O país foi devastado pela guerra civil e em 1920 o Exército Vermelho dos bolcheviques emergiu vitorioso. Durante esse período de trauma político, um breve florescimento de arte criativa na Rússia exerceu influência internacional no design gráfico do século xx. Iniciando com as conferências de Marinetti na Rússia, a década assistiu à absorção, espantosamente rápida, do cubismo e do futurismo pelos artistas russos, que seguiram adiante para outras inovações. A vanguarda russa percebia traços co-

muns no cubismo e no futurismo e cunhou o termo *cubo-futurismo*. A experimentação na tipografia e no design caracterizava suas publicações futuristas, que apresentavam obras das comunidades de artes visuais e literária. Simbolicamente, os livros futuristas russos eram uma reação contra os valores da Rússia tsarista. O uso de papel grosseiro, métodos de produção artesanal e acréscimos manuais expressavam a pobreza da sociedade camponesa, bem como os recursos escassos dos artistas e escritores. A peça autobiográfica do poeta Vladímir Maiakóvski era impressa em um estilo futurista dissonante concebido por David e Vladímir Búrluk [15.2], tornando-se modelo para o trabalho de outros, entre os quais Iliá Jdaniévitch [15.3, 15.4].

Kasímír Maliévitch (1878-1935) inaugurou um estilo de pintura de formas básicas e cores primárias que ele chamou de *suprematismo*. Depois de trabalhar à maneira do futurismo e do cubismo, Maliévitch criou uma abstração geométrica elementar e totalmente não objetiva. Ele rejeitou tanto a função



15.1 Frank Lloyd Wright, vitral para a Coonley House, 1912. O espaço é organizado em planos geométricos; quadrados vermelhos, laranja e azuis criam um contraponto vibrante aos planos brancos separados por tiras escuras de chumbo.



15.2 David e Vladímir Búrluk, páginas de Vladímir Maiakóvski: uma tragédia, 1914. Em um esforço para relacionar forma visual e significado, o design gráfico futurista russo misturava pesos, tamanhos e estilos de tipos.



15.3 Iliá Jdaniévitch, capa do encarte *Milliork*, de Aleksiei Krutchônikh, 1919.

15.4 Iliá Jdaniévitch, páginas de *Le-Dantyu como um farol*, 1923. Os irmãos Búrluik e os dadaístas inspiraram o projeto do script teatral de Jdaniévitch, cujos movimentos alegres são criados pela mistura de tamanhos e estilos de tipo e pela construção de letras com ornamentos tipográficos.



utilitária como a representação figurativa, buscando em seu lugar a suprema “expressão do sentimento, sem procurar nenhum valor prático, nenhuma ideia, nenhuma terra prometida”. Maliévitch acreditava que a essência da experiência artística era o efeito perceptivo de cor e forma. Para demonstrar isso, realizou, talvez já em 1913, uma composição com um quadrado negro sobre um fundo branco [15.5], afirmando que o sentimento evocado por esse contraste era a essência da arte. Em trabalhos como a *Composição suprematista* [15.6], de 1915, e a capa de *Pervyi tsikl leksii* (Primeiro círculo de conferências) [15.7], Maliévitch criou uma construção de elementos concretos de cor e forma. A forma visual se tornava o conteúdo e qualidades expressivas se desenvolviam da organização intuitiva de formas e cores.

Na verdade, o movimento russo foi acelerado pela revolução, pois a arte recebeu um papel social que raramente lhe era atribuído. Os artistas de esquerda haviam se oposto à velha ordem e a sua arte visual conservadora. Em 1917 voltaram suas energias para a enorme campanha de propaganda em defesa dos revolucionários, mas por volta de 1920 desenvolveu-se uma profunda cisão ideológica quanto ao papel do artista no novo Estado comunista. Alguns deles, entre os quais Maliévitch e Kandinski, afirmavam que a arte deveria continuar a ser uma atividade essencialmente espiritual, apartada das necessidades utilitárias da sociedade. Rejeitavam um papel social ou político, acreditando que o objetivo exclusivo da arte era revelar as percepções do mundo mediante a invenção de formas no espaço e no tempo.

Liderados por Vladímir Tátlin (1885-1953) e Aleksandr Ródtchenko (1891-1956), 25 artistas apresentaram o ponto de vista contrário em 1921, quando renunciaram à “arte pela arte” para se dedicar ao design industrial, comunicações visuais e artes aplicadas a serviço da nova sociedade comunista. Esses construtivistas conclamavam o artista a parar de produzir coisas inúteis, como as pinturas, e voltar-se para o cartaz, pois “esse trabalho agora constitui dever do artista como cidadão em uma comunidade que está limpando o campo do velho lixo para preparar-se para a nova vida”. Tátlin passou da escultura para o projeto de um fogão que propiciaria o máximo de



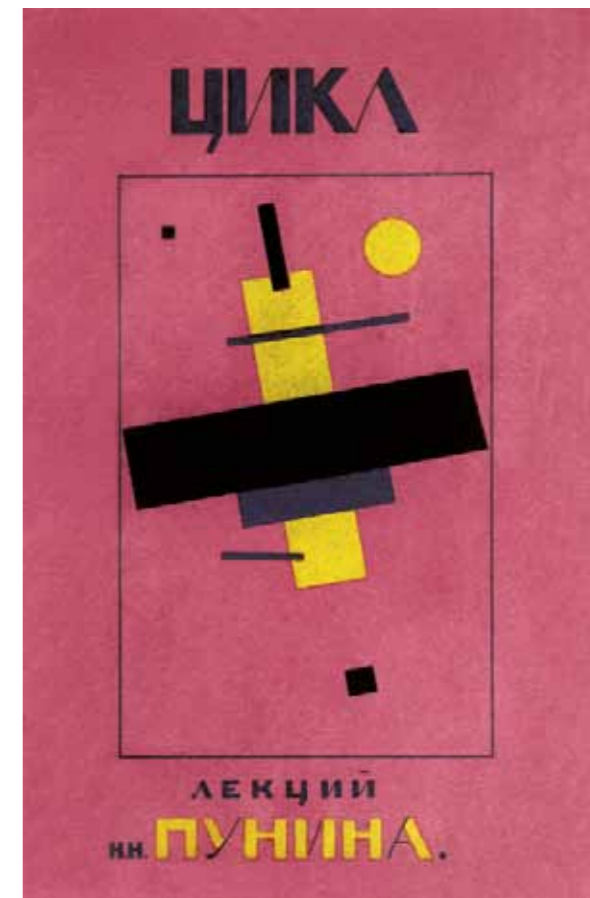
15.5 Kasimir Maliévitch, *Quadrado negro*, c. 1913. Uma nova visão para a arte visual afasta-se o máximo possível do mundo das formas e aparências naturais.

15.6 Kasimir Maliévitch, *Composição suprematista*, 1915. Um arranjo sinfônico de formas elementares de cores luminosas sobre um campo branco se torna expressão de pura sensação.



calor com um mínimo de combustível; Ródtchenko abandonou a pintura em favor do design gráfico e do fotojornalismo.

Uma tentativa inicial de formular a ideologia construtivista foi o folheto de 1922, *Konstruktivizm*,



15.7 Kasimir Maliévitch, capa de *Pervyi tsikl leksii*, de Nikolai Punin. Uma composição suprematista é combinada com tipografia, 1920.

de Aleksiei Gan (1893-1942). Ele criticava os pintores abstratos por sua incapacidade de romper o cordão umbilical que os ligava à arte tradicional e alardeava que o construtivismo havia passado do trabalho de laboratório para a aplicação prática. Gan escreveu que a tectônica, a textura e a construção eram os três princípios do construtivismo. A *tectônica* representava a unificação da ideologia comunista com a forma visual; a *textura* significava a natureza dos materiais e como estes eram usados na produção industrial, e a *construção* simbolizava o processo criativo e a procura por leis de organização visual.

Quem melhor realizou o ideal construtivista foi o pintor, arquiteto, designer gráfico e fotógrafo El (Lazar Márkovitch) Lissítzki. Esse infatigável visionário influenciou profundamente o curso do design gráfico. Aos 19 anos, depois de ser rejeitado pela Academia de

15.8 El Lissitzki, *PROUN* 23, nº 6, 1919. Lissitzki desenvolveu ideias visuais sobre equilíbrio, espaço e forma em suas pinturas, que se tornaram a base para seu design gráfico e sua arquitetura.



15.9 El Lissitzki, “Bêi Biêlakh krasnâm klínom”, 1919. O emblema do exército bolchevique, uma cunha vermelha, talha diagonalmente uma esfera branca, que simboliza as forças “brancas” de A. F. Kerênski. As quatro palavras do slogan são dispostas de maneira a reforçar o movimento dinâmico.

Artes de Petrogrado em virtude do preconceito contra judeus, Lissitzki estudou arquitetura na escola de engenharia e arquitetura de Darmstadt, Alemanha. As propriedades matemáticas e estruturais da arquitetura constituíram a base para sua arte.

Em 1919, Marc Chagall, diretor da escola de arte de Vitebsk, localizada a cerca de 400 quilômetros a leste de Moscou, convidou-o a entrar para o corpo docente. Maliévitch estava lecionando ali e tornou-se

uma das maiores influências em Lissitzki, que desenvolveu um estilo de pintura ao qual chamou de *PROUNS* (um acrônimo para “projetos para o estabelecimento [afirmação] de uma nova arte”). Em contraste com a absoluta planaridade do quadro de Maliévitch, *PROUNS* [15.8] introduziu ilusões tridimensionais que tanto se afastavam (profundidade negativa) do plano do quadro (profundidade zero) como se projetavam adiante (profundidade positiva). Lissitzki chamou de *PROUNS* “um posto de intercâmbio entre a pintura e a arquitetura”. Isso indica sua síntese de conceitos arquitetônicos com a pintura; também explica como o *PROUNS* apontou o caminho para a aplicação dos conceitos de forma e espaço da pintura moderna ao design aplicado. É o que se vê em seu cartaz de 1919 “Bêi biêlakh krasnâm klínom” (Bata os brancos com a cunha vermelha) [15.9]. O espaço é dinamicamente dividido em áreas brancas e pretas. Elementos de design suprematista são transformados em simbolismo político que poderia, supostamente, ser entendido até por um camponês semiletrado: o apoio aos bolcheviques “vermelhos” contra as forças “brancas” de Kerênski é simbolizado por uma cunha vermelha talhando um círculo branco.



15.10 El Lissitzki, arte de capa para *Veshch*, 1921-22. Instrumentos mecânicos de desenho foram usados para construir letras geométricas em um estilo diferente para cada título; tipos de composição menores foram colados para estereotipagem.

15.11 El Lissitzki, folha de rosto para *Veshch*, 1922. Lissitzki procurou um sistema organizacional que relacionasse tipos, elementos geométricos e fotografias como elementos de um todo. Esses objetivos foram alcançados por volta de 1924.



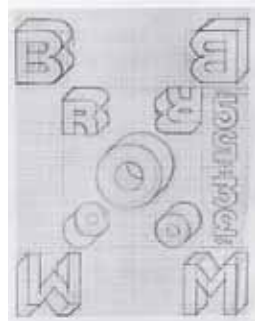
Lissitzki via a Revolução Russa, de outubro de 1917, como um novo início para a humanidade. O comunismo e a engenharia social estabeleceriam uma nova ordem, a tecnologia proveria as necessidades sociais e o artista/designer (ele chamava a si mesmo de construtor) forjaria uma unidade entre arte e tecnologia que, mediante a construção de um novo mundo de objetos, dotaria a humanidade de um ambiente e sociedade mais ricos. Esse idealismo o levou a enfatizar cada vez mais o design gráfico, à medida que passava da experiência estética pessoal para a corrente dominante da vida comunitária.

Em 1921 Lissitzki viajou para Berlim e Holanda, onde travou contato com o De Stijl, a Bauhaus, os dadaístas e outros construtivistas. Além disso, conheceu o arquiteto Hendricus Theodorus Wijdeveld (1885-1987) e desenhou uma capa para a revista *Wendingen* (Mudanças) em 1922 [15.60]. A Alemanha do pós-guerra havia se tornado um terreno de encontro para ideias de vanguarda do Oriente e do Ocidente no início dos anos 1920. O acesso às excelentes instalações gráficas da Alemanha possibilitou a Lissitzki o rápido desenvolvimento de ideias tipográficas. Sua enorme energia e a amplitude de experimentação com fotomontagem, gravação, design gráfico e pintura o capacitaram a tornar-se o canal principal por onde as ideias suprematistas e construtivistas fluíram para a Europa Ocidental. Trabalhos editoriais e gráficos para várias publicações foram veículos importantes pelos quais suas ideias influenciaram um público mais amplo.

No início dos anos 1920 o governo soviético ofereceu incentivo oficial para a nova arte russa e até buscou dar publicidade a ela por meio de um periódico internacional [15.10, 15.11]. Lissitzki se associou ao editor Iliá Ehrenburg na criação da revista trilingue

Veshch (russo) / *Gegenstand* (alemão) / *Objet* (francês). O título (Objeto) foi escolhido porque os editores acreditavam que arte significava a criação de novos objetos, um processo para construir uma nova abordagem coletiva internacional encabeçada por jovens artistas e designers europeus e russos. A capa [15.10] mostra como Lissitzki construía seus projetos sobre um eixo diagonal dinâmico, com balanceamento assimétrico de elementos, colocando o peso no alto da página. Lissitzki e Ehrenburg perceberam que os movimentos paralelos, porém isolados, da arte e do design tinham evoluído durante o período de sete anos de separação, quando a Europa e a Rússia eram sangradas por revolução e guerra; viam *Veshch* como um ponto de encontro para novos trabalhos de diferentes nações.

O período de Lissitzki em Berlim permitiu que ele disseminasse a mensagem construtivista por meio de frequentes visitas à Bauhaus, artigos importantes e conferências. Entre as maiores colaborações se encon-



15.12 El Lissitzki, leiaute para uma capa de *Broom*, vol. 5, nº 3, 1922. Letras de perspectiva isométrica estão de cabeça para baixo e invertidas na segunda apresentação do título, alcançando uma vitalidade sutil em um desenho rigorosamente simétrico.

tram o projeto e a edição conjunta com Schwitters de um número duplo especial de *Merz* em 1924. Os editores de *Broom*, revista norte-americana radical que cobria literatura e arte de vanguarda, encomendaram a Lissitzki folhas de rosto e outros trabalhos gráficos. Um esboço de capa para a *Broom* [15.12] mostra a prática de Lissitzki de fazer leiautes em papel quadriculado, o que impunha a seus projetos a estrutura modular e a ordem matemática de um grid. Anúncios e *displays* foram encomendados pela indústria de tintas Pelikan [15.13, 15.14]. Rebelando-se contra as restrições da composição em metal, Lissitzki usou com frequência a construção por instrumentos de desenho e *paste-up* para realizar seus projetos. Em 1925 ele previu que o sistema Gutenberg de impressão se tornaria coisa do passado e que processos fotomecânicos certamente substituiriam o

15.13 El Lissitzki, anúncio para papel-carbono da Pelikan, 1924. Tipos de máquina de escrever, a assinatura do fabricante e letras estampadas expressam o uso do produto. Planos superpostos fazem referência à intercalação de material para efetuar cópias em carbono.



15.14 El Lissitzki, cartaz para a tinta Pelikan, 1924. Este fotograma foi produzido no laboratório colocando objetos diretamente sobre o papel fotográfico e depois incidindo um flash de luz a partir do lado esquerdo.

15.15 El Lissitzki, capa de *Dlia golosa*, de Maiakóvski, 1923. Em contraste com a capa de *Veshch*, construída em um eixo diagonal, aqui um rígido ângulo reto é animado pelo contrapeso do “M” e dos círculos.



15.16 El Lissitzki, páginas de *Dlia golosa*, de Maiakóvski, 1923. O poema “Nossa marcha” começa com “Batam os tambores nas praças das revoltas, avermelhadas pelo sangue da revolução”. O tipo do título tem cadências *staccato* de uma batida de tambor; o quadrado vermelho simboliza as praças da cidade manchadas de sangue.

15.17 El Lissitzki, páginas de *Dlia golosa*, de Maiakóvski, 1923. O título do poema “Ordem para o exército das artes” aparece na página direita em oposição a um desenho construtivista dinâmico.

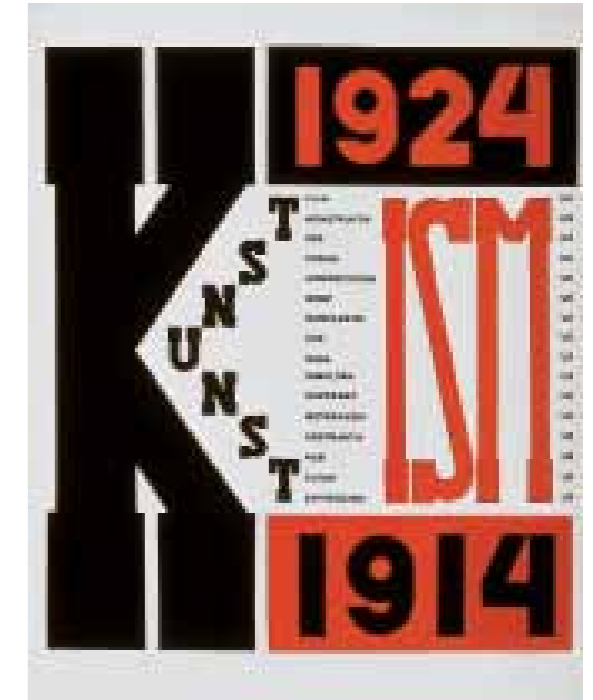


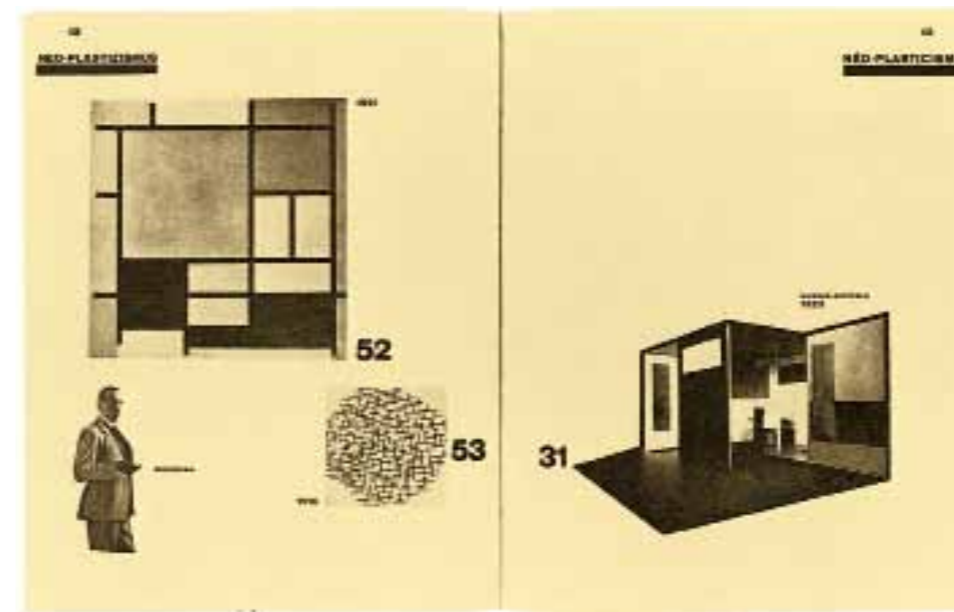
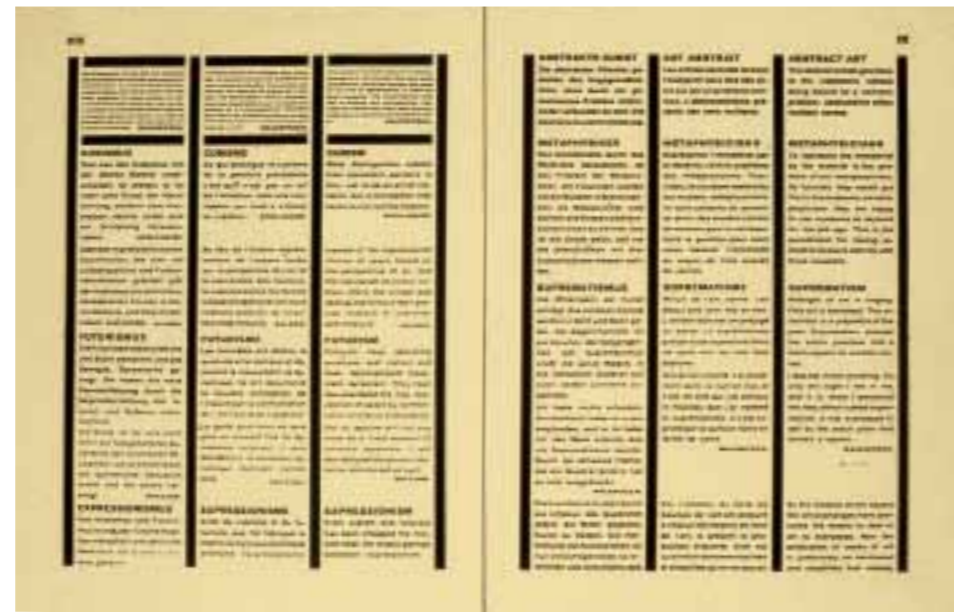
tipo de metal e abririam novos horizontes para o design assim como o rádio havia substituído o telégrafo.

Como designer, Lissitzki não decorava o livro – ele o construía programando visualmente o objeto total. Em um livro de poemas de Vladímir Maiakóvski de 1923, *Dlia golosa* (Para ler em voz alta) [15.15 – 15.17], Lissitzki trabalhou exclusivamente com elementos da caixa de tipos de metal, compostos por um tipógrafo alemão que não entendia nada de russo. Ele disse que sua intenção era interpretar os poemas como “um violino acompanha um piano”. Um índice de abas recortadas ao longo da margem direita ajudava o leitor a localizar os poemas. A página dupla de abertura de cada poema é ilustrada com elementos abstratos simbolizando seu conteúdo. A composição espacial, o contraste entre os elementos, a relação das formas com o espaço negativo da página e o conhecimento de possibilidades de impressão como a da sobreposição de cores foram importantes nesse trabalho.

Um dos projetos de livro mais influentes dos anos 1920 foi *Die Kunstimen / Les ismes de l'art / The isms of art 1914-1924* (Os ismos da arte) [15.18], que Lissitzki editou com o dadaísta Hans Arp. O formato dado por Lissitzki a esse livro foi um passo importante na criação de um programa visual para organizar informações. A estrutura horizontal de três colunas usada para a folha de rosto [15.19], a vertical tam-

15.18 El Lissitzki, capa de livro para *Die Kunstimen*, 1924. Informações tipográficas complexas são organizadas em um todo coeso pela construção de relações estruturais.





15.21 El Lissitzki, página dupla de ilustração em *Die Kunstismen*, 1924. O grid das páginas tipográficas precedentes é repetido na disposição das imagens, que têm uma, duas e três colunas de largura.

15.19 El Lissitzki, folha de rosto para *Die Kunstismen*, 1924. O espírito gráfico obtido por tipos sem serifa de peso médio, divisão matemática do espaço, áreas brancas e fios grossos estabeleceu um padrão tipográfico para o movimento moderno.

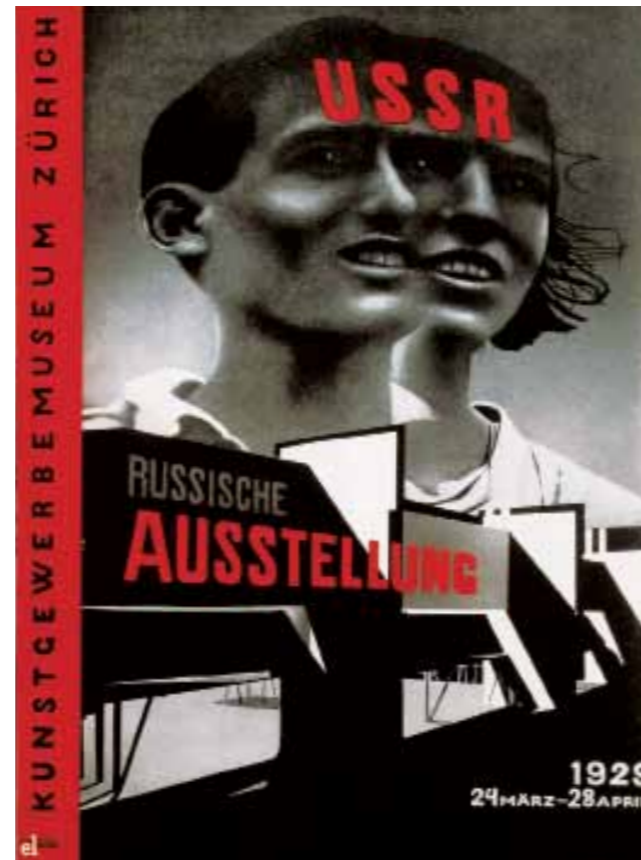
15.20 El Lissitzki, estrutura de texto para *Die Kunstismen*, 1924. Rígorosas barras verticais separam os textos em alemão, francês e inglês; as horizontais enfatizam uma importante epígrafe.

15.23 El Lissitzki, cartaz de exposição, 1929. Nesta imagem austera, vigorosa, os jovens de uma sociedade coletiva são clonados em um retrato duplo anônimo acima da estrutura da exposição, também projetada por Lissitzki.

bém de três colunas usada para o texto [15.20] e a de duas colunas da página do sumário formaram um arcabouço arquitetônico para organizar esse portfólio de 48 páginas de ilustrações [15.21]. Equilíbrio assimétrico, imagens fotográficas recortadas e um uso habilidoso do espaço branco são outras importantes considerações do projeto. Com o uso de números em negrito sem serifa para vincular as figuras às legendas listadas anteriormente, Lissitzki possibilita que esses números se tornem elementos composicionais. Esse tratamento com tipografia sem serifa e fios grossos é uma primeira expressão da estética modernista.

Lissitzki utilizou montagem e fotomontagem para mensagens complexas de comunicação [15.22]. Em um cartaz para uma exposição russa na Suíça, a imagem [15.23] dá posição igual para a mulher e o homem, uma comunicação simbólica importante em uma sociedade tradicionalmente dominada pelos homens.

Depois de voltar à Rússia em 1925, Lissitzki passou a dedicar uma parte cada vez maior de seu tempo a grandes projetos de exposição para o governo soviético [15.24], além de publicações, direção de arte e alguns projetos de arquitetura. Sua batalha de dezoito anos contra a tuberculose havia começado dois anos antes. Em dezembro de 1941, seis meses depois de



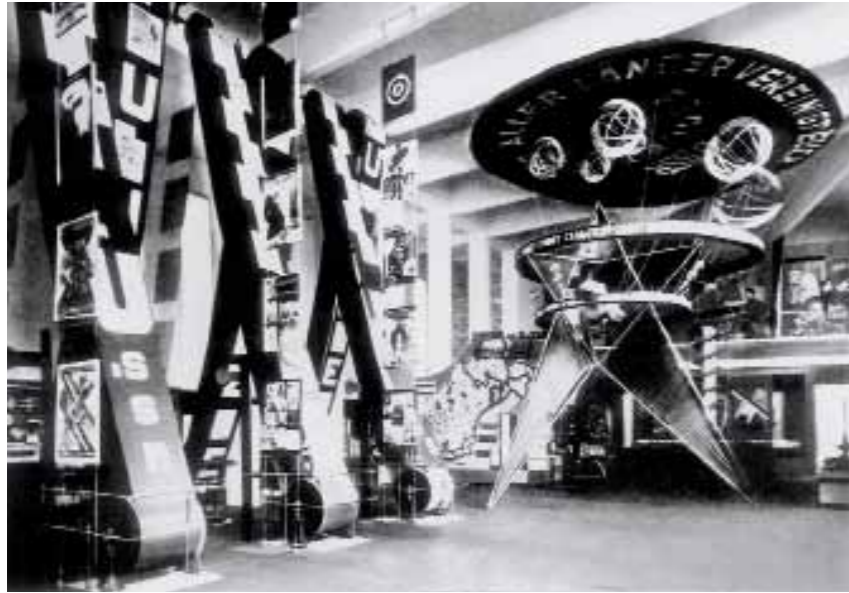
a Alemanha ter invadido a Rússia, Lissitzki morreu. Graças a sua responsabilidade e compromisso social, visão criativa e domínio da tecnologia a serviço de seus objetivos, El Lissitzki definiu um padrão de excelência para o design. Mais tarde, o tipógrafo Jan Tschichold escreveria: “Lissitzki foi um dos grandes pioneiros [...]. Sua influência indireta foi generalizada e duradoura [...]. Uma geração que nunca ouviu falar dele [...] recebeu seu legado”.

Aleksandr Ródtchenko foi um ardoroso comunista que trouxe para a tipografia, a montagem e a fotografia um espírito inventivo e a experimentação. Seu interesse inicial pela geometria descritiva emprestou precisão analítica e definição de forma a suas pinturas. Em 1921 Ródtchenko abandonou a pintura e voltou-se para a comunicação visual, porque suas convicções sociais exigiam um senso de responsabilidade para com a sociedade em lugar da expressão pessoal. Colaborando de perto com o escritor Maiakóvski, Ródtchenko produziu designs de página com forte construção geométrica, grandes áreas de cores primárias além de *lettering* conciso e legível. Sua pesada escrita manual deu origem aos tipos negritos sem serifa que foram amplamente usados na União Soviética.

Em 1923 Ródtchenko começou a projetar uma revista para todos os campos das artes criativas, inti-

15.22 El Lissitzki, capa de *Zapisky poeta* (Notas de um poeta), de Iliá Selvinskii, 1928.





15.24 El Lissitzki, projeto de exposição para a Pressa, 1928. Luz, som e movimento se tornam elementos de design. As correias simbólicas da impressão rotativa estão em movimento contínuo neste projeto para a indústria de publicações.

tulada *LEF* (Levy Front Isskustva – Frente Esquerdista das Artes) [15.25 – 15.27]. Ali surgiu um estilo de design baseado em formas horizontais e verticais fortes e estáticas relacionadas em ritmo maquinal. Sobreimpressão, registro preciso e fotomontagem eram regularmente empregados em *Novyi LEF* (Nova *LEF*). Ródtchenko deliciava-se em contrastar tipos negritos e maciços e formas com limites rígidos contra as formas e contornos mais suaves das fotomontagens. Seu interesse pela fotomontagem [15.25 – 15.29] era um esforço consciente para desenvolver uma técnica de ilustração apropriada para o século xx. O início da fotomontagem russa coincidiu com o desenvolvimento da montagem no filme – uma nova abordagem conceitual para a justaposição de informações em movimento – e compartilhava parte de seu vocabulário. As técnicas comuns incluíam: exibição de ação simultânea; sobreposição de imagens; uso de *close-ups* máximos e imagens em perspectiva, frequentemente juntas; e repetição rítmica de uma mesma imagem.

O conceito de pintura serial – uma série ou sequência de trabalhos independentes unificados por elementos comuns ou uma estrutura subjacente – foi aplicado ao design gráfico por Ródtchenko. Em 1924 sua série de dez capas para os livros *Mess-Mend* (Senhorita Mend) [15.29], de Jim Dollar (pseudônimo da



15.25 Aleksandr Ródtchenko, capa para *LEF*, nº 1, 1923. O logotipo é impresso em justo registro, com a metade superior das letras em vermelho e a metade inferior em preto.

15.26 Aleksandr Ródtchenko, capa para *LEF*, nº 2, 1923. Nesta primeira fotomontagem, uma cruz sobreposta à montagem rejeita a velha ordem; os bebês simbolizam a nova sociedade.

15.27 Aleksandr Ródtchenko, capa para *LEF*, nº 3, 1923. Um biplano com o logotipo da revista atira uma bomba em forma de caneta-tinteiro em um gorila representando as artes tradicionais do regime tsarista.

famosa autora soviética Marietta Shaginian), usava uma estrutura geométrica padrão impressa em preto e uma segunda cor. Título, número, segunda cor e fotomontagem eram alterados a cada edição, transmitindo a singularidade de cada livro. Os elementos padronizados conferem consistência e economia à série inteira. Conforme se vê no trabalho de Salomon Telingater (1903-1969), nos projetos construtivistas frequentemente havia um toque de vitalidade dadaísta [15.30]. Uma engenhosa originalidade caracterizava o uso da tipografia e elementos de montagem nos projetos de Telingater.

Georgii (1900-1933) e Vladímir Avgústovitch (1899-1982) Stenberg eram irmãos talentosos que colaboraram em projetos teatrais e cartazes de filmes [15.31 – 15.33]. Conscientes das dificuldades de reprodução de fotografias na época, executavam desenhos meticulosamente realistas para seus cartazes usando

a ampliação de imagens de fotogramas por meio de projeção e métodos de quadriculação. Essas ilusões tridimensionais eram contrastadas com formas planas de cores vivas em cartazes dinâmicos e bem projetados, transmitindo mensagens fortes e diretas.

O mestre da fotomontagem ufanista foi Gustav Klutsis (1895-1944), que se referiu ao meio como “a construção artística para o socialismo”. Empregando imagens monumentais e heroicas, Klutsis usou o cartaz como meio para exaltar as realizações soviéticas. Seu trabalho é comparado, com frequência, às influentes expressões políticas de John Heartfield. É muito provável que Klutsis conhecesse o trabalho de Heartfield, que foi exposto na Rússia durante os anos 1930. Klutsis estava convencido de que a fotomontagem era o meio do futuro e que ela havia tornado obsoletas todas as outras formas de realismo artístico. Embora a maior parte de seus cartazes celebrasse as



15.29 Aleksandr Ródtchenko, capa de livros em brochura, 1924. A coerência é obtida pelo formato padronizado; montagens ilustram cada história.



15.28 Aleksandr Ródtchenko, cartaz, 1937. Lênin surge acima, imponente, embora sua mão faça contato simbólico com as massas. O "pódio" é um exemplar do jornal *Robotsii* proclamando "Paz! Pão! Terra!".

realizações de Stálin, a inflexível abordagem de vanguarda de Klutsis acabou resultando em sua prisão em 1938 durante os expurgos stalinistas e, em 1944, em sua morte nos campos de trabalho [15.34 – 15.37].

Outro artista soviético associado a Tátlin e aos construtivistas e que influenciou profundamente o modernismo russo foi Vladímir Vasiliévitch Lebediév (1891-1967). Ele aderiu ao bolchevismo e desenhou cartazes fortes, categóricos, de propaganda neoprimi-

tivista de agitação para a ROSTA, a agência soviética dos telégrafos. Esse trabalho se mostrou uma excelente preparação para o design de livros ilustrados infanto-juvenis. Lebediév aprendeu a simplificar, a reduzir as formas a suas estruturas geométricas básicas, a usar apenas cores primárias brilhantes e a contar uma história de forma visual e sequenciada. "Nos anos 1920", explicou ele, "lutávamos pelo domínio e pela pureza da arte; queríamos que as belas-artistas fossem descritivas, não ilustrativas. O cubismo nos deu disciplina de pensamento, sem a qual não há nenhum domínio nem pureza da linguagem profissional." Com o crescimento da indústria do livro infantil soviético no regime da Nova Política Econômica de Lênin dos anos 1920, Lebediév se tornou o pai do livro ilustrado russo do século xx. Em obras-primas gráficas como *Priklutcheniya tchutch-lo* (As aventuras do espantalho, 1922) [15.38, 15.39], *Azbuka* (Livro do



15.30 Salomon Telingater, capas para *Slovo predstavliaet-sia Kirsanovu* (A palavra pertence a Kirsanov), de Sémion Isáakovitch Kirsánov, 1930. A extravagância do autor se manifesta na tipografia alegre de Telingater, que modifica a melodia, o andamento e a tonalidade à medida que flui página abaixo.

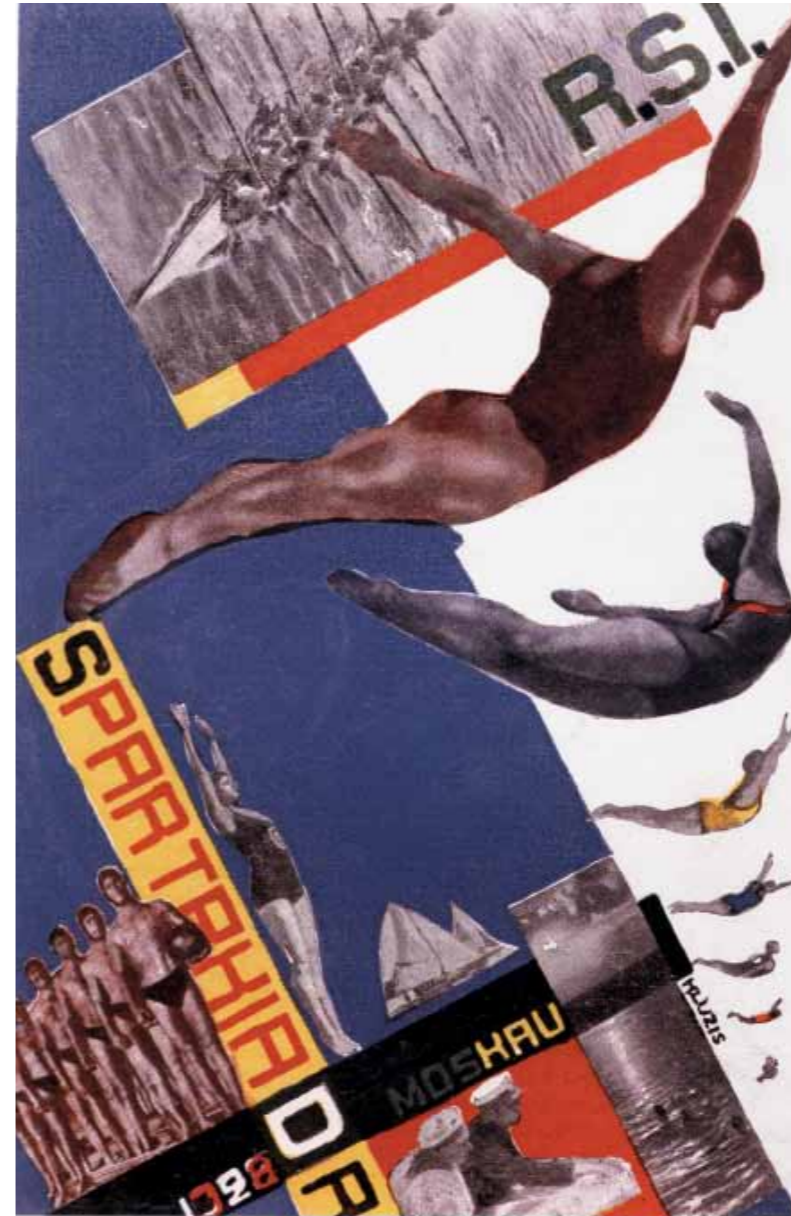
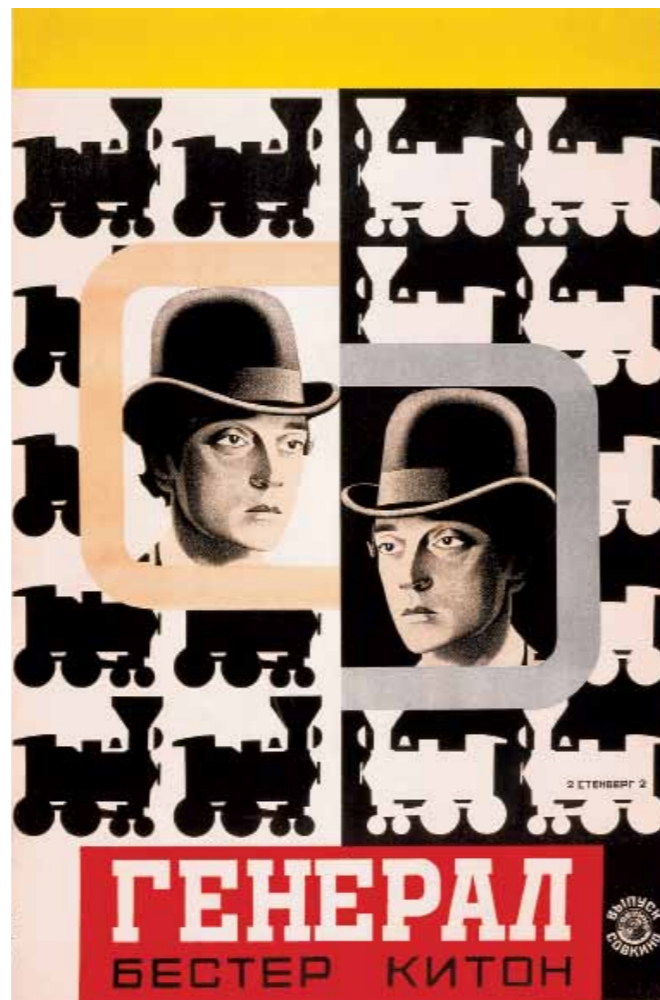


15.31 Georgii e Vladímir Avgústovitch Stenberg, cartaz de filme, sem data. Deslocamento espacial é alcançado por perspectiva extrema, tipos circulares e a figura fragmentada.

15.33 Georgii e Vladímir Avgústovitch Stenberg, "O general", cartaz, 1929.



15.32 Georgii e Vladímir Avgústovitch Stenberg, "O décimo primeiro ano da revolução", cartaz, 1928.



15.34 Gustav Klutsis, *Spartakiada*, cartão-postal, 1928.

15.35 Gustav Klutsis, "Reembolsaremos ao país a dívida do carvão", cartaz, 1930.

15.36 Gustav Klutsis, série "Todos devem votar na eleição dos soviets", cartaz, 1930.

15.37 Gustav Klutsis, "Construindo o socialismo sob a bandeira de Lênin", cartaz, 1931.





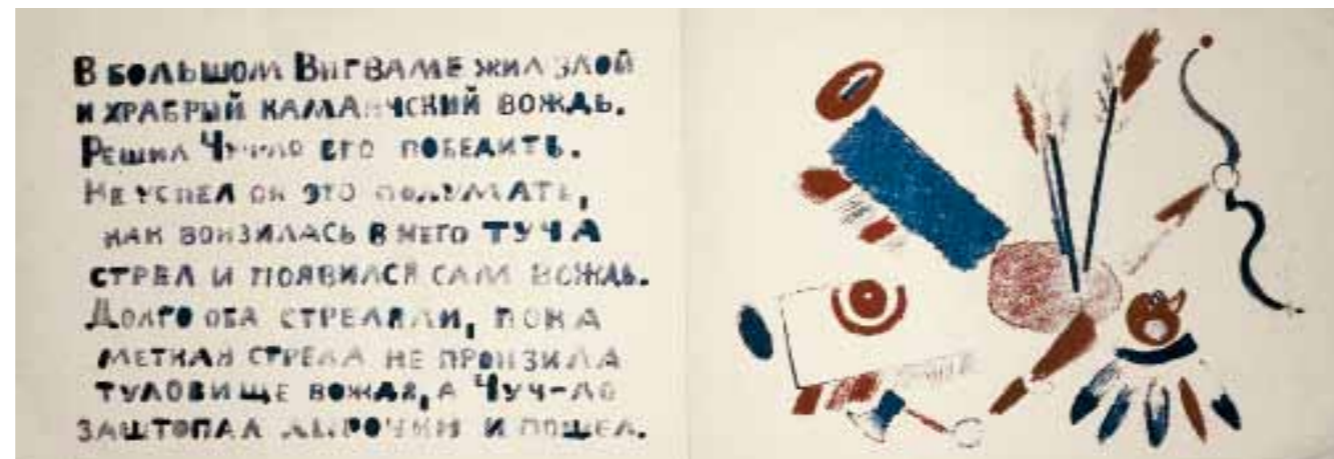
15.38 Vladimir Vassiliévitch Lebediév, capa de livro, *Priklutcheniya tchutch-lo*, 1922.

15.39 Vladimir Vassiliévitch Lebediév, página dupla de livro, *Priklutcheniya tchutch-lo*, 1922.

alfabeto, 1925), *Morozhenoe* (Sorvete, 1925), *Okhota* (A caça, 1925), *Tsirk* (O circo, 1925) [15.40, 15.41], *Vchera Isegodnya* (Ontem e hoje, 1925) e *Bagazh* (Bagagem, 1926), frequentemente em colaboração com o poeta Samuil Marshak, Lebediév concebeu uma taquigrafia flexível, modernista, para as figuras que ele reduzia a suas formas mais simples contra um vasto fundo branco atenuado apenas por harmoniosas cores vivas, chapadas e alguma textura contrastante. Como seus contemporâneos franceses, Lebediév cultivou o “infantilismo” em seu trabalho, tomando de empréstimo as técnicas espontâneas e ingênuas de arte das crianças. “Quando eu faço desenhos para crianças”, explicou ele, “tento evocar minha própria consciência de quando era criança.” Também foi extraordinariamente criativo no uso de tipos. Lebediév, mais que qualquer outro, atualizou o livro ilustrado.

Liberando seus projetos de qualquer detalhe gratuito, Lebediév ilustrou pequenas parábolas marxistas sobre a superioridade do sistema soviético em relação ao capitalismo. No fundo, Lebediév sempre foi um propagandista agitador – mas um bom comunista, insistia ele, “não nega a necessidade de um enfoque pessoal nas ilustrações. E quanto mais o artista mostra sua personalidade em seu trabalho, mais eficaz será sua arte, mais profunda a influência sobre o leitor, mais próximo ele o trará para a arte”. O partido comunista não pensava assim. Durante os grandes expurgos dos anos 1930, o *Pravda* denunciou os livros ilustrados de Lebediév por seu “for-

15.40 Vladimir Vassiliévitch Lebediév, página dupla de livro, *Tsirk*, 1928.



malismo”; e ele foi obrigado a render-se aos ditames do estilo apoiado pelo Estado, o realismo socialista, substituindo seus desenhos de contornos rígidos por uma penugem luxuriante, afável. Ele sempre lamentou a concessão.

Durante os anos imediatamente seguintes à Revolução de 1917, o governo soviético tolerou a arte de vanguarda enquanto problemas mais urgentes



exigiam sua atenção, mas, por volta de 1922, tornando-se hostil, acusou os artistas experimentais de “cosmopolitanismo capitalista” e defendeu a pintura realista social. Embora o construtivismo perdurasse como influência no design gráfico e industrial soviético, pintores como Maliévitch, que não abandonaram o país, caíram na pobreza e no ostracismo. Como Klutsis, muitos artistas desapareceram no gulag. Contudo, esse movimento artístico passou por um desenvolvimento adicional no Ocidente, e o design gráfico inovador na tradição construtivista continuou pelos anos 1920 e posteriores.



15.41 Vladimir Vassiliévitch Lebediév, página dupla de livro, *Tsirk*, 1928.

DE STIJL

O movimento De Stijl foi lançado na Holanda no final do verão de 1917. Ao seu fundador e mentor espiritual, Theo van Doesburg, vieram juntar-se os pintores Piet Mondrian (1872-1944), Bart Anthony van der Leek (1876-1958) e Vilmos Huszár (1884-1960), o arquiteto Jacobus Johannes Pieter Oud (1890-1963) e outros. Trabalhando em um estilo geométrico abstrato, o De Stijl buscava leis universais de equilíbrio e harmonia para a arte, que poderia então se tornar um protótipo para uma nova ordem social.

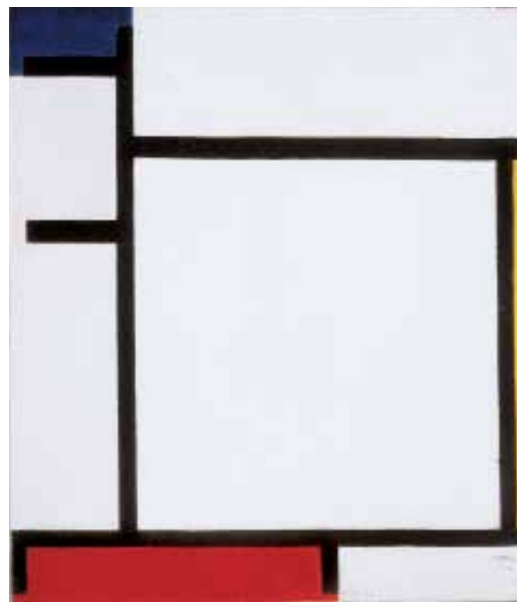
As pinturas de Mondrian são a fonte a partir da qual se desenvolveram a filosofia e as formas visuais do movimento De Stijl. Por volta de 1911, Mondrian havia passado da pintura tradicional de paisagens para um estilo simbólico influenciado por Van Gogh e de expressão das forças da natureza. Foi então que viu pela primeira vez as pinturas cubistas, cujo vocabulário começou a introduzir em seu trabalho ao instalar-se em Paris no início de 1912. Durante os anos seguintes, ele purgou sua arte de todos os elementos de representação e avançou o cubismo rumo a uma abstração pura, geométrica. Quando a guerra irrompeu inesperadamente em 1914, Mondrian estava na Holanda e lá permaneceu durante o conflito.

O filósofo M. H. J. Schoenmakers influenciou decisivamente o pensamento de Mondrian. Schoenmakers definiu a horizontal e a vertical como os dois opostos fundamentais de formação de nosso mundo, e chamou o vermelho, o amarelo e o azul de as três cores essenciais. Mondrian começou a fazer pinturas puramente abstratas compostas de linhas horizontais e verticais. Acreditava que os cubistas não haviam aceitado as consequências lógicas de suas descobertas; essa era a evolução da abstração até sua meta última – a expressão da realidade pura. Mondrian julgava que a verdadeira realidade na arte visual

é alcançada mediante o movimento dinâmico em equilíbrio [...] estabelecida pela estabilidade de oposições desiguais mas equivalentes. O esclarecimento do equilíbrio por meio da arte plástica é de grande importância para a humanidade [...]. É tarefa da arte expressar uma visão clara da realidade.

Durante certo tempo no final dos anos 1910, as pinturas de Mondrian e os projetos gráficos de Van der Leck e Van Doesburg eram bastante semelhantes [15.42 – 15.45]. Eles reduziram seu repertório visual ao uso das cores primárias (vermelho, amarelo e azul) com cores neutras (preto, cinza e branco), linhas retas horizontais e verticais e planos chapados limitados a retângulos e quadrados.

Com seu vocabulário visual prescrito, os artistas De Stijl buscavam uma expressão da estrutura matemática do universo e da harmonia universal da natureza. Estavam profundamente envolvidos no clima espiritual e intelectual de seu tempo e desejavam expressar a “consciência geral de sua época”. Acreditaram que a guerra estava apagando um período obsoleto, e a ciência, a tecnologia e os acontecimentos políticos abririam uma nova era de objetividade e coletivismo. Essa atitude foi generalizada durante a Primeira Guerra Mundial, pois muitos filósofos, cientistas e artistas europeus acreditavam que os valores de antes da guerra haviam perdido sua relevância. De Stijl buscava as leis universais que governam a realidade visível, mas que estão ocultas pela aparência externa das coisas. A teoria científica, a produção mecânica e os ritmos da cidade moderna teriam se formado a partir dessas leis universais.



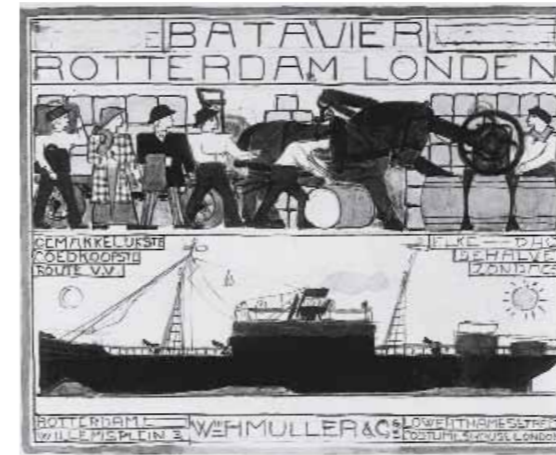
15.42 Piet Mondrian, *Compositie met rood, geel en blauw* (Composição com vermelho, amarelo e azul), 1922. A busca da harmonia universal se torna o tema, e a presença concreta da forma pintada sobre a tela passa a ser o veículo para expressar uma nova realidade visual.

15.43 Theo van Doesburg e László Moholy-Nagy, capa de livro, 1925. É transmitida a essência do De Stijl.



Em holandês, *schoon* significa tanto “puro” como “belo”. Os adeptos do De Stijl acreditavam que a beleza brotava da pureza absoluta da obra. Procuravam purificar a arte pela exclusão da representação naturalista, dos valores externos e da expressão subjetiva. O conteúdo de seu trabalho deveria ser a harmonia universal, a ordem que permeia o universo. Mondrian produziu um corpo de pinturas de incomparável qualidade espiritual e formal. Suas composições de equilíbrio assimétrico, com tensão entre os elementos, alcançaram a harmonia absoluta [15.42] e as implicações para o design moderno se mostraram imensas.

Uma capa de 1925 [15.43] feita por Van Doesburg em colaboração com o artista húngaro László Moholy-Nagy (1895-1946) para o livro do primeiro, *Grundbegriffe der neuen Gestaltenden* (Conceitos básicos de construção da forma), demonstra a aplicação direta do vocabulário do De Stijl ao design gráfico.



15.44 Bart van der Leck, leiaute para um cartaz para a Batavier Line, 1915-1916. Em uma série de leiautes preliminares, Van der Leck se empenhou em trazer ordem ao design pela divisão do espaço em retângulos.

15.45 Bart van der Leck, cartaz para a Batavier Line, 1916. Cores primárias chapadas e fortes divisões espaciais horizontais e verticais compõem o desenho.



Antes mesmo da formação do movimento, Van der Leck usou formas planas, geométricas, de cores primárias e criou projetos gráficos com planos chapados e barras pretas organizando o espaço [15.44, 15.45].

Van Doesburg aplicou princípios do De Stijl à arquitetura, à escultura e à tipografia. Editou e publicou a revista *De Stijl* de 1917 até sua morte, em 1931. Basicamente financiada por seus próprios recursos limitados, essa publicação difundiu a teoria e a filosofia do movimento para um público maior. *De Stijl* defendia a absorção da arte pura pela arte aplicada. O espírito da arte poderia assim permear a sociedade graças ao projeto arquitetônico, ao design de produto e ao design gráfico. Nesse sistema, a arte não seria reduzida ao nível do objeto cotidiano; o objeto cotidiano (e, através dele, a vida cotidiana) seria elevado ao nível de arte. A revista se tornou um veículo natural para expressar os princípios do movimento no design gráfico. Huszár desenhou uma marca com letras construídas a partir de um grid aberto de quadrados e retângulos [15.46] e também alguns dos primeiros frontispícios [15.47]. Em 1921 Van Doesburg adotou um novo formato horizontal [15.48, 15.49] que foi usado até o último número, publicado em 1932. (Mondrian parou de contribuir com artigos para a revista em 1924, depois que Van Doesburg desenvolveu sua teoria do elementarismo, que declarava a diagonal como um princípio composicional mais dinâmico que a construção horizontal e vertical.)

Em projetos de alfabetos e cartazes, Van Doesburg aplicou a estrutura horizontal e vertical às letras e ao leiaute como um todo [15.50]. Eliminaram-se as linhas curvas e preferiram-se os tipos sem serifa. Os tipos eram frequentemente compostos em blocos retangulares estreitos mas o quadrado era a principal baliza para o design de letras. Alcançava-se a harmonia da forma, embora a eliminação das linhas curvas e diagonais reduzisse a singularidade e a legibilidade dos caracteres. Leiautes assimetricamente equilibrados eram compostos a partir de um grid implícito. A cor era usada não como acabamento ou decoração, mas como importante elemento estrutural. O vermelho era favorecido como uma segunda cor na impressão porque, além de seu poder gráfico para competir com o preto, simbolizava a revolução.

Van Doesburg compreendeu o potencial de libertação do dadá e convidou Kurt Schwitters para ir à Holanda fazer campanha em favor disso. Colaboraram



15.46 Vilmos Huszár, projeto de capa para *De Stijl*, 1917. Huszár combinou o texto e o logotipo de Van Doesburg para criar um retângulo conciso no centro da página.



15.49 Theo van Doesburg, anúncios e notificações de *De Stijl*, 1921. Cinco mensagens são unificadas por um sistema de barras abertas e tipografia sem serifa.

15.47 Vilmos Huszár, folhas de rosto para *De Stijl*, 1918. Huszár apresentou um estudo de positivo/negativo e

figura/fundo em relações espaciais. A tipografia contida anunciava a morte de Apollinaire.



15.48 Theo van Doesburg, capa para *De Stijl*, 1922. Os tipos são assimetricamente equilibrados nos quatro cantos de um retângulo implícito. O título *De Stijl* é combinado com as letras "N" e "B", que indicavam *Nieuwe Beelden* (Novas imagens).

em projetos de design tipográfico [15.51] e Van Doesburg explorou a tipografia e a poesia dadaístas, que publicou em *De Stijl* sob o pseudônimo de I. K. Bonset [15.52]. Ele via o dadá e De Stijl como movimentos opostos, mas complementares: o dadá podia destruir a velha ordem e em seguida o De Stijl construiria uma nova no terreno arrasado da cultura pré-guerra. Em 1922, ele organizou um Congresso Internacional de Construtivistas e Dadaístas em Weimar. Um dos construtivistas presentes foi El Lissitzki, que projetou um número de *De Stijl* [15.53].

Em experiências arquitetônicas, Van Doesburg construiu planos no espaço com relações assimétricas dinâmicas. A teoria arquitetônica do De Stijl foi concretizada em 1924 quando Gerrit Rietveld (1888-1964) projetou a célebre casa de Schroeder em Utrecht [15.54]. Essa casa foi tão radical que os vizinhos atiravam pedras e os filhos de Schroeder eram insultados na escola por seus colegas. No ano seguinte, Oud projetou o Café de Unie [15.55] com uma fachada assimétrica, aplicando a visão de ordem do De Stijl em uma escala ambiental.

Visto que Van Doesburg, com sua energia fenomenal e criatividade de longo alcance, era o De Stijl, é compreensível que o De Stijl como movimento organizado não sobrevivesse à sua morte, em 1931, aos 47 anos de idade. Entretanto, outros continuaram a usar



15.51 Theo van Doesburg e Kurt Schwitters, "Kleine Dada Soirée" (Pequena soirée dadá), cartaz, 1922.



15.50 Theo van Doesburg, cartaz de exposição, 1920. O lettering original era desenhado com tinta nesse cartaz para La Section d'Or (A seção de ouro), uma exposição internacional de artistas cubistas e neocubistas.

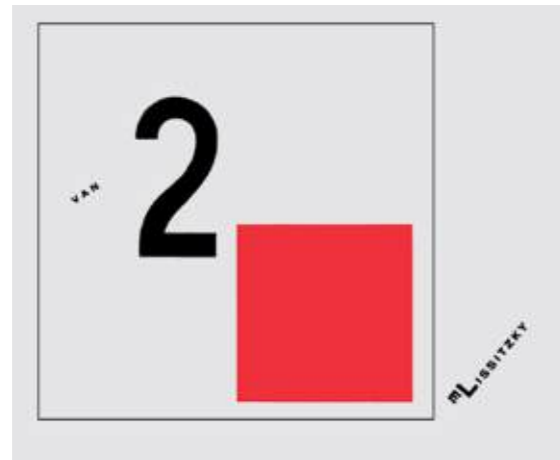
15.52 Theo van Doesburg, poesia dadaísta de *De Stijl*, 1921. Tamanho, peso e estilo de tipos podem ser interpretados oralmente quando o poema é lido em voz alta.



por muitos anos seu repertório visual – as composições abertas de Bart van der Leck, por exemplo, de formas construídas com linhas horizontais, verticais e diagonais e configurações separadas por intervalos espaciais são encontradas em trabalhos que vão de seus primeiros cartazes [15.56, 15.57] a projetos de livros e ilustrações dos anos 1940.

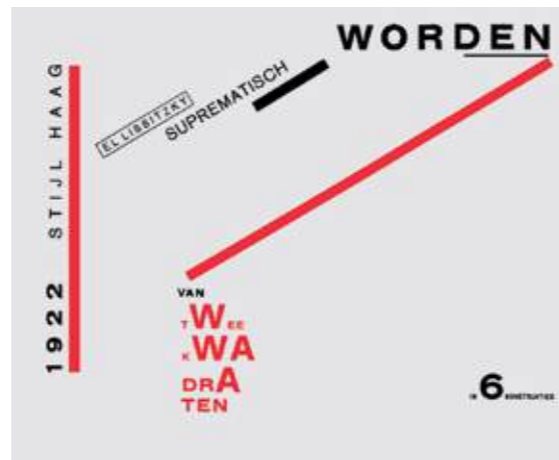
Em 1918, o arquiteto holandês Wijdeveld iniciou a revista *Wendingen*. Ela começou como publicação mensal dedicada à arquitetura, construção e ornamentação, mas durante seus treze anos de existência representou todos os setores das artes visuais. Wijdeveld construiu suas letras a partir de material tipográfico existente e usou a mesma técnica em suas capas para a *Wendingen*, design de papelaria e cartazes. No desenho das páginas da *Wendingen*, Wijdeveld

15.53 El Lissitzki, capa e página de *De Stijl*, 1922. Van Doesburg convidou Lissitzki para projetar e editar um número duplo de *De Stijl* que reproduzia em holandês “Uma história de dois quadrados”.



15.54 Gerrit Rietveld, Casa Schroeder, Utrecht, 1924. Uma nova arquitetura é composta de planos em um quadrado.

usou bordas sólidas e pesadas construídas em ângulos retos, traduções tipográficas da arquitetura de alvenaria da Escola de Amsterdã. Isso é amplamente evidente no desenho de suas capas para as edições de *Wendingen* de Frank Lloyd Wright [15.58] e seu cartaz de 1929 anunciando uma Exposição Internacional de Economia no Museu Stedelijk, em Amsterdã [15.59]. Wijdeveld contribuiu para apenas quatro capas de *Wendingen* e as demais foram desenhadas por vários arquitetos, escultores, pintores e designers. A capa de 1922 de El Lissitzki [15.60] e a capa de 1929 de Huszár [15.61] são exemplos marcantes.



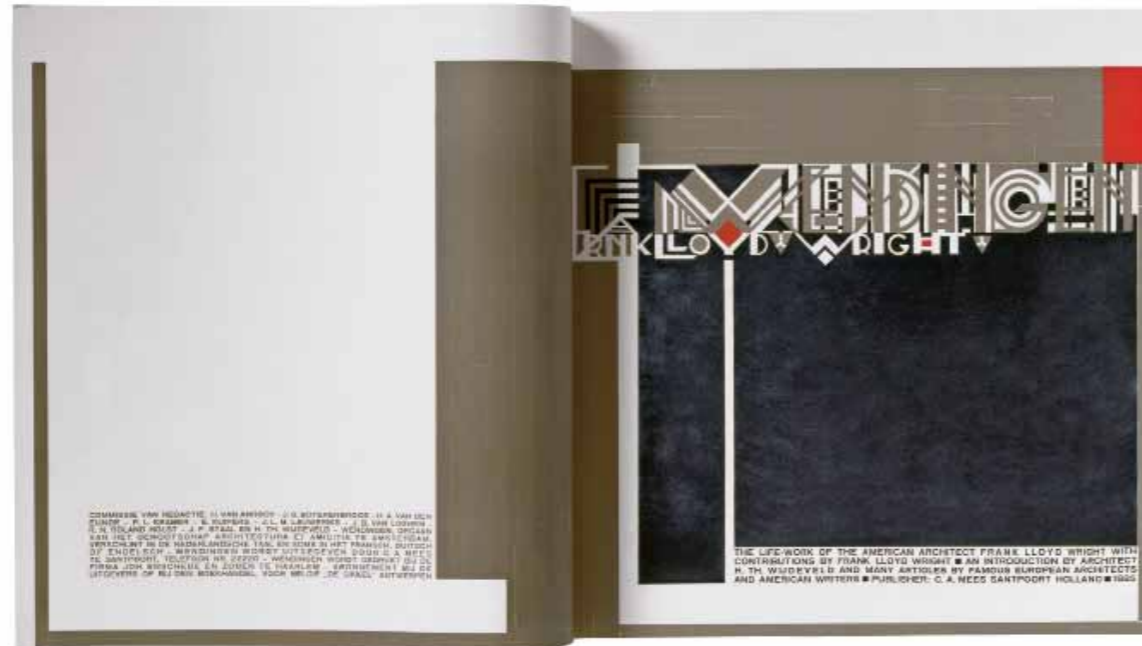
15.55 J. P. Oud, fachada do Café de Unie, Roterdã, 1925. Oud teve êxito na solução de problemas de estrutura, sinalização e identificação. Formas arquitetônicas e gráficas de cor e equilíbrio contrastantes são ordenadas, alcançando um equilíbrio harmonioso.



15.56 Bart Anthony van der Leck, cartaz de exposição, 1919. Ancorado na arte figurativa, Van der Leck desviou o vocabulário do De Stijl em direção a imagens elementares.

15.57 Bart Anthony van der Leck, *Het vlas* (O linho), 1941.





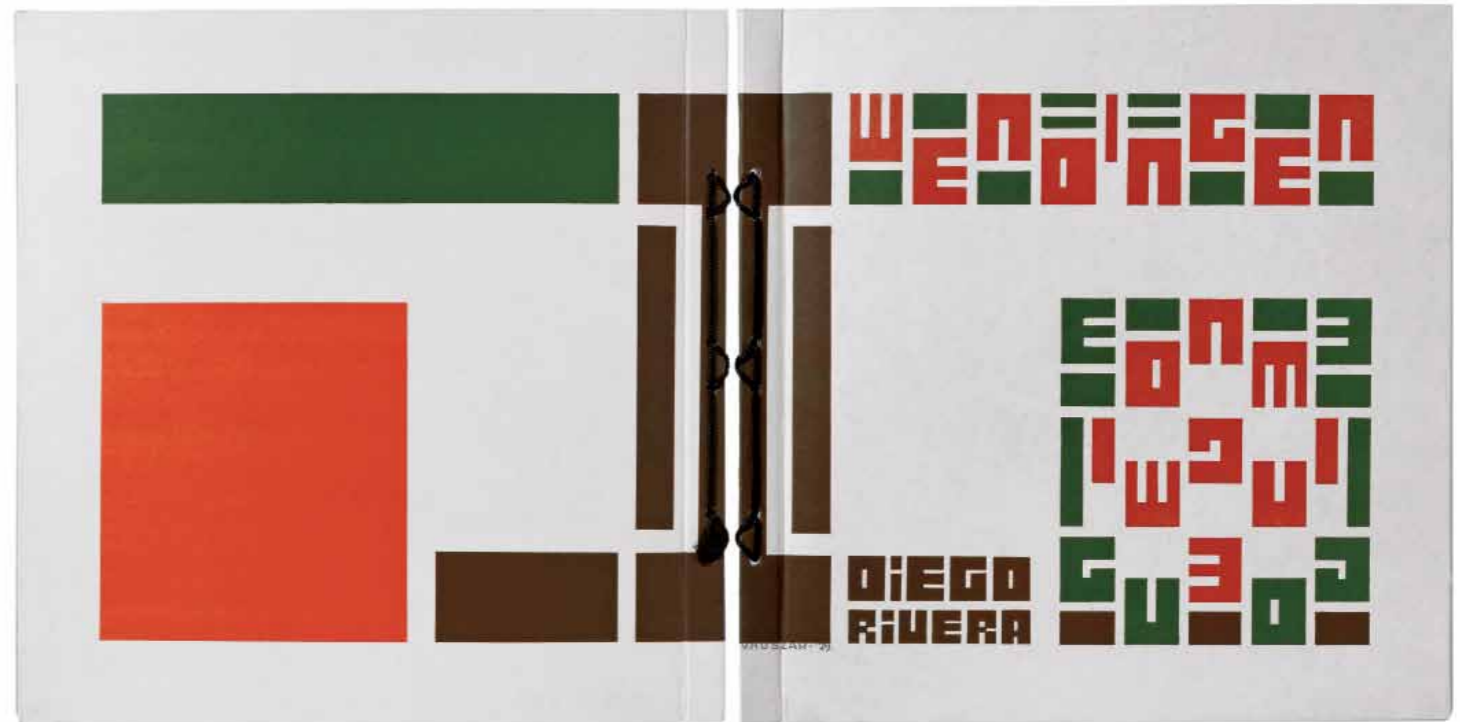
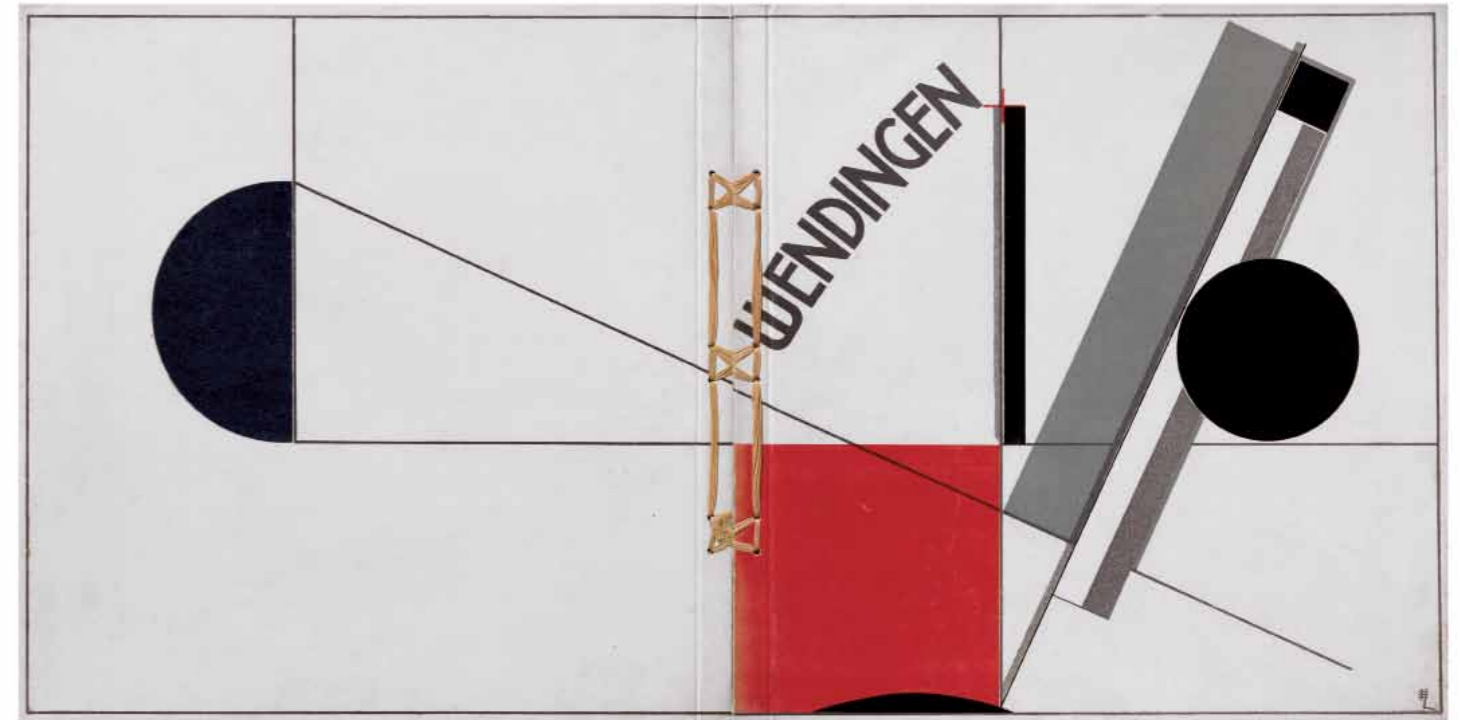
15.58 H. T. Wijdeveld, folha de rosto para *Wendingen*, nº 7-3, "Vida e obra de Frank Lloyd Wright, parte iv", com base em um projeto de Frank Lloyd Wright.

15.59 H. T. Wijdeveld, Internationale Economisch-Historische Tentoonstelling (Exposição Internacional de História Econômica), cartaz, 1929.



15.60 El Lissitzki, capa para *Wendingen*, nº 4-1, 1921. Litografia com base em desenho de sua autoria. El Lissitzki foi da Rússia para a Alemanha no final de 1921, e não existe nenhuma indicação de que tenha passado pela Holanda antes do fim de 1922. É possível que o dr. Adolph Behne, residente em Berlim e amigo íntimo de Lissitzki, tenha pedido a Wijdeveld que lhe confiasse essa encomenda em virtude dos sérios apuros que o artista enfrentava naquele momento.

15.61 Vilmos Huszár, "As pinturas de Diego (de la Rivera)", capa para *Wendingen*, nº 10-3, 1929. As formas nesta capa são inspiradas na arquitetura asteca, e as cores são as da bandeira nacional mexicana.

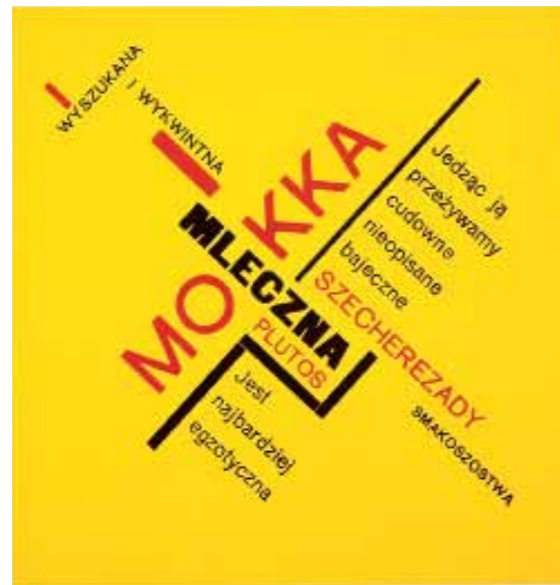


A EXPANSÃO DO CONSTRUTIVISMO

Durante a Primeira Guerra Mundial, os movimentos suprematista russo e De Stijl holandês estavam aparentemente isolados um do outro, embora os dois grupos impelisser o cubismo para uma arte geométrica pura. Após a guerra suas ideias foram adotadas por artistas em outros países, como a Tchecoslováquia, a Hungria e a Polônia. O designer polonês Henryk Berlewi (1894-1967) foi influenciado decisivamente pelas conferências de Lissitzki em Varsóvia em 1920. Em 1922 e 1923, Berlewi trabalhou na Alemanha e começou a desenvolver sua teoria *Mechano-faktura*. Acreditando que a arte moderna era cheia de armadilhas ilusionistas, ele mecanizou a pintura e o design gráfico [15.62] numa abstração construída que abolia qualquer ilusão de tridimensionalidade. Isso era realizado pela colocação matemática de formas geométricas simples sobre um fundo. A mecanização da arte era vista como uma expressão da sociedade industrial.

Em 1924 Berlewi juntou-se aos poetas futuristas Aleksander Wat e Stanley Brucz na abertura de uma empresa de publicidade em Varsóvia, chamada

15.62 Henryk Berlewi, cartaz de exposição, 1925. Esta primeira aplicação dos princípios da *Mechano-faktura* ao design gráfico se destinava a uma exposição realizada em um *showroom* de automóveis em Varsóvia.



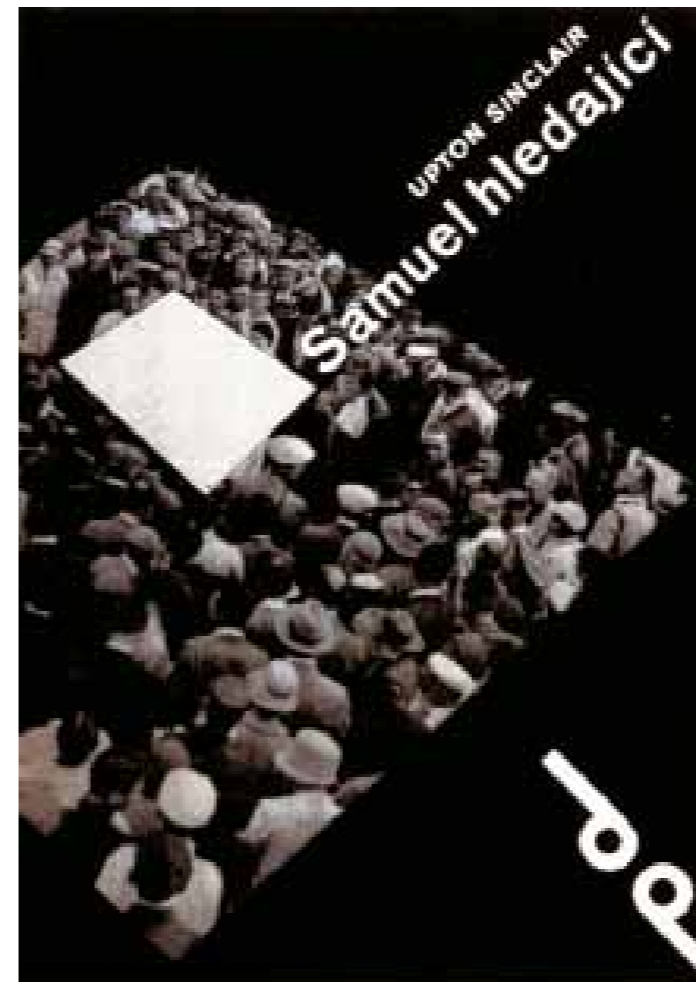
15.63 Henryk Berlewi, folheto da Chocolates Plutos, página 6, 1925. O redator publicitário Aleksandr Wat colaborou de perto com Berlewi na integração de texto e forma.



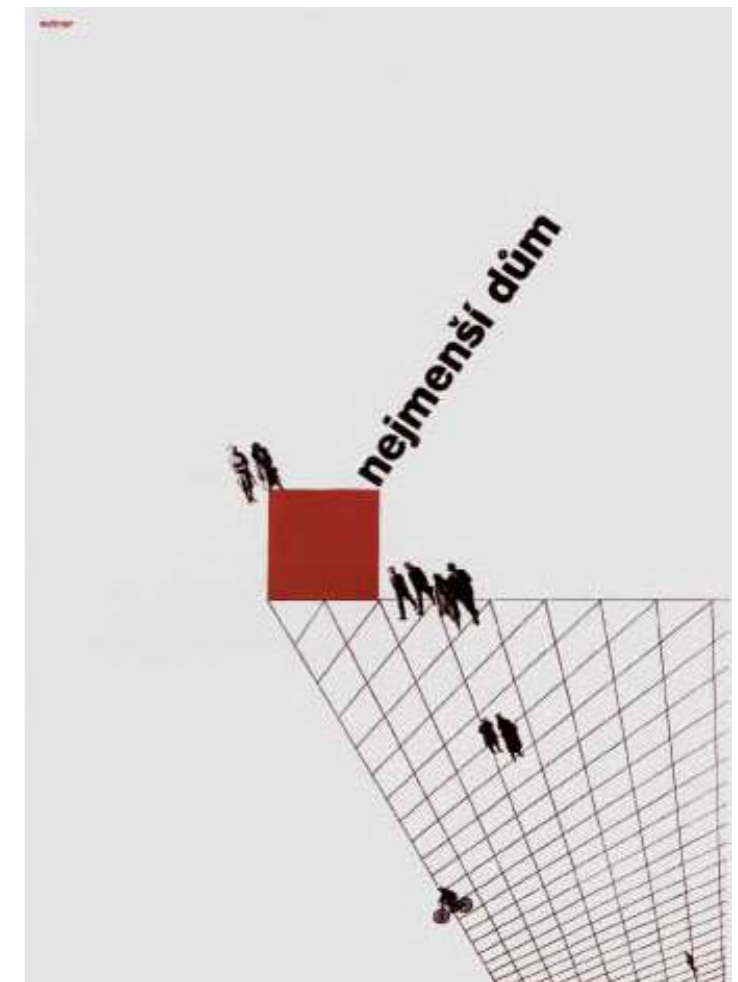
Roklame Mechano. Apresentaram formas de arte moderna à sociedade polonesa em anúncios para indústria e comércio. Seu folheto declarava que o design e os custos da publicidade deveriam ser regidos pelos mesmos princípios que governavam a indústria moderna e as leis da economia. O texto era reorganizado em função da concisão e do impacto e o leiaute era adaptado a ele [15.63]. Berlewi esperava que a publicidade pudesse tornar-se um veículo para abolir a divisão entre o artista e a sociedade.

Na Tchecoslováquia, Ladislav Sutnar (1897-1976) tornou-se o principal partidário e praticante do design funcional. Defendia o ideal construtivista e a aplicação de princípios de design a todos os aspectos da vida contemporânea. Além de trabalhos gráficos, esse prolífico designer de Praga criou brinquedos, móveis, prataria, louças e tecidos. A editora Druzstevni Prace contratou Sutnar como diretor de design. Suas capas de livros e projetos editoriais evidenciavam simplici-

15.65 Ladislav Sutnar, desenho de capa para *Samuel hledač* (Samuel the Seeker), de Upton Sinclair, 1931.



15.66 Ladislav Sutnar, capa de *Nejmensi dum* (Habitação mínima), 1931.



15.64 Ladislav Sutnar, desenho de capa para *Zenění a vdávání* (Casando-se), de Bernard Shaw, 1929. O triângulo cria um forte ponto focal, unifica as figuras em silhueta e se torna o principal elemento estrutural em uma composição delicadamente equilibrada.



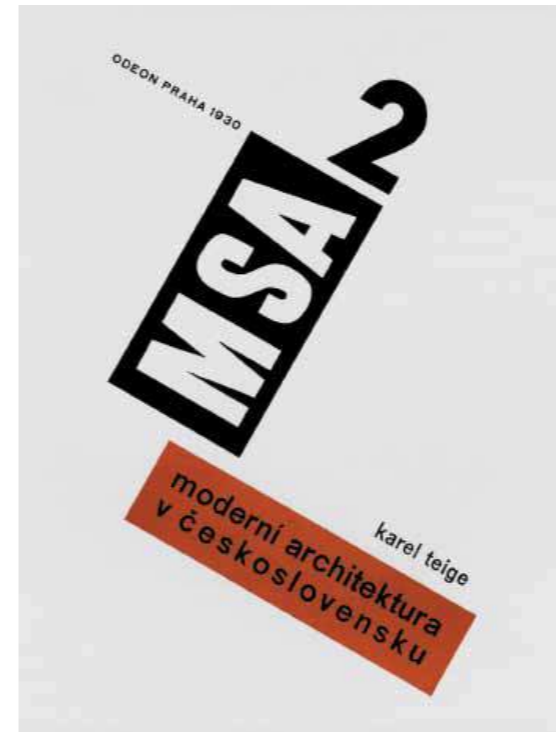
15.67 Karel Teige, capa para *Disk*, nº 1, 1923.

dade organizacional e clareza tipográfica, conferindo impacto gráfico à comunicação [15.64 – 15.66].

Karel Teige (1900-1951), também de Praga, teve uma formação inicial em pintura, mas começou sua carreira trabalhando em tipografia e fotomontagem como defensor entusiasta do modernismo internacional. Participou ativamente no Devûtsil (Nove Forças), grupo de vanguarda composto por poetas, designers, arquitetos, artistas de espetáculos e músicos, e projetou muitas publicações do grupo usando tudo o que se achava disponível na impressão tipográfica. Fundado em 1920, o Devûtsil chegou a ter oitenta membros. Teige acreditava que o prático sem formação podia contribuir com um enfoque diferente e inovador do design e, de 1922 até 1938, projetou mais de cem livros e periódicos. Sua abordagem construtivista envolvia um uso expressivo de tipos, montagem, colagem e clipes tomados de empréstimo de filmes mudos. Foi editor de várias revistas de vanguarda, entre as quais *Disk* [15.67], *Zeme sovetu*, *Stavba* e *reD*. Idealista social, acreditava que o bom design podia ajudar a solucionar as diferenças entre a América capitalista e a União Soviética comunista. Depois que seu próprio país rendeu-se ao comunismo em 1948,

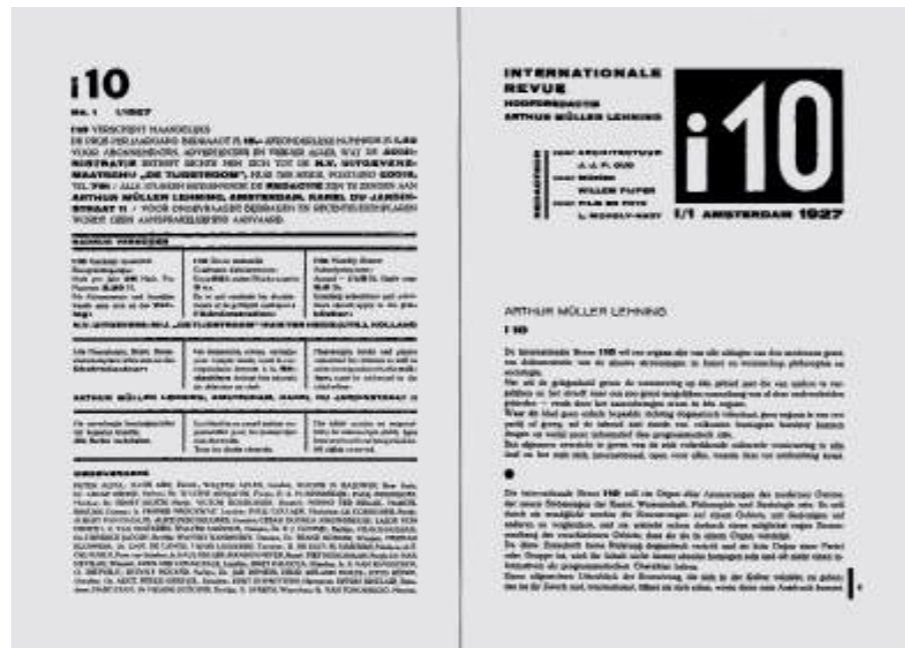


15.68 Karel Teige, capa para *Moderní architektura v Československu*, 1930.



15.70 László Moholy-Nagy, página dupla para *iro*, 1927. O tipógrafo ficou profundamente transtornado com este projeto, que tinha as palavras correndo verticalmente, tipos em negrito sem serifa colocados em texto com serifa para dar ênfase, marcadores separando parágrafos e barras grossas ao lado dos números de página.

15.69 László Moholy-Nagy, desenho de capa para *iro*, 1927. O designer encarava os tipos como forma e textura a serem compostos com um retângulo, linhas e intervalos espaciais para alcançar equilíbrio dinâmico. Obtém clareza de comunicação e harmonia de forma.



os novos dirigentes o consideraram demasiado igualitário e cosmopolita. Por esse motivo foi impedido de trabalhar como redator e desenhista, e morreu três anos depois [15.68].

Em 1919, depois de completar os estudos de direito em Budapeste, o artista húngaro László Moholy-Nagy voltou-se para a pintura não figurativa influenciada por Malévitch. Em 1921 mudou-se para Berlim, onde Lissitzki, Schwitters e Van Doesburg o visitavam com frequência em seu ateliê. Seu trabalho como designer para a publicação de vanguarda editada por Arthur Müller Lehning e sediada em Amsterdã, a *iro* – um dos exemplos mais puros de aplicação dos princípios do De Stijl à tipografia – demonstra a colaboração entre construtivismo, De Stijl e Merz. Membro do De Stijl, César Domela (1900-1992) ajudou Moholy-Nagy no desenho de capa [15.69]. O tipógrafo ficou inicialmente transtornado com o total desrespeito às regras da tipografia, como mostra a página de abertura do número de estreia [15.70], mas acabou entendendo e gostando do projeto.*

A busca por uma arte puramente de relações visuais, que começara na Holanda e na Rússia, continuou a ser uma influência importante ao longo do século xx. Uma das orientações dominantes no design gráfico foi o uso da construção geométrica na organização da página impressa. Malévitch e Mondrian usaram a linha, a forma e as cores primárias para criar um universo de relações puras, harmoniosamente ordenadas. Isso foi visto como um modelo visionário para uma nova ordem mundial. A unificação entre valores sociais e humanos, tecnologia e forma visual tornou-se uma meta para aqueles que se empenhavam para uma nova arquitetura e um novo design gráfico.

* Em 1980, Lehning, o editor/redator de *iro* disse a Philip B. Meggs que, embora a capa seja frequentemente atribuída a Domela, a recente recuperação que ele fizera de layouts de capa de Moholy-Nagy sugere que se deva creditar a este a principal autoria.

16

A Bauhaus e a Nova Tipografia

“É óbvio”, escreveu Aldous Huxley em 1928, “que as máquinas vieram para ficar. Exércitos inteiros de William Morrisses e Tolstóis não conseguiriam agora expulsá-las... Vamos então explorá-las para criar beleza – uma beleza moderna, enquanto estamos com elas.” Ideias de todos os movimentos artísticos de vanguarda e de design foram exploradas, combinadas e aplicadas a problemas funcionais e à produção mecânica na escola alemã de design Bauhaus (1919-1933). O mobiliário, a arquitetura, o design de produto e o design gráfico do século xx foram plasmados pelas atividades de seu corpo docente e discente, e uma estética do design moderno surgiu.

À véspera da Primeira Guerra Mundial, o arquiteto belga *art nouveau* Henri van de Velde, que dirigia a Escola de Artes e Ofícios de Weimar, na Alemanha, deixou o cargo para retornar ao seu país. Walter Gropius (1883-1969), então com 31 anos de idade, era um dos três substitutos possíveis recomenda-

dos por Van de Velde ao grão-duque de Saxe-Weimar. Durante os anos da guerra a escola ficou fechada e foi somente após seu término que Gropius, já reconhecido internacionalmente por seus projetos de fábricas que empregavam o vidro e o aço de novas maneiras, foi confirmado como o novo diretor. A instituição passava a ser composta pela fusão da Escola de Artes e Ofícios de Weimar, que enfatizava as artes aplicadas, com uma escola de belas-artes, a Academia de Arte de Weimar. Gropius teve permissão para batizar a nova escola de Das Staatliche Bauhaus (literalmente, Casa Estatal da Construção), inaugurada em 12 de abril de 1919, quando a Alemanha se encontrava em grave estado de convulsão. Sua catastrófica derrota na “guerra para pôr fim a todas as guerras” resultou em conflitos econômicos, políticos e culturais. O mundo pré-guerra da dinastia dos Hohenzollern chegara ao fim e a necessidade de construir uma nova ordem social permeava todos os aspectos da vida.

O Manifesto da Bauhaus, publicado em jornais alemães, estabelecia a filosofia da nova escola:

O fim último de toda a atividade plástica é a construção. Outrora, a tarefa mais nobre das artes plásticas, componentes inseparáveis da magna arquitetura, era adornar os edifícios. Hoje elas se encontram numa situação de autossuficiência singular [...]. Arquitetos, pintores e escultores devem novamente chegar a conhecer e compreender a estrutura multiforme da construção em seu todo [...]. O artista é uma elevação do artesão. A graça divina, em raros momentos de luz que estão além de sua vontade, faz florescer inconscientemente obras de arte. Entretanto, a base do “saber fazer” é indispensável para todo artista. Aí se encontra a fonte de criação artística.

Ao reconhecer as raízes comuns entre as belas-artes e as artes visuais aplicadas, Gropius procurava uma nova unidade entre arte e tecnologia e arregimentou uma geração de artistas na luta para resolver problemas de design criados pela industrialização. Esperava-se que o designer com formação artística seria capaz de “insuflar uma alma no produto morto da máquina”, pois Gropius acreditava que só as ideias

mais brilhantes eram boas o bastante para justificar a multiplicação pela indústria.

A Bauhaus era a consequência lógica de um interesse alemão pelo design na sociedade industrial que teve início nos primeiros anos do século. Conforme discutido no capítulo 14, a Deutsche Werkbund trabalhava para elevar os padrões do design e do gosto público, arregimentando arquitetos, artistas, servidores públicos e trabalhadores das indústrias, pedagogos e críticos. A Werkbund procurava unir artistas e artesãos com a indústria para elevar as qualidades funcionais e estéticas da produção em massa, particularmente nos produtos de consumo de baixo custo.

Começando em 1907, Gropius trabalhara três anos como assistente no escritório de arquitetura de Peter Behrens. A atuação de Behrens em favor de uma nova objetividade e as teorias da proporção produziram impacto no desenvolvimento do pensamento do jovem Gropius. Henri van de Velde também foi uma influência importante. Durante os anos 1890 Van de Velde declarara que o engenheiro era o novo arquiteto e preconizara o design lógico utilizando novas tecnologias e materiais da ciência: concreto armado, aço, alumínio e linóleo.

A BAUHAUS EM WEIMAR

Os anos da Bauhaus em Weimar (1919-1924) foram intensamente visionários e inspirados no expressionismo [16.1, 16.2]. Caracterizada pelo desejo utópico de criar uma nova sociedade espiritual, a primeira Bauhaus buscou uma unidade entre artistas e artesãos na construção do futuro. Seminários sobre vitrais, madeira e metal eram ministrados por um artista e um artesão e organizados segundo o modo de produção da guilda medieval Bauhütte – mestre, artilice, aprendiz. A catedral gótica representava a realização do anseio das pessoas por uma beleza espiritual que fosse além da utilidade e da necessidade; ela simbolizava a integração entre arquitetura, escultura, pintura e ofícios. Gropius estava profundamente interessado no potencial simbólico da arquitetura e na possibilidade de um estilo universal de design como um aspecto integrado da sociedade.



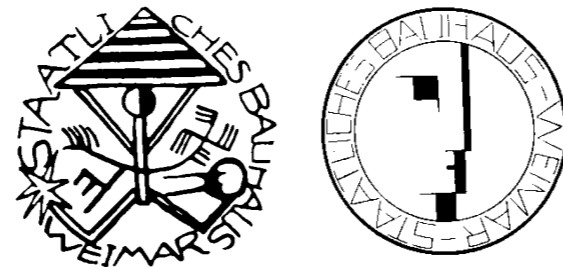
16.1 Lyonel Feininger, *Kathedrale* (Catedral), 1919. Esta xilogravura foi impressa na folha de rosto do Manifesto da Bauhaus.

Ideias de vanguarda sobre forma, cor e espaço foram incorporadas ao vocabulário do design quando os pintores do grupo Der Blaue Reiter, Paul Klee e Vassíli Kandinski, entraram para o quadro funcional em 1920 e 1922, respectivamente. Klee introduziu na arte moderna elementos de culturas não ocidentais e infantis para criar desenhos e pinturas carregados de comunicação visual [13.48]. A crença de Kandinski na autonomia e nos valores espirituais da cor e da forma haviam levado à corajosa emancipação de sua pintura para além do motivo e dos elementos de representação [13.47]. Na Bauhaus, nenhuma distinção era feita entre belas-artes e artes aplicadas.

O cerne da formação da Bauhaus era um curso introdutório criado por Johannes Itten (1888-1967). Seus objetivos eram os de liberar a capacidade criativa de cada aluno, desenvolver uma compreensão da

natureza física dos materiais e ensinar os princípios fundamentais do design subjacentes a toda arte visual. Itten enfatizava os contrastes visuais e a análise de pinturas dos antigos mestres. Com sua metodologia de experiência direta, ele procurou desenvolver a consciência perceptiva, habilidades intelectuais e a experiência emocional. Em 1923 Itten deixou a Bauhaus em virtude da discordância quanto à condução desse curso. A Bauhaus estava se afastando de um envolvimento com o medievalismo, o expressionismo e a habilidade manual em direção a uma ênfase maior no racionalismo e no projeto para a máquina. Gropius começou a considerar que o misticismo de Itten era uma “espiritualidade” incompatível com a busca da linguagem objetiva do design, capaz de superar os perigos dos estilos anteriores e do gosto pessoal.

Já na primavera de 1919, o professor da Bauhaus Lyonel Feininger (1871-1956) descobriu o De Stijl e o apresentou à comunidade da Bauhaus. A Bauhaus e De Stijl tinham objetivos semelhantes. No final de 1920 Van Doesburg estabeleceu contatos com a Bauhaus e, no ano seguinte, mudou-se para Weimar. Ele desejava um posto de ensino, mas Gropius julgou que Van Doesburg era dogmático demais em sua insistência na geometria estrita e em um estilo impessoal. Gropius se opôs à criação de um estilo Bauhaus ou à imposição de um estilo aos alunos. Mas, mesmo de fora, Van Doesburg exerceu forte influência ao permitir que sua casa se tornasse ponto de encontro para os alunos e o corpo docente da Bauhaus. Ele morou em Weimar até 1923, ministrando cursos sobre a filosofia De Stijl, frequentados principalmente por alunos da Bauhaus. O design de móveis e a tipografia foram particularmente influenciados por De Stijl; essa influência provavelmente corroborou os esforços de Gropius em atenuar o papel de Itten.



16.2 Atribuído a Johannes Auerbach, primeiro selo da Bauhaus, 1919. O estilo e o repertório deste selo – escolhido num concurso para estudantes de design – expressam as afinidades medievais e artesanais do início da Bauhaus.

16.3 Oscar Schlemmer, selo posterior da Bauhaus, 1922. A comparação entre os dois selos evidencia como o design gráfico expressa ideias; o selo posterior evoca a emergente orientação geométrica e mecânica.

Conflitos contínuos entre a Bauhaus e o governo turingio levaram as autoridades a insistir para que ela montasse uma grande exposição mostrando suas realizações. Quando a escola inaugurou essa exibição em 1923 – visitada por 15 mil pessoas e internacionalmente aclamada – o, medievalismo romântico e o expressionismo estavam sendo substituídos por uma ênfase no design aplicado, levando Gropius a trocar o slogan “Uma Unidade entre Arte e Habilidade Manual” por “Arte e Tecnologia, uma Nova Unidade”. Um novo símbolo refletia essa virada [16.3]. O cartaz de Joost Schmidt para essa exposição combina formas geométricas e referência à máquina [16.4], ilustrando a reorientação ocorrida na Bauhaus.

O IMPACTO DE LÁSZLÓ MOHOLY-NAGY

Nesse mesmo ano, o substituto de Itten como responsável pelo curso introdutório foi o construtivista húngaro László Moholy-Nagy. Inquieto experimentador, que estudara direito antes de se voltar para a arte, Moholy-Nagy explorou a pintura, a fotografia, o cinema, a escultura e o design gráfico. Novos materiais como a resina acrílica e o plástico, novas técnicas como a fotomontagem e o fotograma e meios visuais que incluíam movimento, luz e transparência foram abarcados por suas amplas investigações. Jovem e articulado, Moholy-Nagy foi influência marcante na evolução da instrução e da filosofia da Bauhaus e ali se tornou o “primeiro-ministro” de Gropius, à medida que o diretor levava adiante o plano de unidade entre arte e tecnologia.

Gropius e Moholy-Nagy colaboraram como editores para *Staatliches Bauhaus em Weimar 1919-1923* (Bauhaus Estatal em Weimar), o catálogo da exposição de 1923. A capa [16.5] para esse registro dos primeiros anos foi desenhada por um aluno, Herbert Bayer (1900-1985), e o miolo por Moholy-Nagy [16.6], que contribuiu com uma importante declaração sobre a tipografia, descrevendo-a como

uma ferramenta de comunicação. Ela deve ser comunicação em sua forma mais intensa. A ênfase deve estar na clareza absoluta [...]. Legibilidade – a comu-

nicação nunca deve ser prejudicada por uma estética *a priori*. As letras jamais devem ser forçadas a entrar numa estrutura preconcebida, como um quadrado, por exemplo.

No design gráfico, ele defendia

um uso desinibido de todas as direções lineares (portanto, não só a articulação horizontal). Utilizamos todos os tipos, tamanhos de tipos, formas geométricas, cores etc. Queremos criar uma linguagem da tipografia cuja elasticidade, variabilidade e vitalidade de composição tipográfica [sejam] ditadas exclusivamente pela lei interna de expressão e pelo efeito ótico [16.7].

Em 1922 e 1923, Moholy-Nagy encomendou três pinturas a uma empresa de placas. Essas foram execu-

16.4 Joost Schmidt, cartaz de exposição da Bauhaus, 1923. Ressonâncias de cubismo, construtivismo e De Stijl dão prova de que a Bauhaus se tornou um repositório onde movimentos diversos eram combinados em novos enfoques de design. Este cartaz mostra a influência de Oscar Schlemmer, então mestre na Bauhaus. A abertura da exposição foi adiada até agosto e duas tiras de papel foram pregadas com as datas corrigidas. Este exemplo é a versão original.



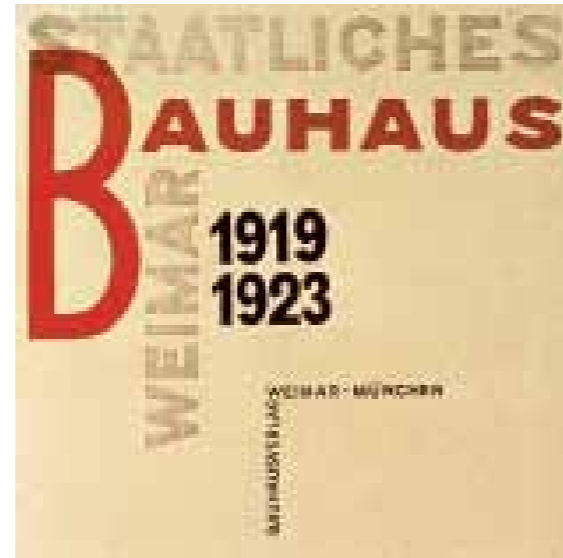


16.5 Herbert Bayer, projeto de capa, *Staatliches Bauhaus in Weimar, 1919-1923*, 1923. Letras geometricamente construídas impressas em vermelho e azul sobre um fundo preto são comprimidas em um quadrado.

16.6 László Moholy-Nagy, folha de rosto, *Staatliches Bauhaus in Weimar*. Esta estrutura de página se baseia em uma série rítmica de ângulos retos. Texturas de faixas aplicadas a duas palavras criam um segundo plano espacial.

tadas com base em seus leiautes em papel quadriculado, com cores selecionadas da tabela da empresa para esmalte de porcelana, em conformidade com sua teoria de que a essência da arte e do design era o conceito, não a execução, e que os dois podiam ser separados. Moholy-Nagy agiu de acordo com essa convicção a partir de 1929, quando manteve um assistente, Gyorgy Kepes (1906-2002), para concluir a execução de suas encomendas. Kepes seria mais tarde conhecido como fundador do Centro de Estudos Visuais Avançados no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, entidade com o objetivo de promover a colaboração criativa entre artistas e cientistas.

A paixão de Moholy-Nagy pela tipografia e a fotografia inspirou um interesse da Bauhaus por esses meios de comunicação e resultou em experiências importantes na unificação das duas artes. Ele concebia o design gráfico, particularmente o cartaz, como algo que evoluía em direção à *tipofoto*. A essa integração objetiva entre palavra e imagem para comunicar uma mensagem de modo imediato ele chamou de “a nova literatura visual”. O cartaz “Pneumatik” (Pneumático) de Moholy-Nagy [16.8] de 1923 é uma tipofoto experimental. Naquele ano ele escreveu que a apresentação objetiva de fatos pela fotografia poderia liberar o espectador da dependência da interpretação de outra pessoa. Ele via a fotografia influenciando o design de cartazes – que exige comuni-



cação instantânea – por meio de técnicas de ampliação, distorção, recortes, dupla exposição e montagem. Em tipografia ele defendia os contrastes enfáticos e o uso audacioso da cor. A clareza absoluta da comunicação era ressaltada, sem noções estéticas preconcebidas.

Como fotógrafo, Moholy-Nagy usava a câmera como ferramenta para o design. Ideias convencionais de composição cediam lugar à organização inesperada, principalmente pelo uso da luz (e às vezes da sombra) para desenhar o espaço. O ponto normal de visão foi substituído por *plongé* e *contre-plongé*, *close-up* extremo e pontos de vista angulares. Uma aplicação da nova linguagem da visão a formas encontradas no mundo caracteriza seu trabalho fotográfico regular. A interação entre textura, luz e sombra e a repetição são qualidades de trabalhos como *Chairs at Margate* (Cadeiras em Margate) [16.9]. Em seu crescente entusiasmo pela fotografia, Moholy-Nagy entrou em choque com os pintores da Bauhaus, ao proclamar a vitória final dessa arte sobre a pintura.

Em 1922 ele começou a fazer experimentações com fotogramas; no ano seguinte passou às fotomontagens, que chamou de *fotoplastias*. Moholy-Nagy acreditava que o fotograma, por permitir que o artista capturasse uma interação entre luz e sombra estampada em uma folha de papel sensível à luz sem o uso de uma câmera, representava a essência da fotografia

[16.10]. Os objetos que ele usava para criar fotogramas eram escolhidos por suas propriedades de modulação da luz, e toda referência aos objetos que formavam os padrões pretos, brancos e cinzas ou ao mundo exterior, desaparecia em uma expressão totalmente abstrata. Moholy-Nagy via suas fotoplastias [16.11] não como meras decorrências da técnica de colagem, mas como manifestações de um processo que almejava uma nova expressão e que poderia tornar-se mais criativo e também mais funcional que a fotografia mimética convencional. A fotoplastia conseguia ser humorística, visionária, comovente ou perspicaz, e normalmente tinha acréscimos desenhados, associações complexas e justaposições inesperadas.

16.7 László Moholy-Nagy, proposta de folha de rosto para *Broom*, 1923. Este projeto para uma revista de vanguarda evidencia a meticulosidade com que Moholy-Nagy entendeu o cubismo e Lissitzki.

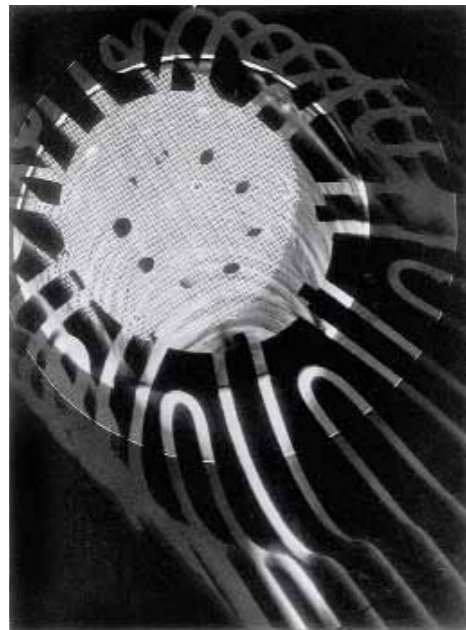


16.8 László Moholy-Nagy, cartaz de tipofoto para pneus, 1923. Letras, foto e elementos de design são integrados em uma comunicação imediata e unificada.



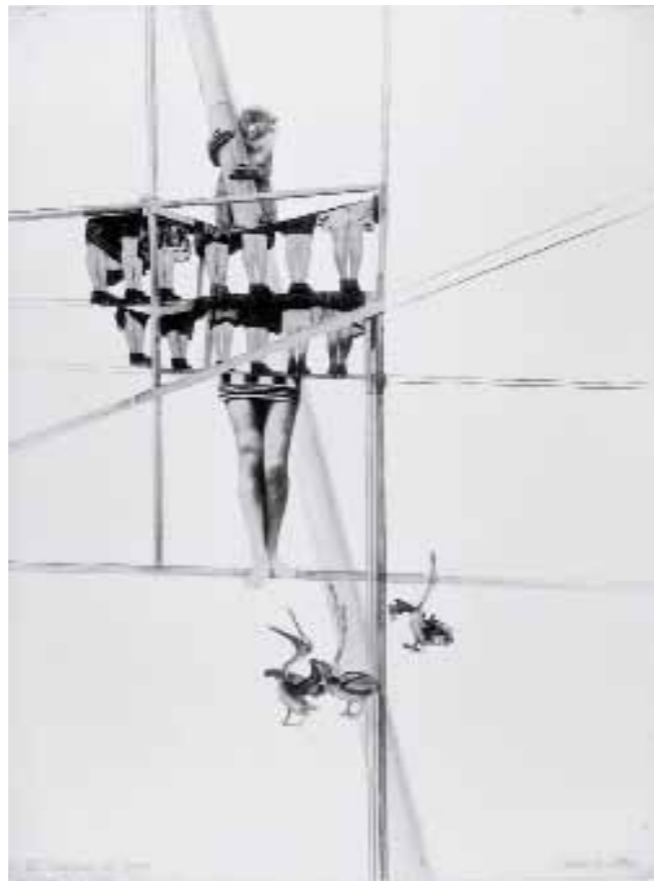


16.9 László Moholy-Nagy, *Chairs at Margate*, 1935. A justaposição de duas imagens cria um contraste de padrão e textura.



16.10 László Moholy-Nagy, *Photogram* (Fotograma), 1922. A própria luz se torna um meio maleável para a geração de forma e desenho.

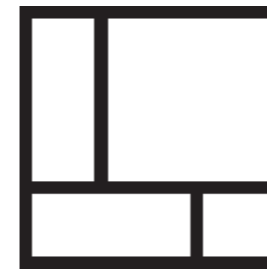
16.11 László Moholy-Nagy, *Das Weltgebäude* (A criação do mundo), 1927. Nesta fotoplastia satírica, Moholy-Nagy mostra “supergansos [pelicanos] grasnantes-palrantes” observando “a simplicidade do mundo construído como um espetáculo de pernas”.



A BAUHAUS EM DESSAU

Em Weimar, desde o início houvera tensão entre a Bauhaus e o governo; ela se intensificou quando um novo regime, mais conservador, chegou ao poder e tentou impor condições inaceitáveis à escola. Em 26 de dezembro de 1924, o diretor e todos os mestres assinaram uma carta de demissão que se efetivaria em 1º de abril de 1925, quando expirariam seus contratos. Duas semanas depois, os alunos assinaram uma carta ao governo informando que sairiam junto com os professores. Gropius e o prefeito de Dessau, dr. Fritz Hesse, negociaram a mudança da Bauhaus para essa pequena cidade provinciana. Em abril de 1925, parte do equipamento foi transferido com o corpo docente e discente de Weimar para Dessau, e o trabalho começou imediatamente em instalações temporárias. Um novo imóvel foi projetado e ocupado no outono de 1926 [16.12], e o currículo foi reorganizado.

Durante o período em Dessau (1925-1932) a identidade e a filosofia da Bauhaus passaram à plena fruição. As bases do De Stijl [16.13] e do construtivismo eram evidentes, mas a Bauhaus não se limitava meramente a copiar esses movimentos. Desenvolvia, isso sim, princípios formais claramente entendidos que poderiam ser aplicados com inteligência às questões de design. A Corporação Bauhaus, uma organização empresarial, foi criada para controlar a venda de protótipos de oficinas para a indústria. Ideias abundantes fluíram da Bauhaus para influenciar a vida do século xx: projetos de móveis e outros produtos, arquitetura funcional, equipamentos urbanos [16.14] e tipografia. Os mestres eram agora chamados professores, e abandonava-se o sistema medieval mestre/



16.13 Herbert Bayer, símbolo para a oficina de vitrais de Kraus, 1923. Um quadrado é dividido por uma linha horizontal em dois retângulos. O retângulo superior tem a relação três-para-cinco da seção áurea. Cada retângulo



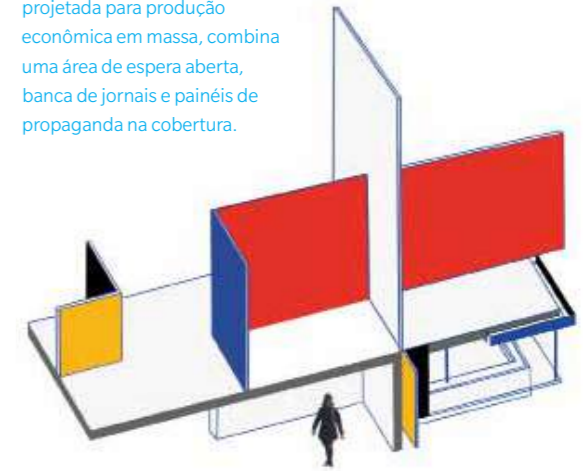
artífice/aprendiz. Em 1926 a Bauhaus era rebatizada como Hochschule für Gestaltung (Escola Superior da Forma), e a influente revista *Bauhaus* [16.15] começava a ser publicada.

Essa revista e a série de catorze *Bauhausbücher* (livros da Bauhaus) [16.16] tornaram-se veículos importantes para disseminar ideias avançadas sobre teoria da arte e sua aplicação à arquitetura e ao design. Kandinski, Klee, Gropius, Mondrian, Moholy-Nagy

16.12 Walter Gropius, prédio da Bauhaus em Dessau, 1925-1926. Este marco arquitetônico é composto de uma série coesa de várias partes – oficina (mostrada aqui), sala de aula, dormitório e escritórios.

16.14 Herbert Bayer, proposta de estação de bonde e banca de jornais, 1924. Uma unidade modular concisa, projetada para produção econômica em massa, combina uma área de espera aberta, banca de jornais e painéis de propaganda na cobertura.

formado é então dividido com uma linha vertical para formar um quadrado e um retângulo menor. Uma harmonia de proporção e equilíbrio é alcançada por meios mínimos com a influência óbvia do De Stijl.





16.15 Herbert Bayer, capa para a revista *Bauhaus*, 1928. Uma página tipográfica reúne as ferramentas do designer e formas geométricas básicas em uma natureza-morta fotográfica. Composta diante de uma câmera em vez de numa prancheta, esta capa alcança uma rara integração entre tipo e imagem.

16.16 László Moholy-Nagy, capa de folheto para a série de catorze livros da Bauhaus, 1929. Duas fotos de tipos de metal são montadas para criar uma configuração espacial insólita. Tinta colorida foi impressa no numeral 14.



e Van Doesburg [15.43] foram editores ou autores de volumes da série. Moholy-Nagy projetou doze livros e oito sobrecapas [16.17]. A sobrecapa para o livro 12 foi impressa em papel vegetal. O livro apresentava propostas de Gropius de habitação modular para fabricação industrial, combinando economia, propósito social e funcionalidade estrutural com preocupações estéticas. Propriedades da arquitetura moderna eram expressas na sobrecapa do livro 14 por uma foto de uma composição tipográfica impressa em vidro cuja sombra incide sobre um plano vermelho.

Cinco ex-alunos foram nomeados mestres, entre eles Josef Albers (1888-1976), que ministrou um curso introdutório em que investigava as qualidades construtivas dos materiais; Marcel Breuer (1902-1981), o



16.17 László Moholy-Nagy, sobrecapas para quatro livros da Bauhaus, 1924-1930. As sobrecapas para os volumes 5 e 10 evidenciam laços estreitos com De Stijl; a 12 e a 14 representam a arquitetura moderna.

responsável pela oficina de móveis, que inventou a mobília de aço tubular; e Herbert Bayer, que se tornou professor da recém-criada oficina de tipografia e design gráfico. Desde Weimar, Gropius havia observado o interesse de Bayer por design gráfico e o incentivou com periódicas atribuições [16.18, 16.5], portanto a preocupação tipográfica de Bayer precedeu a mudança para Dessau.

Além de atender a pedidos de impressão de empresas de Dessau para ajudar a equilibrar o orçamento da Bauhaus, a oficina de Bayer realizou notáveis inovações em design tipográfico de acordo com linhas funcionais e construtivistas. Fontes sem serifa eram usadas quase exclusivamente, e Bayer desenhou um tipo universal que reduzia o alfabeto a formas claras, simples e racionalmente construídas [16.19]. Isso era coerente com a defesa de Gropius da forma acompanhando a função. Bayer omitia as maiúsculas, argumentando que os dois alfabetos (maiúsculas e minúsculas) eram incompatíveis por serem dois sinais totalmente diferentes (isto é, *A* versal e *a* minúsculo) expressando o mesmo som.

Ele experimentou a composição alinhada à esquerda, desalinhada à direita e sem justificação (nivelamento das margens esquerda e direita de uma coluna de tipos pela adição de espaços entre palavras e letras). Contrastes extremos entre tamanho e peso de tipos eram usados para estabelecer uma hierar-

quia visual determinada por uma avaliação objetiva da importância relativa das palavras. Barras, fios, pontos e quadrados eram empregados para subdividir o espaço, unificar elementos diversos, conduzir o



olhar do observador numa página e chamar a atenção para elementos importantes. Preferiam-se formas elementares e o uso do preto com matiz brilhante, puro. Composição aberta em um grid implícito e um sistema de tamanhos para tipos, fios e imagens conferiam unidade aos projetos. Composição dinâmica com fortes horizontais e verticais (e, de vez em quando, diagonais) caracterizam o período de Bayer na Bauhaus.

Essas propriedades são claramente visíveis no cartaz de Bayer para a exposição dos sessenta anos

16.18 Herbert Bayer, nota promissória para o Banco do Estado da Turingia, 1923. A inflação galopante do pós-guerra na Alemanha necessitava de notas promissórias de grande valor nominal. Tipos pretos se sobrepõem a um retângulo vermelho, linhas e uma repetição do valor nominal formando uma textura.

de Kandinski [16.20]. Uma hierarquia visual se desenvolveu de uma análise minuciosa de conteúdo, permitindo uma sequência funcional de informações. Cuidadosos alinhamentos horizontais e verticais foram feitos, girando depois o conteúdo inteiro diagonalmente para alcançar uma estrutura arquitetônica dinâmica, porém equilibrada. Com o texto encaixado em um grid de sete colunas, o cartaz de Bayer para uma exposição de artes e ofícios europeus em 1927 é ainda mais arquitetônico em sua organização [16.21].

OS ANOS FINAIS DA BAUHAUS

Em 1928 Walter Gropius renunciou a seu cargo para retomar a prática arquitetônica privada. Na mesma época, Bayer e Moholy-Nagy partiram para Berlim, onde o design gráfico e a tipografia tiveram papel importante nas atividades de cada um. O ex-aluno Joost Schmidt (1893-1948) substituiu Bayer como mestre da oficina de tipografia e design gráfico [16.21]. Ele se afastou do ideário construtivista estrito e equipou a oficina com uma variedade maior de fontes tipográficas.

Em 1931 o partido nazista dominou o Conselho Municipal de Dessau; em 1932 cancelou os contratos do corpo docente da Bauhaus. Mies van der Rohe ainda tentou dar continuidade à escola alojado em uma fábrica de telefones vazia em Berlim-Steglitz, mas o assédio nazista tornou a situação insustentável. A Gestapo exigiu a remoção dos “bolcheviques culturais” da escola e sua substituição por simpatizantes nazistas. O corpo docente votou pela dissolução da Bauhaus e ela foi fechada em 10 de agosto de 1933, com um aviso aos alunos de que, se necessário, os professores estariam disponíveis para consulta. Assim se encerrou uma das escolas mais importantes de design do século xx. A onda crescente de perseguição nazista levou muitos membros do corpo docente da Bauhaus a juntar-se à fuga de intelectuais e artistas para os Estados Unidos. Em 1937, Gropius e Marcel Breuer lecionavam arquitetura na Universidade de Harvard, e Moholy-Nagy criava a Nova Bauhaus (agora Instituto de Design) em Chicago. Um ano depois, Herbert Bayer iniciava a fase norte-americana de sua carreira de designer. Esse êxodo transatlântico influenciou o curso do design norte-americano após a Segunda Guerra Mundial.

As realizações e influências da Bauhaus transcendem seus catorze anos de vida, 33 membros do corpo



16.19 Herbert Bayer, alfabeto universal, 1925. Esta experiência de redução do alfabeto a um conjunto de caracteres geometricamente construídos maximiza as diferenças entre as letras para maior legibilidade. As letras em caixa-baixa mostram pesos diferentes. Variações posteriores incluem os estilos negrito, condensado, de máquina de escrever e cursivo aqui mostrados.



16.20 Herbert Bayer, cartaz de exposição, 1926. Tipos e imagem são organizados em uma progressão funcional de tamanho e peso, que vai das informações mais importantes para os detalhes de apoio.

O design de exposições [16.22] alcançou excelência no tempo de Schmidt, que trouxe unidade a essa forma por meio de painéis padronizados e organização por sistema de grids. A diretoria da Bauhaus foi assumida por Hannes Meyer (1889-1954), arquiteto suíço com fortes convicções socialistas, que havia sido contratado para montar o programa arquitetônico em 1927. Por volta de 1930, conflitos com as autoridades municipais levaram Meyer a renunciar. A direção foi então assumida por Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969), destacado arquiteto de Berlim, cuja máxima “menos é mais” se tornou um princípio central no design do século xx.



16.22 Joost Schmidt, capa da revista Bauhaus, 1929. Este formato permite o uso eficaz de tamanhos e formas variados da imagem nos dois terços inferiores da capa.

16.21 Herbert Bayer, “Europäisches Kunstgewerbe 1927” (Artes e ofícios europeus), cartaz, 1927.

docente e cerca de 1 250 alunos. Ela criou um movimento viável e moderno de design, abrangendo arquitetura, design de produto e comunicação visual. Uma abordagem moderna da educação visual foi desenvolvida e os métodos de ensino e de preparação de aula deram importante contribuição à teoria visual. Ao dissolver as fronteiras entre belas-artes e arte aplicada, a Bauhaus tentou trazer a arte para uma relação íntima com a vida por meio do design, que era visto como um veículo para a mudança social e a revitalização cultural.

Em um poema em prosa de 1961 intitulado “homenagem a gropius”, Herbert Bayer escreveu:

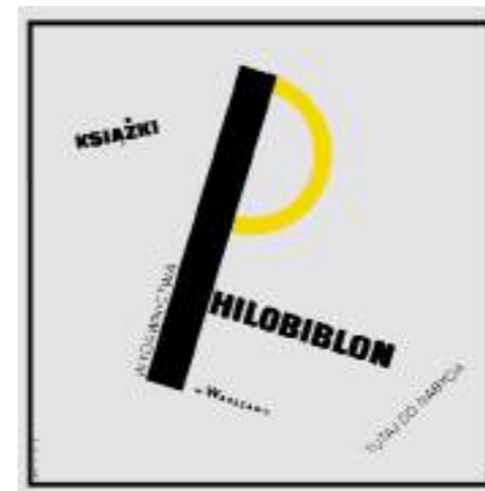
para o futuro
a bauhaus nos deu segurança
para enfrentar as perplexidades
do trabalho;
deu-nos o *know-how* para
trabalhar.
um fundamento nos ofícios,
uma herança inestimável de princípios atemporais
em sua aplicação ao
processo criativo.
ela expressou novamente que não nos
cabe impor estética
às coisas que usamos, às
estruturas em que moramos,
mas que o propósito e a forma devem
ser vistos como uma coisa só.
que a direção surge quando se
consideram
as demandas concretas,
as condições especiais, o caráter
inerente
de um dado problema.
mas sem perder nunca a perspectiva
de que, afinal, somos artistas.
a bauhaus existiu por um breve
lapso de tempo
mas o potencial, inerente a seus princípios,
mal começou a ser percebido,
suas fontes de design permanecem
para sempre plenas
de cambiantes possibilidades.



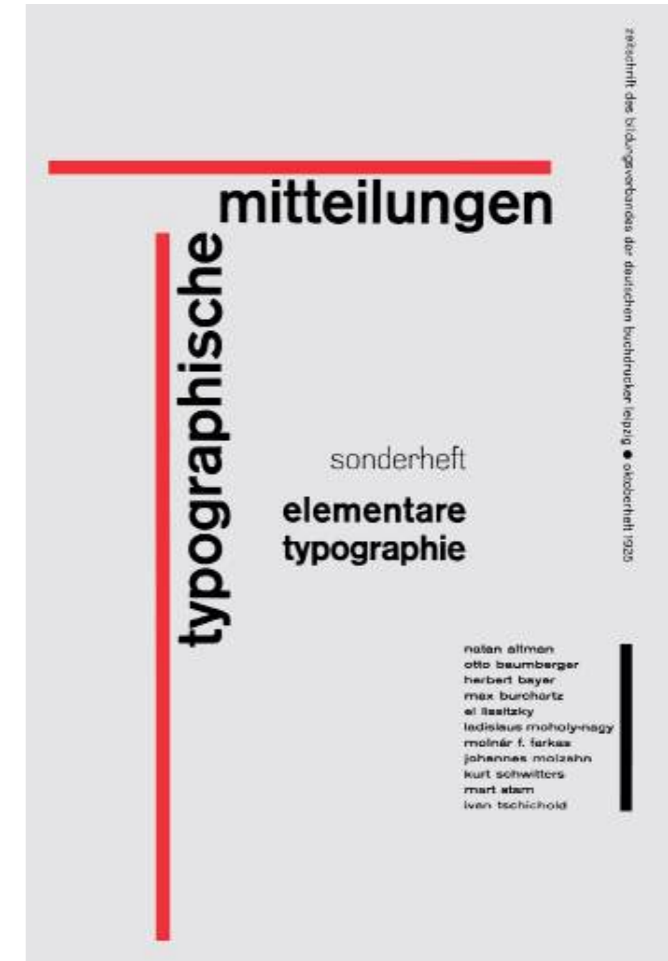
16.23 Jan Tschichold, anúncio com *lettering manual* para a Feira Comercial de Leipzig, 1922. Simetria e formas históricas de letras caracterizam o trabalho da juventude de Tschichold.

JAN TSCHICHOLD E DIE NEUE TYPOGRAPHIE (A NOVA TIPOGRAFIA)

Grande parte da inovação criativa no design gráfico durante as primeiras décadas do século ocorreu no âmbito dos movimentos de arte moderna e na Bauhaus, mas essas explorações rumo a uma nova abordagem do design em geral foram vistas e entendidas apenas por um público limitado e fora da corrente dominante da sociedade. Quem aplicou esses diferentes enfoques aos problemas cotidianos do design e os explicou para um público amplo de impressores, tipógrafos e designers foi Jan Tschichold (1902-1974). Filho de um designer e pintor de placas de Leipzig, Alemanha, Tschichold desenvolveu um interesse inicial pela caligrafia, estudou na Academia de Leipzig e entrou para o quadro de designers da Insel Verlag como um calígrafo tradicional [16.23]. Em agosto de 1923, aos 21 anos de idade, Tschichold visitou a primeira exposição da Bauhaus em Weimar e ficou profundamente impressionado. Logo incorporou a seu trabalho os conceitos elaborados pela Bauhaus e pelos construtivistas russos [16.24] e se tornou praticante da Nova Tipografia. Para a *Typographische Mitteilungen* (Comunicações tipográficas) de outubro de 1925, Tschichold elaborou um número especial de 24 páginas intitulado “Elementare Typographie”* [16.25 - 16.27], explicando e demonstrando a tipografia assimétrica a impressores, tipógrafos e designers. Era impresso em vermelho e



16.24 Jan Tschichold, cartaz para uma editora, 1924. Uma das primeiras tentativas de Tschichold de aplicar princípios modernos de design, impresso em preto e dourado, proclama: “Os livros da Philobiblon encontram-se disponíveis aqui em Varsóvia”.



preto e apresentava o trabalho de vanguarda de Tschichold, bem como seus lúcidos comentários. Nessa época grande parte da impressão alemã ainda usava tipos góticos, texturas medievais e layout simétrico. O número especial de Tschichold foi uma revelação e gerou grande entusiasmo pelo novo enfoque.

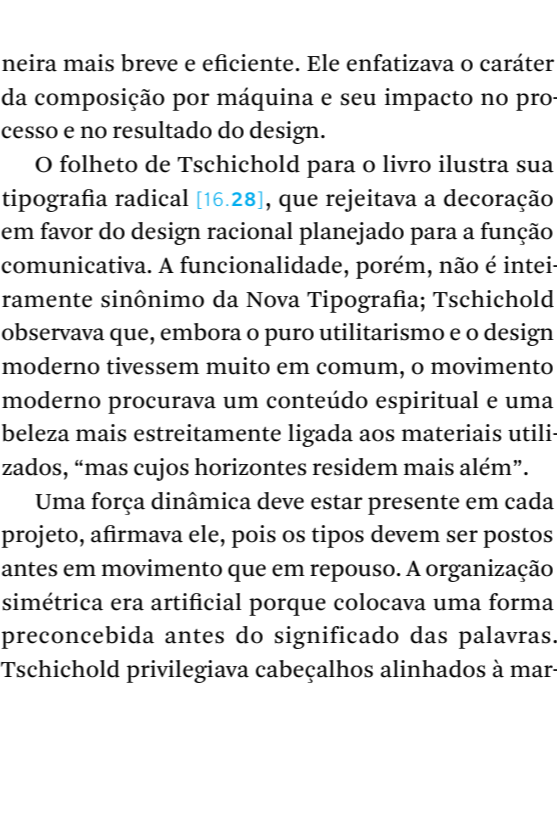
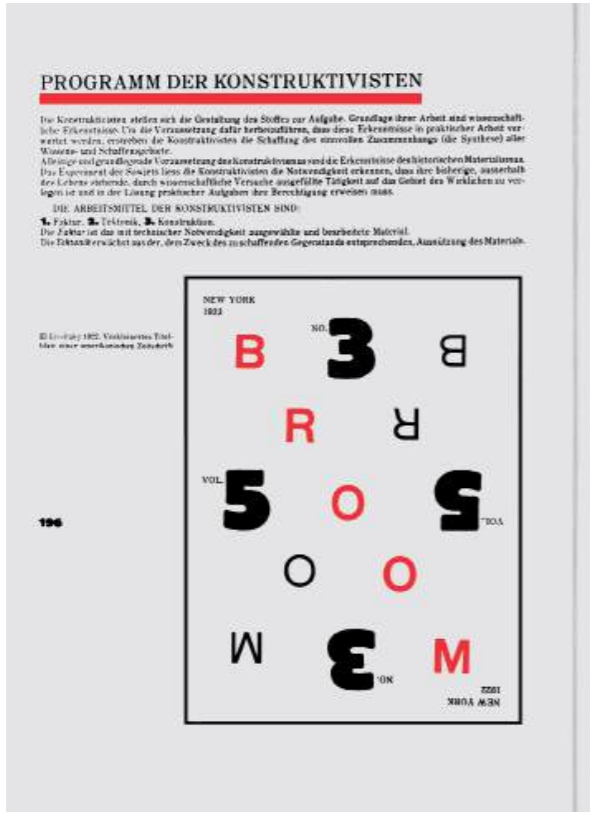
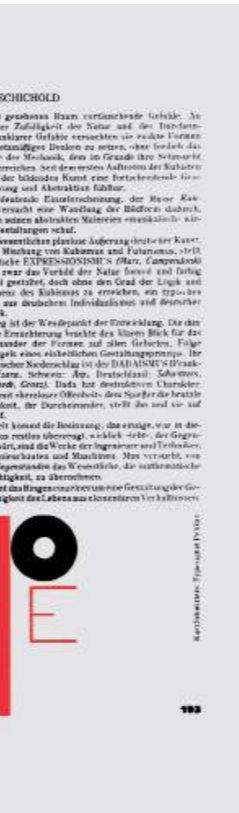
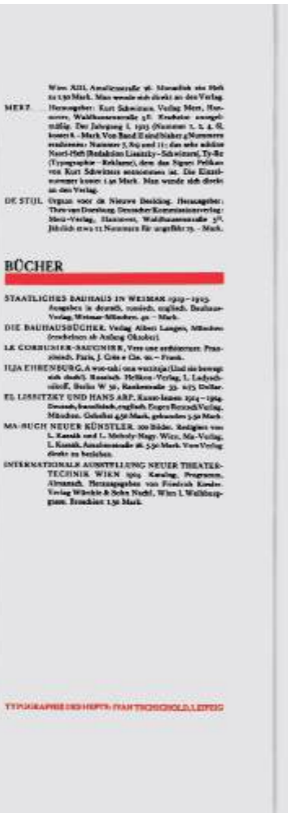
Seu livro de 1928, *Die neue Typographie*, defendia vigorosamente as novas ideias. Desgostoso com os “tipos e arranjos degenerados”, Tschichold procurou limpar o registro e encontrar uma tipografia assimétrica para expressar o espírito, a vida e a sensibilidade visual da época. Seu objetivo era o design funcional pelos meios mais diretos. Declarou que o alvo de todo trabalho tipográfico é passar uma mensagem da ma-

16.25 Jan Tschichold, capa para o número especial “Elementare Typographie”, 1925. É alcançada uma funcionalidade esparsa, arejada.

* Edição brasileira: *Tipografia Elementar* (São Paulo: Altamira, 2007).

16. **26** Jan Tschichold, páginas de “Elementare Typographie”, 1925. Fios espessos pontuam o espaço e o ensaio de Tschichold explica a nova abordagem.

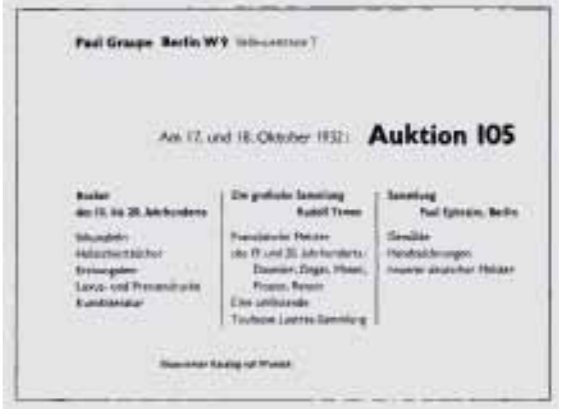
16. **27** Jan Tschichold, páginas de “Elementare Typographie”, 1925. Ilustrado pelo trabalho de Lissitzki, o design construtivista russo é explicado.



gem esquerda, com comprimentos de linha desiguais. Acreditava que um design assimétrico e cinético de elementos contrastantes expressava a nova era da máquina.

Os tipos deviam ser elementares na forma, sem embelezamento; desse modo, o tipo sem serifa, com variados pesos (leve, médio, negrito, extranegrito, itálico) e proporções (estreito, normal, expandido), era declarado o tipo moderno. Sua grande amplitude de valor e textura na escala de preto e branco possibilitava a imagem expressiva, abstrata, buscada pelo design moderno. Despojado de elementos acessórios, o tipo sem serifa reduzia o alfabeto a suas formas básicas elementares. Os projetos se baseavam numa estrutura subjacente horizontal e vertical. Os intervalos espaciais eram vistos como elementos importantes do projeto, atribuindo-se ao espaço branco um novo papel como componente estrutural. Fios, barras e boxes eram frequentemente usados para estrutura, equilíbrio e ênfase. A precisão e a objetividade da fotografia eram preferidas para ilustração.

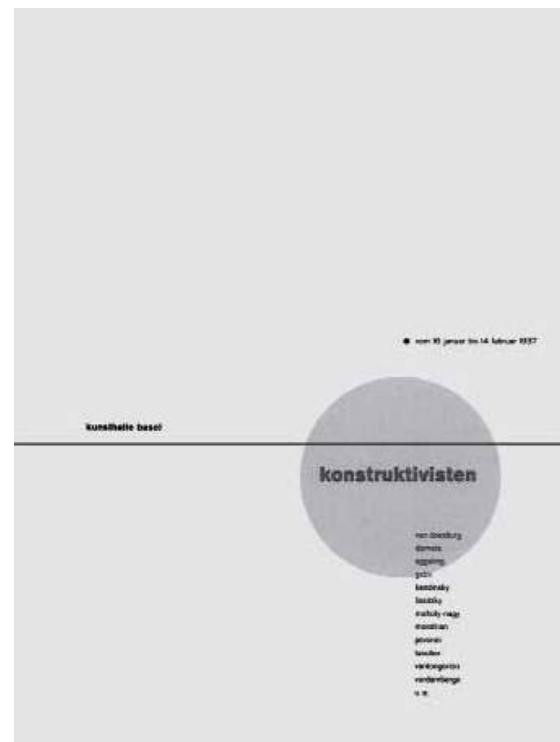
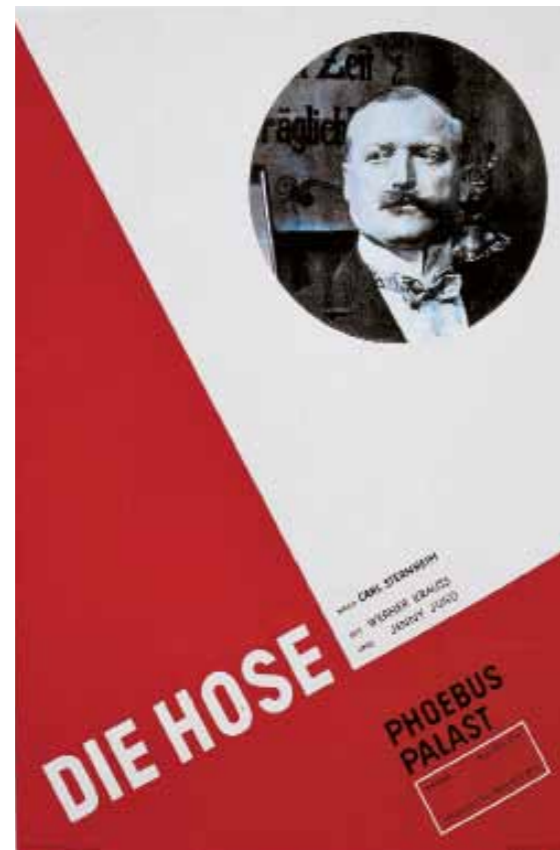
Tschichold mostrou como o movimento de arte moderna podia relacionar-se com o design gráfico ao sintetizar seu conhecimento prático da tipografia e de suas tradições com as novas experiências. A essência da nova abordagem era a clareza, não simplesmente a beleza; seu objetivo era desenvolver a forma a partir das funções do texto. A própria prática prolífica de design de Tschichold estabeleceu o padrão para a Nova Tipografia em livros, impressos comerciais, anúncios [16.29] e cartazes [16.30 – 16.32].



16. **28** Jan Tschichold, folheto para seu livro *Die neue Typographie*, 1928. Esse folheto funciona como um notável exemplo didático dos princípios que Tschichold defendia.

16. **29** Jan Tschichold, anúncio, 1932. Equilíbrio assimétrico, um sistema de grids e uma progressão sequencial de pesos e tamanhos de tipo, determinados pela importância das palavras para a mensagem global, caracterizam esse projeto.

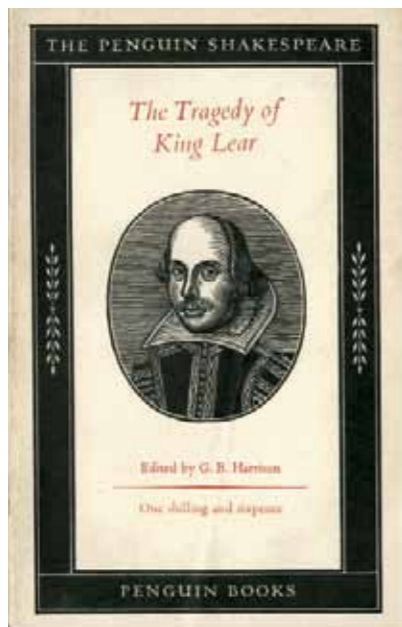
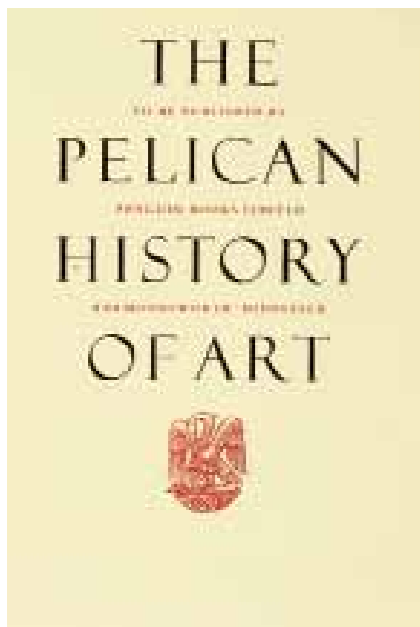
16.30 Jan Tschichold, cartaz de cinema para *Die Hose* (As calças), 1927. O espaço é dividido em planos dinâmicos vermelhos e brancos, com formas alinhadas e equilibradas em um eixo diagonal.



16.31 Jan Tschichold, cartaz para *Der Berufsphotograph* (O fotógrafo profissional), 1938.

16.32 Jan Tschichold, cartaz da exposição *Konstruktivism* (Construtivismo), 1937. Tipos em preto e um círculo em tom areia são usados para alcançar economia de meios e equilíbrio perfeito apropriado ao assunto.





16.34 Jan Tschichold, capa de livro brochura, 1950. Este projeto de série evoca designs e impressões da era de Shakespeare.

16.33 Jan Tschichold, capa de folheto para *The Pelican History of Art* (História da Arte da Pelican), 1947. A simetria clássica deste projeto tem um poder e uma sutileza comparáveis às inscrições romanas e ao melhor trabalho de Baskerville e Bodoni.

Em março de 1933, nazistas armados entraram no apartamento de Tschichold em Munique e o prenderam junto com sua esposa. Acusado de ser um “bolchevique cultural” e de ter criado “uma tipografia antialemã”, foi afastado de seu cargo de ensino na cidade. Depois de seis semanas de “custódia protetora”, Tschichold foi solto, e sem demora levou a esposa e o filho de quatro anos para Basileia, na Suíça, onde passou a trabalhar principalmente como designer de livros. Na Suíça, começou a afastar-se da Nova Tipografia e a usar em seus projetos fontes em estilos romano, egípcio e manuscrito. A Nova Tipografia havia sido uma reação contra o caos e a anarquia na tipografia alemã (e suíça) por volta de 1923, e Tschichold agora sentia que ela havia chegado a um ponto em que não eram possíveis avanços adicionais.

Em 1946 ele escreveu que “a atitude impaciente [da Nova Tipografia] se ajusta à inclinação alemã para o absoluto. Sua vontade militar de controlar e a pretensão ao poder absoluto refletem os temíveis componentes do caráter alemão [que] desencadearam o poder de Hitler e a Segunda Guerra Mundial”. Tschichold passou a considerar que os designers gráficos deviam trabalhar em uma tradição humanista que envolvesse as épocas históricas e bebesse do

conhecimento e das realizações dos antigos mestres tipógrafos. Continuava a achar que a Nova Tipografia era adequada para dar publicidade a produtos manufaturados e para a comunicação sobre a pintura e arquitetura contemporâneas, mas também acreditava que era loucura usá-la em um livro de poesia barroca, por exemplo, e chamava de “uma verdadeira tortura” ler páginas e páginas de tipos sem serifa.

Durante os anos 1940, particularmente com seu trabalho de 1947-1949 como tipógrafo para a Penguin Books em Londres, Tschichold liderou uma retomada internacional da tipografia tradicional [16.33]. Depois da Segunda Guerra Mundial, ele acreditava que os designers deviam utilizar a história inteira do design para criar soluções que expressassem conteúdo [16.34]. Ainda que grande parte de seu trabalho posterior empregasse a organização simétrica e estilos de tipos clássicos com serifa, ele defendia a liberdade de pensamento e expressão artística. Chegou a endossar o uso ocasional da tipografia ornamental como dotado de “um efeito renovador, como uma flor em terreno rochoso”. Observou que talvez fosse necessário que uma pessoa primeiro perdesse sua liberdade (como acontecera com ele) para que pudesse descobrir seu verdadeiro valor.

Tschichold continuou a escrever e a trabalhar com design na Suíça até sua morte, em 1974. Porque via o valor da Nova Tipografia como tentativa de purificação, clareza e simplicidade de meios, foi capaz de levar a expressão tipográfica à realização no século xx. Sua retomada da tipografia clássica restabeleceu a tradição humanista do design de livros e deixou uma marca indelével no design gráfico.

O DESIGN DE TIPOS NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX

A paixão pela Nova Tipografia criou uma enxurrada de estilos sem serifa durante os anos 1920. Um tipo antigo sem serifa, o Railway de Johnston [12.50], inspirou a série Gill Sans [16.35], que foi desenhada pelo amigo e ex-aluno de Edward Johnston, Eric Gill (1882-1940), e lançada entre 1928 e 1930. Essa família de tipos, que acabou incluindo catorze estilos, não tem uma aparência extremamente mecânica porque suas proporções originam-se da tradição romana.

Gill Sans Light

Gill Sans Light Italic

Gill Sans

Gill Sans Italic

Gill Sans Bold

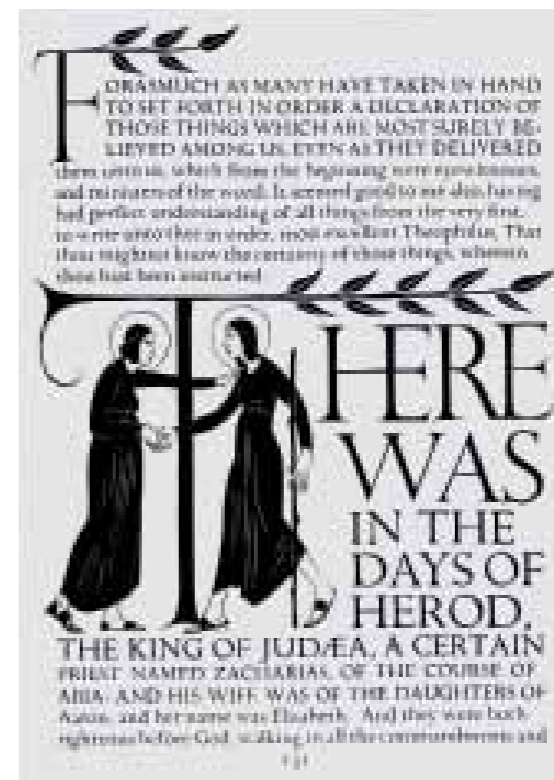
Gill Sans Bold Italic

Gill Sans Extrabold

Gill Sans Extrabold Italic

Estudante que abandonara o curso de arquitetura para fazer aulas particulares com Johnston na virada do século, Eric Gill foi uma figura complexa e pitoresca, que desafia a classificação na história do design gráfico. Suas atividades abarcavam cantaria, entalhe de inscrições para monumentos, escultura, xilogravura, design de tipos, letreiros, design de livros e muita escrita. Sua conversão ao catolicismo em 1913 intensificou sua crença de que o trabalho tem valor espiritual e que o artista e o artesão atendem a uma necessidade humana de beleza e dignidade. Por volta de 1925, apesar de suas antigas polêmicas contra a fabricação industrial, foi persuadido por Stanley Morison (1889-1967), da Monotype Corporation, a aceitar o desafio do design de tipos. Seu primeiro

tipo, o Perpetua, é um tipo romano antigo inspirado pela inscrição na coluna de Trajano, mas sutilmente redesenhado para acomodar as necessidades da fundição de tipos e impressão. O fato de Gill adotar várias influências – incluindo as versais de Trajano, letras usadas em manuscritos medievais e nos incunábulo, Baskerville e Caslon – quase o tornou um historicista, mas sua visão e opiniões extremamente originais permitiram que em grande parte de seu trabalho ele transcendesse essas influências. Em *The Four Gospels* (Os quatro evangelhos) [16.36] ele demonstra essa síntese entre o velho e o novo. O tipo Golden Cockerel, que Gill criou para esse livro, é um romano revitalizado que incorpora qualidades tanto do estilo antigo ou clássico como do transicional ou moderno. Suas ilustrações xilográficas possuem uma qualidade arcaica, quase medieval. Entretanto, sua integração total de ilustração, capitulares, cabeçalhos e texto em uma totalidade dinâmica é incrivelmente moderna.



16.35 Eric Gill, a família de tipos Gill Sans, 1928-1930. Esta família tem sido amplamente utilizada, principalmente na Inglaterra.

16.36 Eric Gill, página de *The Four Gospels*, 1931. Tipos de tamanhos decrescentes, linhas iniciais inteiras em versais, margem direita desalinhada e capitulares integradas às ilustrações são forjadas em um todo unificado.

whole world to play with and does him with the life that is serving it he is serving his fellow-men. Therefore industrialism will compromise with the humane, and the humane will dally with industrialism. We shall have machine-made ornaments (also) in the near future; there will most fully be less than in the immediate past; and we shall have motor-buses waiting along country roads. We shall have imitation handicrafts in London shops, & cows milked by machinery even on small farms, and cottage landlords stocked with canned food. "Whole hogging" is not the ordinary man's strong point. Nevertheless, the positive good & the positive dignity of industrialism will undoubtedly produce an almost complete ascendancy in men's minds to-morrow, and this ascendancy will purge even the humane of its feebles. The two worlds will grow more distinct and will recognize each other without the present confusion. The hard and logical development of industrialism will impose, even upon its enemies, a very salutary hardness and logicity. Fancy lettering will be as distasteful to the artist as it will be to the engineer—in fact it is more than probable that it will be the artist who

16.37 Eric Gill, página de *Essay on Typography*, 1931. Gill falava de industrialismo, humanismo, letras e legibilidade, enquanto demonstrava sua convicção quanto ao uso da tipografia não justificada.

16.39 Paul Renner, tipos Futura, 1927-1930. A ampla gama de tamanhos e pesos propiciava vigorosos contrastes para os impressores e designers que adotavam a Nova Tipografia.

Em seu livrinho extremamente pessoal e poético *Essay on Typography* (Ensaio sobre tipografia) [16.37], Gill propôs pela primeira vez o conceito de comprimentos desiguais de linha nos tipos de texto. Ele afirmava que o espaçamento desigual entre as palavras nas linhas justificadas prejudicava a legibilidade e causava mais problemas de design que o uso de espaçamento igual entre as palavras e uma margem direita desalinhada. De fins de 1928 até sua morte, ele trabalhou na Hague e Gill Impressores, usando uma prensa e composição manuais, papel artesanal e tipos exclusivos desenhados por ele. Não se tratava, porém, de uma imprensa privada na tradição das *arts and crafts*, pois Gill dizia que uma gráfica particular “imprime exclusivamente o que ela escolhe, ao passo que uma gráfica pública imprime o que seus clientes lhe pedem”.

Começando com o alfabeto universal de Bayer [16.19] e os tipos Erbar de c. 1925 de Jakob Erbar, muitos tipos sem serifa construídos geometricamente foram projetados durante os anos 1920. O Futura [16.38, 16.39] foi projetado por Paul Renner (1878-1956) para a fundição Bauer na Alemanha. O Futura tinha quinze alfabetos, incluindo quatro itálicos e duas fontes *dis-*

play incomuns, e se tornou a família geométrica sem serifa mais difundida. Como professor e designer, Renner lutou incansavelmente pela noção de que os designers não deveriam apenas preservar sua herança e passá-la inalterada para a próxima geração; cada geração deve, isto sim, tentar resolver os problemas herdados e criar uma forma contemporânea fiel a seu próprio tempo. Até o místico medievalista Rudolf Koch [10.35] projetou um tipo geométrico sem serifa muito popular, o Kabel [16.40], que era animado por inesperadas sutilezas de design.



FUTURA Light
 FUTURA Light Italic
 FUTURA Book
 FUTURA Medium
 FUTURA Medium italic
 FUTURA Demibold
 FUTURA Demibold italic
 FUTURA Bold
 FUTURA Bold Italic
 FUTURA Bold condensed
 Futura Display
 Futura Black



Morison, assessor tipográfico da British Monotype Corporation e da Cambridge University Press, supervisionou o projeto de um importante tipo para jornais e revistas do século xx encomendado pelo *Times* de Londres em 1931. Chamou a esse tipo de Times New Roman [16.41], que – com ascendentes e descendentes curtas e serifas pequenas e nítidas – foi introduzido na edição de 3 de outubro de 1932 do jornal londrino de grande circulação. A aparência tipográfica de um dos mais destacados jornais do mundo foi radicalmente alterada da noite para o dia, e os leitores tradicionalmente conservadores aplaudiram com entusiasmo a legibilidade e clareza do novo tipo. O Times New Roman se tornou um dos tipos mais amplamente utilizados do século xx. Sua popularidade foi atribuída a sua legibilidade, belas qualidades visuais e a economia obtida por letras moderadamente estreitadas. Fazendo as hastes e curvas ligeiramente mais espessas que na maioria das letras de estilo romano, os designers deram ao Times New Roman um toque da cor robusta associada ao tipo Caslon.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

O MOVIMENTO ISOTIPO

O passo importante rumo ao desenvolvimento de uma “língua mundial sem palavras” começou nos anos 1920, continuou pelos anos 1940 e ainda hoje tem influências importantes. O conceito de Isotipo envolve o uso de pictogramas elementares para transmitir informações. O criador desse esforço foi o sociólogo de Viena Otto Neurath (1882-1945). Quando criança, Neurath ficou maravilhado com o modo como as ideias e os fatos podiam ser transmitidos por meios visuais. Afrescos egípcios em um museu de Viena e diagramas e ilustrações em livros de seu pai estimularam sua imaginação. Neurath sentia que as mudanças sociais e econômicas que se seguiram à Primeira Guerra Mundial demandavam comunicação clara para ajudar o público a compreender problemas sociais importantes relativos a habitação, saúde e economia. Um sistema de pictogramas elementares para apresentar dados complexos, particularmente dados estatísticos, foi desenvolvido [16.42]. Seus gráficos eram totalmente funcionais e desprovidos de qualidades decorativas. Neurath possuía laços com o movimento da Nova Tipografia, pois Tschichold o ajudara e a seus colaboradores por um curto período de tempo no final dos anos 1920, e o novo tipo Futura de Renner foi adotado nos projetos de Isotipo logo que se tornou disponível.

Originalmente chamado de Método de Viena, o nome *Isotype* (*International System of Typographic Picture Education*, ou Sistema Internacional de Educação pela Imagem Tipográfica) foi escolhido depois que Neurath se mudou para a Holanda em 1934. A Equipe de Transformação, encabeçada pela cientista e matemática Marie Reidermeister (1898-1959), convertia dados verbais e numéricos compilados por estatísticos e pesquisadores para a forma de leiaute. Esses leiautes eram entregues a artistas gráficos para execução final. Um problema foi a necessidade de produzir grandes quantidades de símbolos para os gráficos. De início os pictogramas eram desenhados individualmente ou recortados em papel. Depois que o xilografurista Gerd Arntz (1900-88), cujas inspiradas gravuras construtivistas incluíam figuras geométricas arquetípicas, entrou para o grupo em 1928,

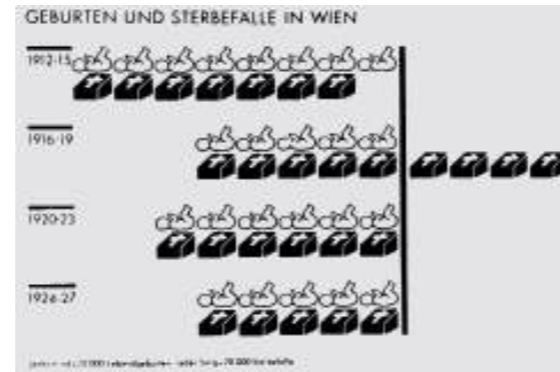
16.40 Rudolf Koch, Kabel light, c. 1928. Uma série de anúncios apresentava aos designers e impressores alemães a gama de pesos do Kabel.

16.41 Stanley Morison (assessor tipográfico), *London Times*, 3 de outubro de 1932. Até o cabeçalho de 120 anos de idade rendeu-se ao novo projeto que introduziu o Times New Roman.

16.42 Otto Neurath e o Método de Viena, "Geburten und Sterbefälle in Wien" (Natalidade e mortalidade em Viena), diagrama, c. 1928. Neurath chamou o isotipo de "quadro da linguagem", que permitia ao leitor estabelecer relações. O impacto da Primeira Guerra Mundial sobre a mortalidade e a natalidade é evidente.

a maior parte dos pictogramas passou a ser projetada por ele [16.43].

Muitas vezes reduzidos até a meio centímetro de altura, esses pictogramas eram projetados para expressar sutilezas como um homem bêbado, um desempregado ou um emigrante, em gráficos e diagramas. Arntz recortava os pictogramas em blocos de linóleo; em seguida eram impressos tipograficamente e depois colados na arte-final. Um estoque de 1 140 pictogramas foi produzido até 1940, quando o grupo Isotipo fugiu para a Inglaterra. Os pictogramas eram então multiplicados por meio de blocos de impressão

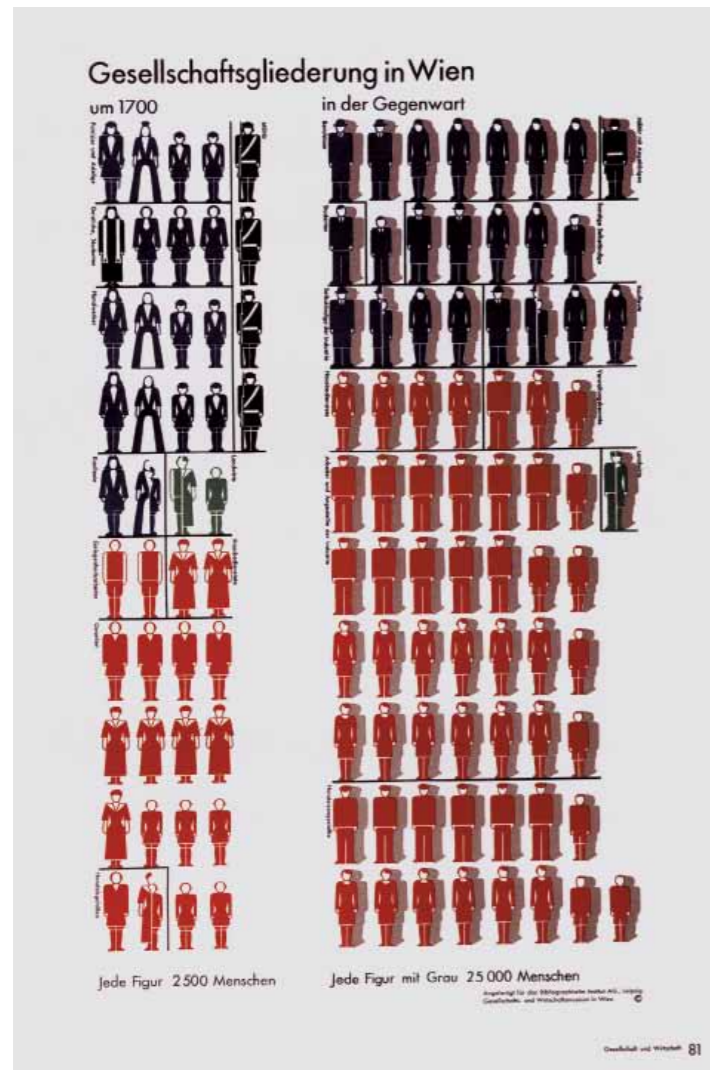


da altura normal do tipo. Devido a suas origens germânicas, Neurath e Reidermeister ficaram detidos por algum tempo e depois tiveram permissão para retomar seu trabalho na Inglaterra. Casaram-se em 1942.

Entre os muitos assistentes de Neurath, um dos mais importantes foi Rudolf Modley (1906-1976), que emigrou para os Estados Unidos nos anos 1930 e fundou a Pictorial Statistics, Inc. – mais tarde denominada Pictographic Corporation. Essa organização passou a ser o ramo norte-americano do movimento Isotipo. Modley acreditava que um símbolo devia seguir os princípios do bom design, ser eficaz tanto em tamanho grande como pequeno, ter características únicas que o distinguíssem de todos os outros símbolos, ser interessante, funcionar bem como unidade estatística para contagem e também em contorno ou silhueta.

A contribuição do grupo Isotipo para a comunicação visual é o conjunto de convenções que desenvolveu para formalizar o uso da linguagem pictográfica. Isso inclui uma sintaxe (um sistema de conexão de imagens para criar uma estrutura ordenada e significativa) e o desenho de pictogramas simplificados. O impacto de seu trabalho sobre o design gráfico do segundo pós-guerra inclui a pesquisa para o desenvolvimento de sistemas de linguagem visual universal e o uso generalizado de pictogramas em sistemas de sinalização e informação.

16.43 Gerd Arntz e Otto Neurath, "Gesellschaftsgliederung in Wien" (Estratificação social em Viena), diagrama, 1930.



O PROTÓTIPO DO MAPA MODERNO

O metrô de Londres também patrocinou uma grande inovação do design gráfico quando realizou a impressão experimental de um novo mapa do sistema metropolitano [16.44] em 1933. O designer Henry C. Beck (1903-1974) apresentou espontaneamente uma proposta de projeto que substituiu a fidelidade geográfica por uma interpretação diagramática.

A porção central do mapa, mostrando intercâmbios complexos entre as rotas, era ampliada em proporção às áreas periféricas. Sinuosas linhas eram traçadas num grid de horizontais, verticais e diagonais de 45 graus. A codificação por cores claras identificava e separava as rotas. Embora cauteloso quanto ao valor da proposta de Beck, o departamento de publicidade imprimiu a tiragem de teste e solicitou a resposta do público. Uma vez que as pessoas o consideraram extremamente funcional, o novo mapa foi

desenvolvido e empregado em todo o sistema. Ao preparar a arte para ser fotografada para a primeira impressão experimental de seu mapa, Beck desenvolveu manualmente mais de 2 400 caracteres no tipo Railway de Johnston! O desenvolvimento e as revisões dos mapas que Beck fez para o metrô de Londres durante 27 anos foram uma importante contribuição para a apresentação visual de diagramas e redes, pois suas descobertas inspiraram muitas variações no mundo inteiro.

EXPRESSÕES INDEPENDENTES NA HOLANDA

Na Holanda, vários designers foram influenciados pelos movimentos modernistas e pela Nova Tipografia, mas eram muito pessoais e originais em suas visões. [Na trilha aberta por Van Doesburg], o designer holandês Piet Zwart (1885-1977) criou uma síntese de



16.44 Henry C. Beck, mapa para o metrô de Londres, 1933. Pela representação de um conceito esquemático das linhas do metrô em lugar de um mapa convencional, Beck simplificou a comunicação das informações para o passageiro.



16.45 Piet Zwart, anúncio para a Laga Company, 1923. Nos trabalhos mais antigos de Zwart é evidente a influência de princípios do De Stijl.

16.46 Piet Zwart, fôlder, 1924. A ordem é alcançada em uma comunicação complexa pela repetição rítmica de diagonais, palavras, letras, fios e punhos.

duas influências aparentemente contraditórias: a vitalidade brincalhona do movimento dadaísta e a funcionalidade e a clareza formais do movimento De Stijl. Aos 36 anos, quando Zwart começou a fazer projetos de design gráfico, já havia recebido formação em arquitetura, projetado móveis e interiores e trabalhado no escritório de arquitetura de Jan Wils (1891-1972). Os projetos de interiores de Zwart foram na direção da funcionalidade e clareza formal após o início de sua comunicação com o De Stijl em 1919; entretanto, ele nunca aderiu ao movimento porque, embora concordasse com sua filosofia básica, o achava muito dogmático e restritivo.

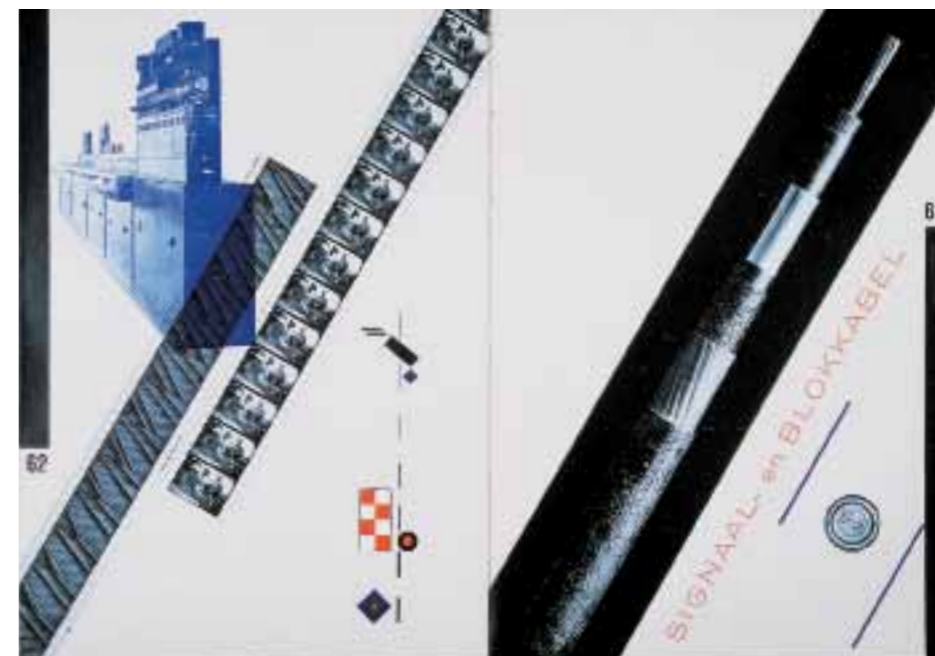
Por acaso, no início dos anos 1920 Zwart recebeu suas primeiras encomendas tipográficas [16.45] da Laga, uma fabricante de pisos. À medida que seu trabalho evoluía, passou a rejeitar tanto o leiaute simétrico tradicional como a insistência do De Stijl em horizontais e verticais rígidas. Depois de fazer um rascunho do leiaute, Zwart encomendava palavras, fios e símbolos de um tipógrafo e os manipulava lúdicamente sobre a superfície para desenvolver o projeto. A natureza fluida da técnica de colagem se aliava

a uma preocupação consciente com a comunicação funcional. Zwart concebia o espaço como um “campo de tensão” animado por composição rítmica, contrastes vigorosos de tamanho e peso e uma interação dinâmica entre a forma tipográfica e a página de fundo [16.46, 16.47]. Os projetos de catálogo de Zwart para a N. V. Nederlandsche Kabelfabriek (NKF) (Fábrica Holandesa de Cabos) possuem uma integração espacial dinâmica de tipos e imagens [16.48, 16.49].

Rejeitando a monotonia da tipografia convencional, Zwart criou leiautes dinâmicos e chamativos. Ele quebrou a tradição assumindo um novo olhar sobre os materiais de que são feitos os projetos gráficos. Sem instrução formal em tipografia ou impressão, não era inibido por regras e métodos da prática profissional tradicional. Mas a necessidade de a tipografia estar em harmonia com seu tempo e com os métodos de produção disponíveis era uma preocupação importante para Zwart. Ciente de que a impressão em massa do século XX tornava o design tipográfico uma força cultural influente, ele assumiu forte senso de responsabilidade social e zelo para com o leitor.

16.47 Piet Zwart, anúncio para os cabos NKF, 1926. Estruturado em verticais dinâmicas, este projeto é um exemplo de como Zwart, operando como seu próprio redator, desenvolveu soluções visuais e verbais simultâneas para o problema de comunicação com o cliente.

16.48 Piet Zwart, páginas do catálogo de cabos NKF, 1928. O equilíbrio é alcançado por meio de um círculo amarelo equilibrando uma cunha vermelha que cruza a retícula azul da fábrica da NKF. A área da fábrica, sobreimpresa pelo vermelho, torna-se uma retícula púrpura sobre um fundo vermelho.



16.49 Piet Zwart, páginas do catálogo de cabos da NKF, 1928. Este leiaute demonstra o uso de fotos por Zwart como formas de composição.



16.50 Piet Zwart, páginas do catálogo em língua inglesa da fábrica de cabos NKF, 1926. A repetição e o contraste reforçam a mensagem verbal.

Ao conceber seus projetos de página, Zwart levou em consideração o tempo como um aspecto da experiência do leitor; reconheceu que os cidadãos do século XX recebiam uma enxurrada de informações e não podiam se dar ao luxo de perder horas a fio com muito texto. *Slogans* sucintos com letras grandes em tipo negrito e linhas diagonais eram usados para atrair a atenção do público [16.50], que rapidamente captava a ideia ou o conteúdo principal. O material explicativo era organizado para facilitar a separação entre informações essenciais e secundárias.



16.51 Piet Zwart, logotipo pessoal, 1927.

As atividades de Zwart durante uma carreira longa e ilustre abrangeram fotografia, design de produto e de interiores, além de ensino. Certa vez ele chamou a si mesmo de *typotekt*. Esse jogo de palavras, que expressa sua posição de arquiteto que se tornou designer gráfico, tem um significado mais profundo, pois também expressa o processo de trabalho da Nova Tipografia. O modo como Zwart (e também Lissitzki, Bayer e Tschichold) produzia uma peça de design com o material da caixa de tipos é análogo à maneira pela qual se constrói uma obra de arquitetura, com vidro, aço e concreto. Seu logotipo pessoal [16.51] é um trocadilho visual/verbal, pois a palavra *zwart* em holandês significa “preto”.

O final de 1933 testemunhou uma mudança no trabalho de Zwart, pois ele passou a se envolver cada

16.52 H. N. Werkman, página 1 de *The Next Call*, nº 2, 6 de outubro de 1923. A impressão de uma lâmina lateral de uma fechadura de porta sugere um “E” em caixa-alta.



16.53 H. N. Werkman, páginas 2 e 3 de *The Next Call*, nº 4, 24 de janeiro de 1924. Impresso para celebrar Lênin logo após sua morte, as colunas de “O” e “M” sugerem soldados guardando um caixão.



16.54 H. N. Werkman, páginas 4 e 5 de *The Next Call*, nº 4.



vez mais com o ensino e o design industrial e de interiores. Após doze anos de hegemonia no design gráfico, ele nunca mais atingiu o nível de suas realizações anteriores. Mesmo assim, durante esse período, esteve entre os mestres modernos da profissão.

Outro artista holandês, Hendrik N. Werkman (1882-1945), de Groningen, é lembrado por sua experimentação com tipos, tinta e rolos de tinta para expressão puramente artística. Após sua grande companhia de impressão ter naufragado em 1923 em consequência de seu desinteresse pelos negócios e da situação econômica na Europa após a Primeira Guerra Mundial, Werkman montou uma pequena firma de impressos comerciais no sótão de um armazém.

Iniciando as atividades já em 1923, passou a usar tipos, fios, tinta de impressão, rolinhos de tintagem e uma pequena prensa para produzir *monoprints*, que ele chamou de *druksels* (gravuras). Em setembro do mesmo ano, iniciou a publicação de *The Next Call*, pequena revista de experiências e textos tipográficos [16.52 – 16.54]. A própria prensa se tornou sua base de leiaute quando Werkman passou a compor com tipos de madeira, blocos de xilogravura e até partes de uma antiga fechadura dispostos diretamente no leito da máquina. Ele adorava imprimir e se alegrava com papel bonito, texturas e qualidades peculiares de cada parte talhada e denteada de um tipo de madeira. Sua maneira de elaborar um desenho a partir de componentes prontos pode ser comparada ao processo criativo dos dadaístas, particularmente na colagem. Como Lissitzki, Werkman explorou o tipo como forma visual concreta e como comunicação alfabética. Alguns dias antes de a cidade de Groningen ser libertada pelo exército canadense, em abril de 1945, Werkman foi executado pelos nazistas. Depois de sua prisão, grande parte de seu trabalho foi confiscada e levada para a sede da Polícia de Segurança, onde acabou sendo destruída quando o edifício se incendiou durante a batalha.



16.55 Paul Schuitema, capa de folheto para as balanças Berkel modelo z, antes de 1929. Setas que se movem da grande palavra zoo (que significa “tão”) criam uma mensagem dupla: “Tão clara – cada traço 5 gramas” e “Tão pequena – 20 centímetros [largura]”. Este folheto foi impresso a partir de material tipográfico montado no leito da prensa, com leiaute de Schuitema.

Outro importante designer gráfico construtivista da província de Groningen, Paul Schuitema (1897-1973), teve formação em pintura durante a Primeira Guerra Mundial e depois voltou-se para o design gráfico no início dos anos 1920. Os clientes mais importantes de Schuitema eram a P. van Berkel Meat Company, a Van Berkel Patent Scale and Cutting Machine Factory e o impressor C. Chevalier, todos sediados em Roterdã. Ele desenhou a marca da Van Berkel, além de folhetos, anúncios, material de escritório e exposições. Durante os cinco anos seguintes seu trabalho

para essa companhia abriria novas perspectivas na tipografia publicitária [16.55]. Outros clientes eram a PTT (a empresa holandesa de correios, telefone e telégrafo) [16.56]. Schuitema utilizava muito a sobreimpressão e organizava seu espaço com rigorosos movimentos horizontais, verticais e diagonais. A fotografia objetiva era integrada com a tipografia como parte de uma estrutura total. Durante trinta anos Schuitema ensinou na Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (Academia Real de Belas-Artes) em Haia, onde inspirou várias gerações de designers.

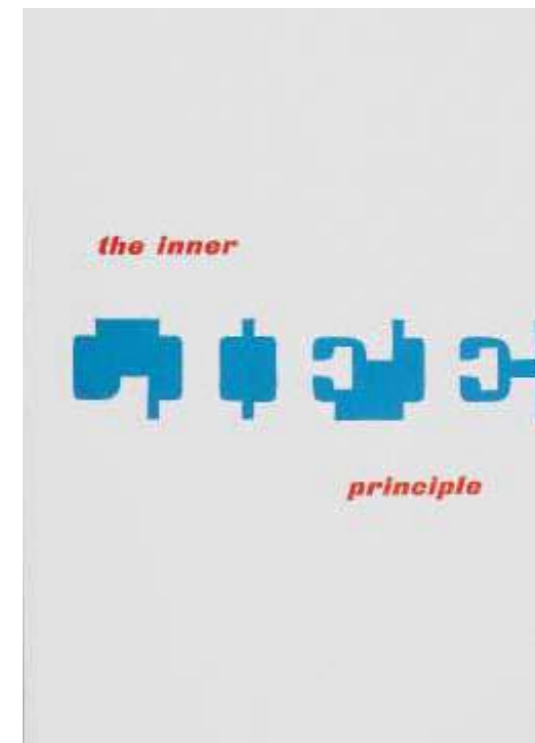
Willem Sandberg (1897-1984), diretor do Museu Stedelijk em Amsterdã de 1945 a 1963, despontou como um praticante extremamente original da Nova Tipografia depois da Segunda Guerra Mundial. Durante a guerra, na clandestinidade e trabalhando para a Resistência, criou seus *Experimenta Typographica*, uma série de experiências tipográficas com a forma e o espaço que foi finalmente publicada em meados dos anos 1950 [16.57, 16.58] e inspirou seu trabalho ulterior. Sandberg era um investigador; suas composições de texto muitas vezes não usavam nenhum alinhamento e fragmentos de frases eram livremente organizados na página, com tipos ultranegrito ou manuscrito delicado introduzidos para realce ou ênfase. Ele rejeitava a simetria e gostava de cores primárias claras e contrastes fortes, bem como matizes moderados e justaposições sutis. Tipos precisos sem serifa eram combinados com colagem de grandes letras em pedaços de papel rasgado com bordas irregulares.



16.56 Paul Schuitema, “Koopt A.N.V.V. Postzegels, Steunt het werk der Alg. Ned. Ver. Voor Vreemdelingenverkeer, een landsbelang”, cartaz, 1932. O texto promove a venda de selos em defesa do turismo holandês.



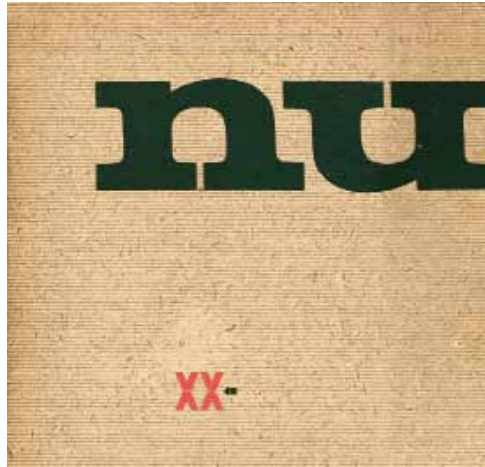
16.57 Willem Sandberg, página de *Experimenta Typographica*, 1956. Para ilustrar a utilidade dos jarros, Sandberg transformou o “u” de Kruges (jarros) em uma vasilha cheia de letras azuis.



16.58 Willem Sandberg, página de *Experimenta Typographica*, 1956. A sensibilidade de Sandberg na exploração do espaço negativo entre as letras influenciou muito uma geração inteira de designers.



16.59 Willem Sandberg, capa para o *Museum journaal voor moderne kunst*, 1963. Sandberg projetou contrastes entre escala (grande/pequeno), cor (vermelho/azul/branco) e borda (rasgada/precisa).



16.60 Willem Sandberg, capa para *Nu* (Agora), 1959.



16.61 Willem Sandberg, páginas de *Nu*, 1959.

O texto de catálogo de exposição era frequentemente impresso em papel grosso de embrulho, em contraste com as páginas em papel revestido intercaladas para os meios-tons.

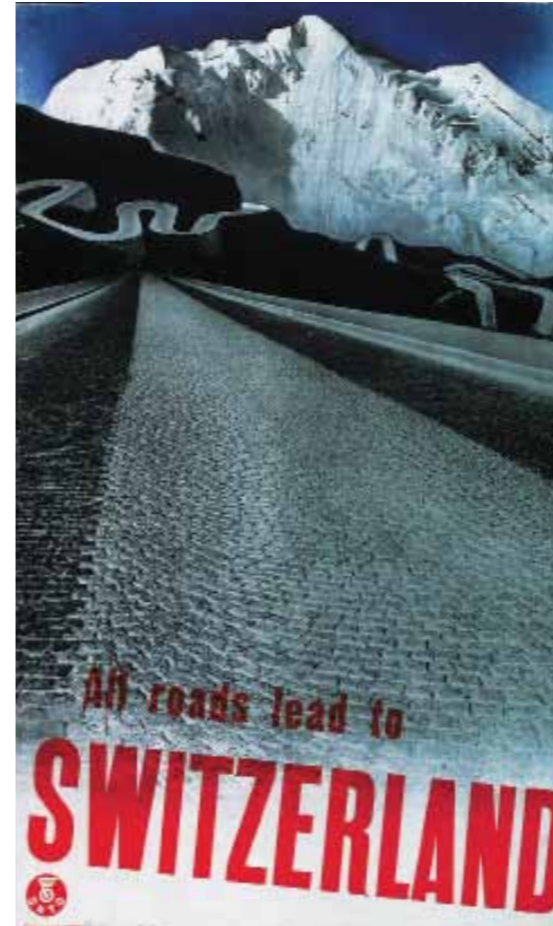
Na capa da *Museum journal voor moderne kunst* (Revista do Museu de Arte Moderna) [16.59], contrastes de escala, cor e margem são usados em um leiaute aparentemente casual, mas muito estruturado. As áreas negativas em branco em torno do “m” e do “j” interagem dinamicamente com as letras vermelhas. As bordas rasgadas contrastam com o tipo preciso e a barra azul de limites nítidos, que também teve um “e” rasgado dela. Na capa de 1957 para o catálogo da biblioteca do Museu Stedelijk, as primeiras seis letras da palavra *bibliotheek* (biblioteca) são igualmente feitas de papel rasgado, denotando um fascínio, herdado de Werkman, pelas felizes descobertas do acaso. A obra de Sandberg demonstra que grande parte das ideias de design subjacentes à Nova Tipografia permanecia crucial depois da Segunda Guerra Mundial [16.60, 16.61].

16.62 Herbert Matter, cartaz de turismo suíço, 1934. Formas angulares e padrões lineares transmitem uma impressão de movimento adequada a esportes de inverno.



16.63 Herbert Matter, cartaz de turismo suíço, 1935. A montagem fotográfica tem um vigor gráfico que mimetiza a experiência espacial da altitude na montanha.

16.64 Herbert Matter, cartaz para Pontresina, 1935. Ângulos alto e baixo de câmera acompanham contrastes drásticos de escala.



NOVAS ABORDAGENS DA FOTOGRAFIA

A Nova Tipografia enfatizava a comunicação objetiva e se preocupava com a mecanização. A câmera era vista como ferramenta vital para a produção de imagens. Grande parte da fotografia usada em conjunto com a Nova Tipografia era direta e neutra. Seu papel como ferramenta de comunicação gráfica foi expandido pelo designer/fotógrafo suíço Herbert Matter (1907-1984). Quando estudava pintura em Paris com Léger, Matter interessou-se por fotografia e design. No início dos anos 1930, trabalhou na fundição de tipos Deberny e Peignot como fotógrafo e designer tipográfico; além disso, ajudou Cassandre no design de cartazes. Aos 25 anos, Matter retornou a seu país natal e começou a desenhar cartazes para o Escritório

16.65 Walter Herdeg, cartaz para St. Moritz, 1936. Luz e sombra criam uma composição animada transmitindo a emoção de esqui. A marca do sol de St. Moritz se torna parte da fotografia.

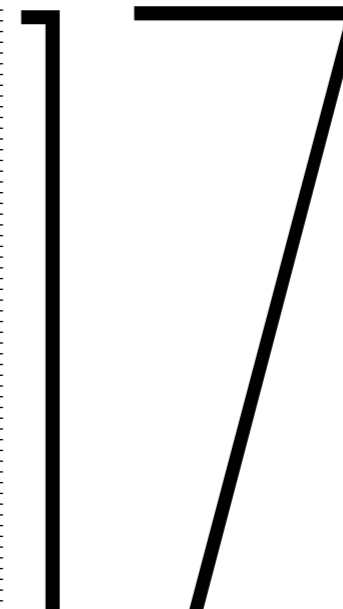
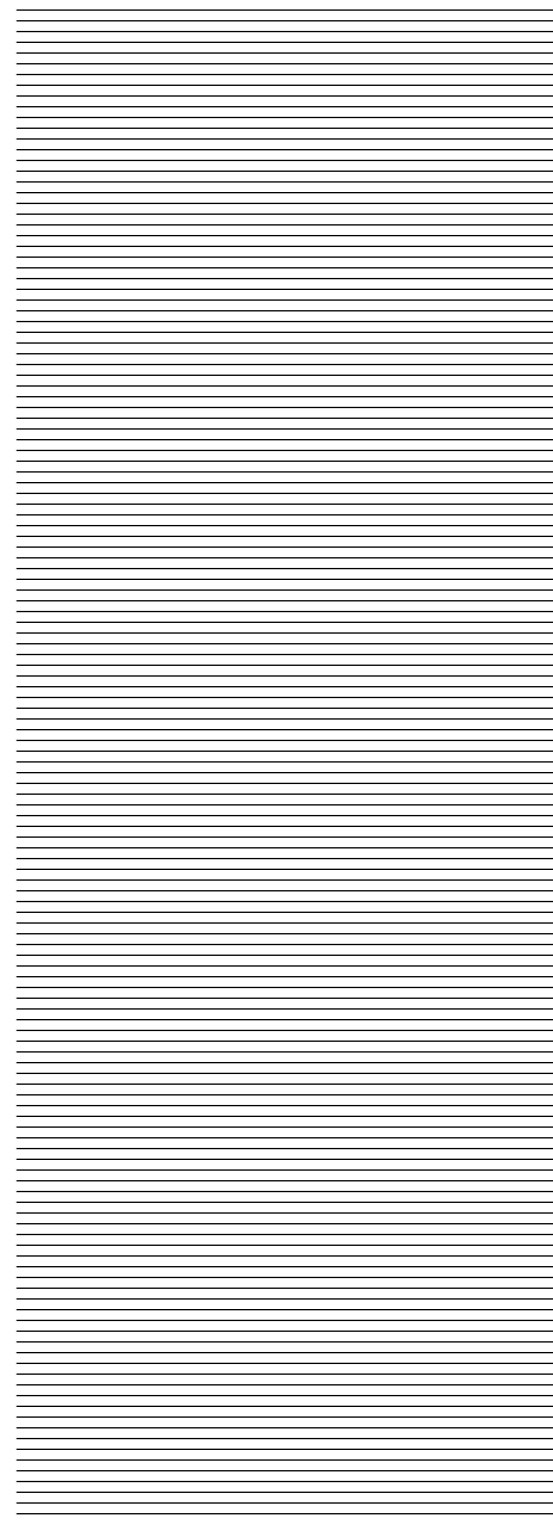


Nacional de Turismo da Suíça. Matter tinha um conhecimento meticuloso dos novos enfoques modernistas da organização visual e suas técnicas, como colagem e montagem. Tal como László Moholy-Nagy, Matter aplicou esse conhecimento à fotografia e ao design gráfico. Seus cartazes dos anos 1930 utilizam montagem, alternâncias dinâmicas de escala e uma integração eficaz de tipografia e ilustração. As imagens fotográficas se tornam símbolos apartados de seus ambientes naturalistas e reunidos de maneiras inesperadas.

Matter foi pioneiro nos contrastes extremos de escala e na integração da fotografia em preto e branco com símbolos e áreas de cor [16.62]. Em seu cartaz de viagem proclamando que todos os caminhos levam à Suíça, três níveis de informações fotográficas se combinam em uma expressão majestosa do espaço [16.63]. No primeiro plano, uma estrada calçada fotografada do nível do chão faz o espaço recuar. Seu movimento é detido por uma serra onde se vê a famosa estrada suíça com sinuoso vaivém sobre as montanhas. Finalmente, o pico de uma montanha imponente se eleva contra o céu azul. Um cartaz de turismo para Pontresina [16.64] utiliza insólitos ângulos de câmera e uma mudança radical de escala: da enorme cabeça para o pequeno esquiador.

Outro suíço que mostrou grande perícia no uso da fotografia no design gráfico durante os anos 1930 foi Walter Herdeg (1908-1995), de Zurique. Em materiais publicitários para estâncias suíças, Herdeg obteve vitalidade no projeto mediante a seleção e o recorte de imagens fotográficas. Já para a estação de esqui de St. Moritz [16.65], Herdeg criou uma unidade gráfica pela aplicação consistente do símbolo de um sol estilizado e um logotipo derivado da caligrafia. Durante a Segunda Guerra Mundial, ele lançou uma revista internacional bimestral de design gráfico intitulada *Graphis*. Durante 42 anos e 246 números, publicou, editou e desenhou essa revista, que desencadeou um diálogo sem precedentes entre designers gráficos do mundo inteiro.

A nova linguagem da forma começou na Rússia e na Holanda, cristalizou-se na Bauhaus e encontrou um de seus mais articulados porta-vozes em Jan Tschichold. As sensibilidades racionais e científicas do século xx ganharam expressão gráfica. A Nova Tipografia possibilitou que designers imaginativos desenvolvessem comunicações visuais funcionais e expressivas e continuou a ser uma influência importante durante o século xx.



O movimento modernista nos Estados Unidos

O movimento moderno não conseguiu sustentação inicial nos Estados Unidos. Quando o lendário Armory Show de 1913 introduziu o modernismo no país, gerou uma tempestade de protestos e provocou a rejeição pública da arte e do design modernos. O novo design europeu só se tornou influência importante nos Estados Unidos nos anos 1930. Como demonstram os *outdoors* numa foto [17.1] de Walker Evans (1903-1975), o design gráfico norte-americano durante os anos 1920 e 1930 ainda era dominado pela ilustração tradicional. Entretanto, a abordagem moderna lentamente ganhou terreno em várias frentes: design de livros, projeto editorial para revistas de moda e de negócios dirigidas a um público abastado e trabalhos gráficos promocionais e corporativos.

Quando o “Elementare Typographie” de Tschichold foi divulgado nos canais norte-americanos de publicidade e artes gráficas, provocou considerável entusiasmo e agitação. Editores e redatores o critica-



17.1 Walker Evans, sem título, 1936. A foto de Atlanta feita por Evans, contrastando casas decadentes e cartazes de filmes da época da Depressão, documenta um abismo entre a realidade e a imaginação gráfica.

ram violentamente como “pirotecnia tipográfica” ou uma “revolução tipográfica” de “um bando maluco de anarquistas estrangeiros fazendo malabarismos delirantes com tipos”. Mas um pequeno número de tipógrafos e designers norte-americanos reconheceu a vitalidade e a funcionalidade das novas ideias. Em 1928 e 1929 novos projetos de tipos, entre os quais o Futura e o Kabel, tornaram-se disponíveis nos Estados Unidos, levando em frente o movimento modernista. Vários designers de livros, como William Addi-

son Dwiggins (1880-1956), fizeram uma transição com trabalhos que variavam da tradição clássica de Goudy e Rogers à Nova Tipografia de Tschichold.

Depois de duas décadas no design publicitário, Dwiggins começou a projetar livros para a Alfred A. Knopf em 1926. Foi ele quem estabeleceu a reputação de excelência da Knopf no design de livros, ao experimentar arranjos incomuns de página de rosto e grids de duas colunas. Seus ornamentos estampados com



17.3 S. A. Jacobs, folha de rosto para *Christmas Tree* (Árvore de Natal), de e. e. cummings, 1928. A tipografia insinua uma imagem, que se junta a fios e ornamentos para sugerir uma paisagem.

estêncil [17.2] combinavam a sensibilidade da colagem cubista com a elegância do ornamento tradicional. Entre seus dezoito projetos de tipo para a Mergenthaler Linotype encontram-se: Caledonia (1938), elegante tipo para texto; Electra (1935), desenho moderno com reduzido contraste entre traços grossos e finos; e Metro (1929), o geométrico sem serifa da Linotype, destinado a concorrer com o Futura e o Kabel.

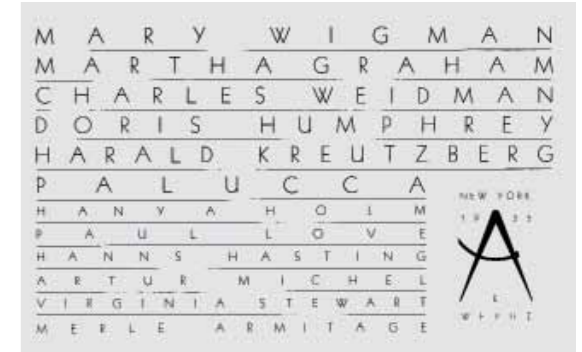
Outros importantes designers de livros do período são S. A. Jacobs, cuja obra prolífica inclui vários livros de poesia de e. e. cummings [17.3], e Merle Armitage (1893-1975), cujas expressões tipográficas variavam de projetos de inspiração renascentista a livros para música e dança de vanguarda que ajudaram a definir a estética do design modernista nos Estados Unidos [17.4].

Lester Beall (1903-1969) era natural da cidade de Kansas e se mudou para Chicago, onde se graduou em

história da arte em 1926. No início foi autodidata – amplas leituras e intelecto curioso formaram a base de seu desenvolvimento profissional. Depois de ganhar experiência no final dos anos 1920 e início dos anos 1930 como designer gráfico, cujo trabalho rompeu com o leiaute norte-americano tradicional da publicidade, Beall transferiu seu ateliê para Nova York em 1935. No desafiador ambiente social e econômico da Depressão (1929-1939), ele tentou desenvolver formas visuais fortes, diretas e vibrantes. Beall compreendeu a Nova Tipografia de Tschichold e a organização aleatória do movimento dadaísta, a disposição intuitiva dos elementos e o uso do acaso no processo criativo [17.5]. Admirando o forte caráter e a forma dos tipos de madeira norte-americanos do século XIX, Beall se deliciou em incorporá-los ao seu trabalho durante esse período. Com frequência, planos de cores chapadas e sinais elementares como setas eram combinados com fotografia, à medida que ele buscava contraste visual e alto nível de conteúdo informativo.

O projeto da figura 17.6 tem fortes movimentos horizontais contrastando com o ritmo das verticais. As imagens são dispostas em camadas no espaço; ali, a ilustração transparente de um pioneiro é sobreposta a duas fotografias. Cartazes de Beall para a Rural Elec-

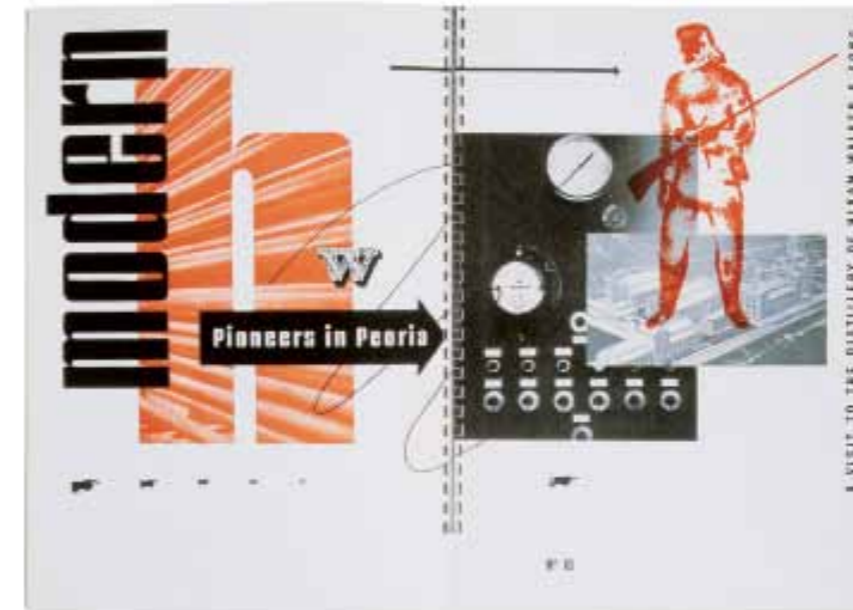
17.4 Merle Armitage, folha de rosto para *Modern Dance* (Dança moderna), de Merle Armitage, 1935. As versais sem serifa são espaçadas e separadas por fios ultrafinos.

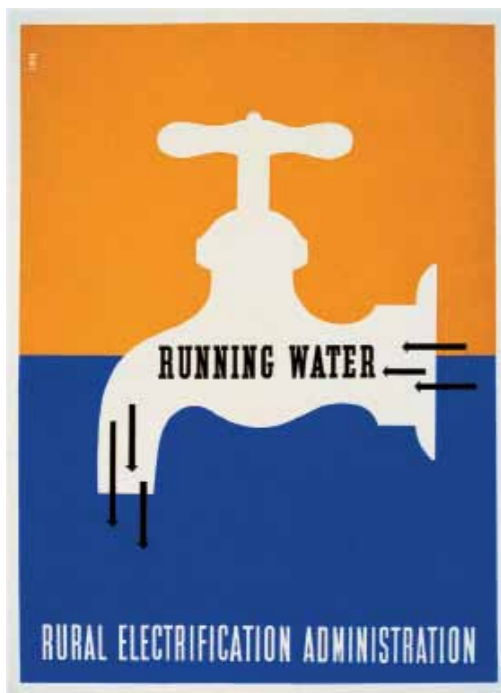


17.5 Lester Beall, capa para *PM*, 1937. Esta capa evidencia o crescente interesse de Beall pelo modernismo europeu. A cor e a tipografia diagonal sugerem a influência da Bauhaus e do construtivismo. Entretanto, seu uso dos tipos do século XIX no canto inferior confere ao projeto um estilo próprio. Este número continha também um artigo de Beall sobre o design gráfico.



17.6 Lester Beall, folhas de rosto de um folheto promocional, c. 1935. Os tipos de madeira vitorianos contrastam com tipos sem serifa e a fotografia, com o desenho.





17.7 Lester Beall, cartaz para a Rural Electrification Administration, c. 1937. Os benefícios da eletricidade eram apresentados por símbolos compreensíveis por um público analfabeto ou semialfabetizado.

trification Administration (Administração da Eletrificação Rural), agência federal encarregada de levar eletricidade para as áreas menos povoadas dos Estados Unidos, reduziam as mensagens pró-eletrificação a símbolos elementares [17.7]. Uma série de cartazes combinava fotomontagem com as faixas vermelhas e brancas da bandeira norte-americana [17.8].

Em 1951 Beall transferiu seu ateliê da cidade de Nova York para sua casa de campo em Dumbarton Farms, em Connecticut. Nesse novo ambiente, e em resposta a mudanças sociais e de clientela, ele passou a se envolver cada vez mais no emergente movimento empresarial dos anos 1950 e 1960 (ver capítulo 20).

IMIGRANTES PARA OS ESTADOS UNIDOS

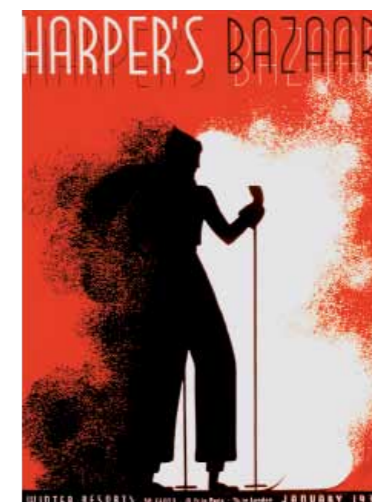
O processo migratório começou lentamente e depois chegou a um crescendo no final dos anos 1930, quando líderes culturais da Europa, entre os quais muitos designers gráficos, foram para os Estados Unidos. A linguagem visual que traziam consigo e as mudanças impostas a seu trabalho pela experiência

norte-americana constituem uma fase importante do desenvolvimento do design gráfico nesse país.

Uma coincidência curiosa é que quatro dos personagens que levaram o modernismo europeu para o design gráfico norte-americano – Erté (nascido Romain de Tiroff, 1892-1990), o dr. Mehemed Fehmy Agha (1896-1978), Alexey Brodovitch (1898-1971) e Aleksandr Liberman (1912-1999) – eram russos de nascimento, imigrantes educados na França, que trabalhavam em projetos editoriais para revistas de moda. Erté era filho de um almirante russo, nascido em São Petersburgo. Depois de tornar-se conhecido como ilustrador e cenógrafo em Paris, trabalhando no estilo *art déco*, assinou contrato exclusivo de 1924 a 1937 para projetar capas e ilustrações de moda para a revista *Harper's Bazaar* [17.9]. Reconhecido por seus designs de moda, cenografias, ilustrações e desenhos, Erté se tornou um representante importante da sensibilidade *art déco*. Seu trabalho combinava o desenho estilizado do cubismo sintético, uma ornamentação exótica e a elegância da alta-costura.



17.8 Lester Beall, cartaz para a Rural Electrification Administration, c. 1937. Grafismos patrióticos e casais felizes sugerem uma vida rural melhorada por programas do governo.



17.9 Erté, capas da *Harper's Bazaar* de julho de 1929, julho de 1934 e janeiro de 1935. As capas de Erté irradiavam um ar sofisticado, europeu, na banca de jornais.

O dr. Agha foi o primeiro diretor de arte com formação em design moderno a comandar o destino gráfico de um grande periódico nos Estados Unidos. Nascido de pais turcos na Ucrânia, Agha estudou arte em Kiev e graduou-se em línguas em Paris. Depois de trabalhar como artista gráfico nessa cidade, mudou-se para Berlim, onde em 1928 conheceu Condé Nast, que acabara de fechar a pouco rentável edição da revista *Vogue* de Berlim e procurava um novo diretor de arte para a sucursal norte-americana. Impressionado com o trabalho gráfico de Agha, Nast o convenceu a ir para Nova York como diretor de arte da *Vogue*. Enérgico e intransigente, Agha logo assumiu também responsabilidades de design pela *Vanity Fair* e pela *House & Garden*. Repensou o enfoque carregado e antiquado do design editorial de Condé Nast, introduzindo fotografia sangrada, tipos sem serifa de composição mecânica, espaço branco e leiautes assimétricos.

Na revista concorrente, a *Harper's Bazaar*, que tinha sido comprada pelo magnata da imprensa William Randolph Hearst em 1913 e rejuvenescida pelo uso da fotografia, Carmel Snow tornou-se editora em 1933. Com grande interesse pelos aspectos visuais da revista, ela contratou como fotógrafo-chefe o húngaro Martin Munkacsy (1896-1963). Convenções antigas e consolidadas de fotografia editorial foram sumariamente derrubadas pelas novas composições de Munkacsy [17.10]. Este pertencia a uma nova linhagem de fotógrafos editoriais e publicitários, que combinavam o

visual dinâmico aprendido de Moholy-Nagy e Man Ray com o novo enfoque da fotografia possibilitado pela recém-lançada câmera Leica 35mm em “miniatura”. Inventada por um empregado da companhia Leitz da Alemanha em 1913, essa pequena câmera portátil foi

17.10 Martin Munkacsy, fotografia editorial da *Harper's Bazaar*, 1934. Ao rejeitar as convenções do estúdio, Munkacsy permitia que as locações ao ar livre e os movimentos naturais de seus modelos sugerissem possibilidades inovadoras.





17.11 Alexey Brodovitch (diretor de arte) e Man Ray (fotógrafo), páginas da *Harper's Bazaar*, 1934. O porte oblíquo da figura inspirou uma página tipográfica dinâmica com vários tamanhos e pesos de tipos geométricos sem serifas.

17.12 Alexey Brodovitch (diretor de arte) e Man Ray (fotógrafo), páginas da *Harper's Bazaar*, 1934. As formas e a textura da fotografia experimental são ampliadas e complementadas pelo desenho tipográfico.

17.13 Alexey Brodovitch, fotografia de Herbert Matter, capa da *Harper's Bazaar*, junho de 1940. Brodovitch frequentemente usou a repetição como recurso de design, como nas formas circulares nas asas da borboleta e nos olhos da modelo.



17.14 Alexey Brodovitch, capa para a *Harper's Bazaar*, junho de 1951. Nessa capa notável, a sensação de verão é captada pelas cores vivas. O corte da imagem chama mais atenção para a roupa de praia que para a modelo em si.



lançada muito mais tarde, porque sua produção havia sido postergada pela Primeira Guerra Mundial. Com a adição de filmes mais rápidos e de maior resolução, a fotografia se tornou uma extensão do olho do fotógrafo.

Carmel convidou Alexey Brodovitch para ser o diretor de arte da *Harper's Bazaar*, cargo em que permaneceu de 1934 a 1958. Brodovitch, russo que lutara na cavalaria do tsar durante a Primeira Guerra Mundial, imigrou para Paris e ali se estabeleceu como um dos principais designers da época até ir para os Estados Unidos, em 1930. Com simpatia pelo espaço em branco e tipos precisos em páginas claras, abertas, ele repensou a abordagem do design editorial [17.11, 17.12]. Procurou “uma sensação musical” no fluxo de texto e imagens. O ambiente rítmico de espaço aberto equilibrando o texto era animado pela arte e a fotografia que ele encomendava de grandes artistas europeus, entre os quais Henri Cartier-Bresson, Cassandre, Dalí e Man Ray. Além disso, Brodovitch ensinou aos designers como usar a fotografia. Seu corte, ampliação e justaposição de imagens e sua primorosa seleção das cópias-contato eram efetuados segundo um extraordinário juízo intuitivo [17.13, 17.14]. Ele via o contraste como ferramenta dominante no design editorial e dedicava grande atenção ao movimento das imagens ao longo das páginas de texto de cada edição.

Nascido em Kiev, Rússia, Alexander Liberman passou seus primeiros anos de vida em Paris e estudou

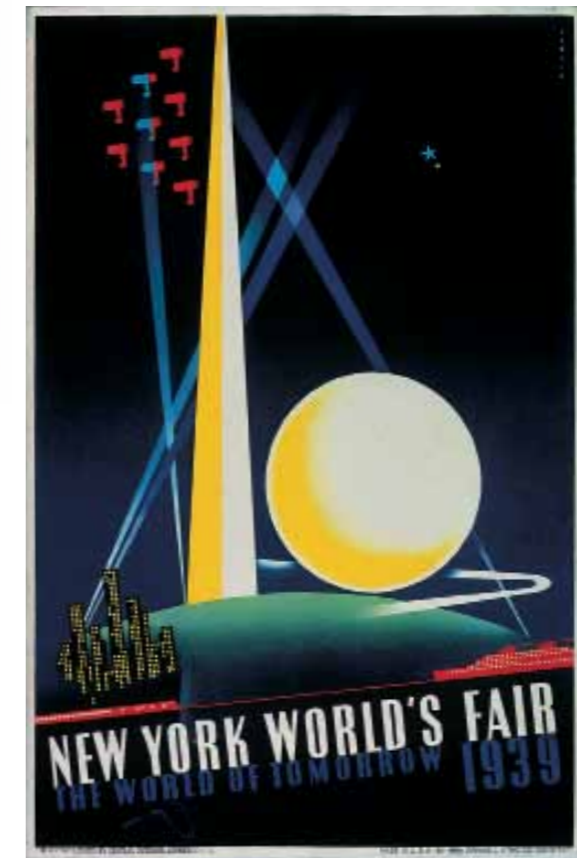
17.15 Alexander Liberman, capa para *Vu*, 1933. *Vu* foi uma das primeiras publicações em que a fotografia desempenhou papel principal e foi a inspiração para revistas como *Life* e *Look* nos Estados Unidos.



na École des Beaux Arts. Depois de trabalhar para Cassandre, foi contratado como designer de layouts pela revista semanal francesa *Vu* e, em 1933, foi nomeado seu diretor [17.15]. Em 1940 emigrou para os Estados Unidos, onde entrou para a seção de design de Condé Nast. Começando como designer de layouts para *Vogue*, em 1943 sucedeu Agha como diretor de arte da revista. Usando fotógrafos como Irving Penn, Cecil Beaton e Lee Miller, animou a *Vogue* com imagens atuais. Foi designado diretor editorial de todas as publicações de Condé Nast em 1961 e permaneceu no cargo até sua aposentadoria, trinta anos mais tarde [17.16].

Joseph Binder foi para os Estados Unidos em 1934 para uma série de conferências e seminários e logo recebeu ampla aclamação. Encorajado pela resposta a seu trabalho, estabeleceu-se em Nova York no ano seguinte. Nos Estados Unidos, a técnica de Binder se tornou mais refinada, em parte porque passou a usar o aerógrafo para obter acabamento sofisticado. Suas fortes origens cubistas resultaram em um realismo estilizado.

No cartaz de Binder de 1939 para a New York World's Fair (Feira Mundial de Nova York) [17.17], o *trylon* e o *perisphere*, emblemas da feira, combinam-se com refletores, uma linha de horizonte e imagens de transportes modernos para simbolizar a maioria dos Estados Unidos às vésperas da Segunda Guerra Mundial. Os acontecimentos logo os obrigariam a deixar de lado sua neutralidade, tradicionalismo e provincianismo; o novo âmbito do design moder-



17.16 Alexander Liberman, capa de *Vogue*, 1945. Com nuances surrealistas Liberman funde um apelo para a Cruz Vermelha com a alta-costura.

17.17 Joseph Binder, cartaz para a New York World's Fair, 1939. Simboliza a adoção do modernismo nos Estados Unidos, tecnologia e poder mundial.

17.18 Joseph Binder, cartaz para A & P Coffee, 1939. Formas planas e modulações feitas por aerógrafo criam contrastes fortes, demandando que o espectador preencha os detalhes do naturalismo editado de Binder.



nista era parte desse processo. Havia traços cubistas no trabalho de Binder, como se pode notar em seu cartaz de 1939 para o café gelado [17.18], onde planos bidimensionais sustentam o conteúdo ilustrativo. Durante seu período em Viena [14.55], Binder havia construído imagens a partir de planos; agora o tema se tornava dominante e as qualidades do design se subordinavam às imagens figurativas.

O PROJETO DE CARTAZES DA WPA

Como parte do New Deal, do presidente norte-americano Franklin Delano Roosevelt, o governo federal criou a Works Progress Administration (WPA) (Administração para o Desenvolvimento de Obras) em 1935. O socorro direto aos desempregados foi substituído por oportunidades de trabalho, e bilhões de dólares foram injetados na economia quando uma média de mais de 2 milhões de trabalhadores passou a receber mensalmente de quinze a noventa dólares, de 1935 até 1941. Lançado no outono de 1935, o Federal Art Project (Projeto Federal de Arte) da WPA possibilitou que atores, músicos, artistas visuais e escritores prosseguissem em suas carreiras profissionais. Um projeto de cartazes foi incluído entre os vários programas culturais. Escultores e pintores juntaram-se nos estúdios a ilustradores e designers gráficos desempregados. Como muitos projetos eram executados por artistas, não admira que o projeto assumisse um sólido enfoque estético da tipografia, usada como elemento de composição e também como comunicadora de mensagens.

De 1935 a 1939, quando o Federal Art Project foi abolido, mais de 2 milhões de exemplares de cerca de 35 mil projetos de cartazes haviam sido produzidos. A maior parte deles foi feita em serigrafia. A cor chapada característica dessa técnica de impressão, combinada às influências da Bauhaus, da pintura moderna e do construtivismo, produziu um resultado que contrastava com a ilustração tradicional dominante em grande parte dos meios de comunicação de massa norte-americanos da época. Eventos culturais patrocinados pelo governo, incluindo apresentações teatrais e exposições de arte, eram objetos frequentes para o projeto de cartazes, assim como as comunicações do serviço público sobre saúde, prevenção do crime, habitação e educação.

A FUGA DO FASCISMO

A ascensão do nazismo na Europa criou uma das maiores migrações transnacionais de talento intelectual e criativo da história. Cientistas, autores,

arquitetos, artistas e designers deixaram o Velho Continente para abrigar-se na América do Norte no final dos anos 1930. Entre eles estavam os artistas Max Ernst, Marcel Duchamp e Piet Mondrian. Quando os nazistas fecharam a Bauhaus em 1933, corpo docente, alunos e ex-alunos se dispersaram pelo mundo e fizeram do design moderno um movimento verdadeiramente internacional. Gropius, Mies van der Rohe e Breuer transplantaram o movimento arquitetônico funcionalista para os Estados Unidos, e Bayer e Moholy-Nagy levaram suas abordagens inovadoras do design gráfico. Outros imigrantes europeus que fizeram contribuições importantes ao design foram Will Burtin (1908-1972), Jean Carlu (1900-1997), George Giusti (1908-1990), Herbert Matter (1907-1984) e Ladislav Sutnar (1897-1976).

Patrocinado pela Association of Arts and Industries, Moholy-Nagy chegou a Chicago em 1937 e estabeleceu a Nova Bauhaus, que foi fechada em pouco mais de um ano por falta de apoio financeiro, mas conseguiu abrir a Design School em 1939. A principal fonte de recursos era o próprio Moholy-Nagy e outros membros do corpo docente, muitos dos quais concordaram em lecionar sem receber, se necessário. Tanto Carlu como Bayer também tiveram dificuldades para encontrar clientes que compreendessem seu trabalho durante seus primeiros meses no país.

Burtin, reconhecido como excepcional designer na Alemanha, fugiu em 1938 depois de recusar-se a trabalhar para o regime nazista. Seu trabalho combinava clareza e precisão gráficas com apresentação lúcida do tema. A capa "Design Decade" da *Architectural Forum* [17.19] demonstra sua habilidade em juntar forma estrutural e informações simbólicas em um todo coerente. As datas, impressas em acetato, combinam-se com as ferramentas do arquiteto para simbolizar o design durante a década precedente; as sombras se tornam formas integrantes do desenho. A profunda compreensão que Burtin tinha da ciência transparece em projetos para a companhia farmacêutica Upjohn, interpretando temas complexos como a bacteriologia [17.20]. Em 1943, Burtin deixou a Upjohn para trabalhar em manuais de treinamento do governo, e em seguida foi diretor de arte da revista *Fortune* por três anos. Em 1948 tornou-se consultor

17.19 Will Burtin, capa para *Architectural Forum*, 1940. Burtin deu forma gráfica a ideias abstratas, como a da passagem do tempo.



de design para a Upjohn e outras companhias, contribuindo enormemente para a interpretação visual de informações gráficas.

UM PATRONO DO DESIGN

Uma figura importante no desenvolvimento do design norte-americano moderno a partir dos anos 1930 foi o industrial de Chicago Walter P. Paepcke (1896-1960). Pioneiro na fabricação de recipientes de papelão e fibra corrugada, fundou, em 1926, a Container Corporation of America (CCA). Aquisições e expansão possibilitaram que a CCA se tornasse uma companhia de âmbito nacional e a maior produtora de materiais de embalagem do país. Paepcke foi único entre os grandes industriais de sua geração, pois percebeu que o design poderia a um só tempo funcionar como propulsor dos negócios e tornar-se uma grande iniciativa cultural por parte da empresa. Seu interesse era inspirado por sua es-

17.20 Will Burtin, capa para o primeiro número de *Scope*, 1941. Para representar novas "drogas milagrosas" em desenvolvimento, uma ilustração colorida é sobreposta a uma foto em preto e branco de um tubo de ensaio.

17.21 Egbert Jacobson, marca para a Container Corporation of America (CCA), 1936. Este símbolo lógico, combinando uma imagem do produto principal com um mapa sugerindo o âmbito nacional da empresa, foi inovador em seu tempo.



posas, a artista Elizabeth Nitze Paepcke (1902-1994), que o motivou a contratar talvez o primeiro diretor de identidade corporativa nos Estados Unidos. Em 1936, Egbert Jacobson (1890-1966) foi escolhido como o primeiro a ocupar o cargo no novo departamento de design da CCA. Tal como aconteceu com o programa de Behrens para a AEG no início do século, a nova identidade visual da CCA (e sua implementação) baseou-se em dois ingredientes: a visão do designer e um cliente apoiador. Jacobson possuía um currículo extenso como especialista em cores e esse conhecimento foi aplicado à medida que as oficinas e os interiores da fábrica passavam dos insípidos cinza e marrons, típicos nas indústrias, para



17.22 A. M. Cassandre, anúncio para a cca, 1938. Uma declaração forte – “Research, experience, and talent focused on advanced paperboard packing” (Pesquisa, experiência e talento concentrados na avançada embalagem de papelão) – é ilustrada com impacto quase hipnótico.

cores vivas. Uma nova marca foi aplicada ao material de escritório, cheques [17.21], faturas, veículos e sinalização. Um formato coerente usava tipos sem serifas e uma combinação padrão de cor preta e marrom-canela.

Paepcke foi defensor e patrono do design. Manteve interesse permanente pela Bauhaus, talvez motivado pelos experimentos da escola com materiais e estruturas de papel. Movido pelo envolvimento e pela determinação de Moholy-Nagy, Paepcke garantiu o tão necessário apoio moral e financeiro ao Instituto de Design. Quando da trágica morte precoce de Moholy-Nagy de leucemia no dia 24 de novembro de 1946, o instituto contava com sólida base educacional e organizacional.

A agência de propaganda da CCA era a N. W. Ayer, cujo diretor de arte, Charles Coiner (1898-1989), fez importante contribuição ao design. A partir de maio de 1937, Cassandre foi encarregado de projetar uma série de anúncios da CCA que desafiaram as convenções da publicidade norte-americana. O cabeçalho e o texto tradicionais foram substituídos por uma imagem dominante que expandia uma declaração simples sobre a CCA [17.22]. Em contraste com a redação enfadonha da maior parte da publicidade dos anos 1930, muitos anúncios da CCA continham apenas cerca de uma dúzia de palavras.

Cassandre também foi encarregado por Brodovitch de projetar capas para a *Harper's Bazaar* [17.23]. Quando ele retornou a Paris em 1939, a CCA continuou com seu método usual, encomendando anúncios a outros artistas e designers de *status* internacional, entre os quais Bayer (que foi mantido como consultor em design por Jacobson e depois atuou como diretor do departamento de design da CCA de 1956 a 1965), Léger, Man Ray, Matter e Carlu.

OS ANOS DE GUERRA

Enquanto o trauma da guerra destruía a capacidade de muitos governos de produzir propaganda impressa, um grupo diversificado de pintores, ilustradores e designers recebia encomendas do U. S. Office of War Information (Escritório de Informações de Guerra dos Estados Unidos), onde o material nesse

17.23 A. M. Cassandre, capa para *Harper's Bazaar*, 1939. O nariz de frasco de perfume, a boca de batom e a bochecha de pó de arroz conquistam simultaneidade.



período variou de cartazes brilhantemente concebidos a materiais de formação didática e charges amadorísticas.

Em 1941, quando a entrada dos Estados Unidos no conflito mundial parecia inevitável, o governo federal começou a desenvolver cartazes de propaganda para promover a produção. Charles Coiner se tornou seu consultor de arte quando teve início a formação da colossal defesa do país. Ele encarregou Carlu de criar um dos melhores projetos de sua carreira, o cartaz “America’s answer! Production!” (A resposta da América! Produção) [17.24]. Mais de 100 mil cópias foram distribuídas por todo o país, e Carlu foi reconhecido com o prêmio máximo da exposição do Clube dos Diretores de Arte de Nova York.

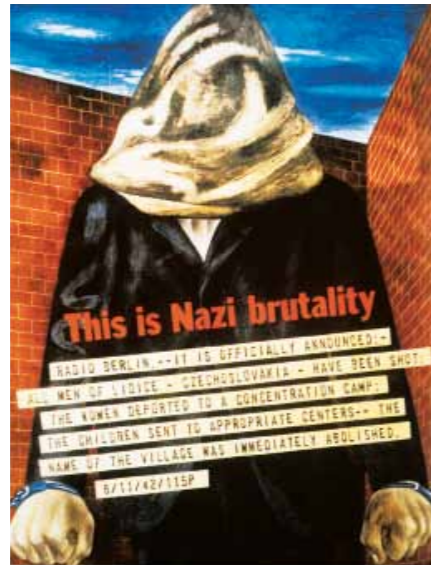
Opiniões apaixonadas sobre Hitler, Pearl Harbor e a guerra pareciam despertar comunicações contundentes dos designers gráficos, ilustradores e artistas plásticos encarregados de criar cartazes para o Office of War Information. O ilustrador John Atherton (1900-1952), criador de inúmeras capas para o *Saturday Evening Post*, penetrava no cerne do problema da conversa descuidada, da fofoca e discussão dos movimentos de tropas como uma fonte de informações do inimigo [17.25]. A proposta de cartaz de Binder para a U. S. Army Air Corps (Força Aérea dos Estados Unidos) [17.26] é convincente em sua simplicidade, simbolizando a essência das Forças Aéreas com um mínimo de elementos. O impacto é obtido por contrastes dramáticos de cor e escala. Kauffer foi encarregado de projetar cartazes para elevar o moral das nações aliadas [17.27]; uma imagem de Hermes, o clássico mensageiro grego dos deuses, é combinada com uma bandeira dos Estados Unidos para produzir um vigoroso símbolo gráfico. O realista social Ben Shahn (1898-1969), cujas pinturas abordavam a injustiça política e econômica durante a Depressão, alcançou um público maior com cartazes que expressavam a brutalidade nazista [17.28]. Ele conseguia força comunicativa com formas gráficas

17.24 Jean Carlu, cartaz para o Office for Emergency Management (Escritório para Administração de Emergência), 1941. Os elementos visuais e verbais estão inseparavelmente interligados em um símbolo intenso de produtividade e trabalho.



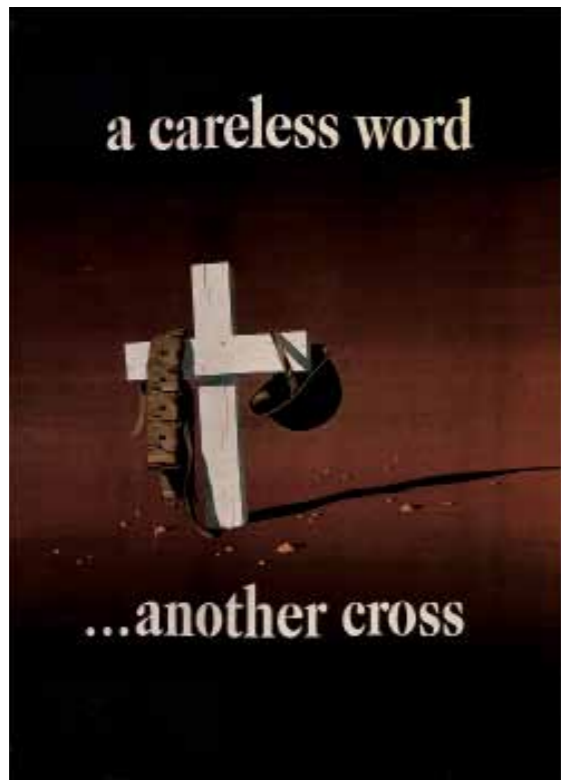


17.25 John Atherton, cartaz para o U. S. Office of War Information, 1943. O posicionamento do título, dividido em duas partes, sugere um retângulo; essa simetria é animada pela colocação descentralizada da cruz branca.

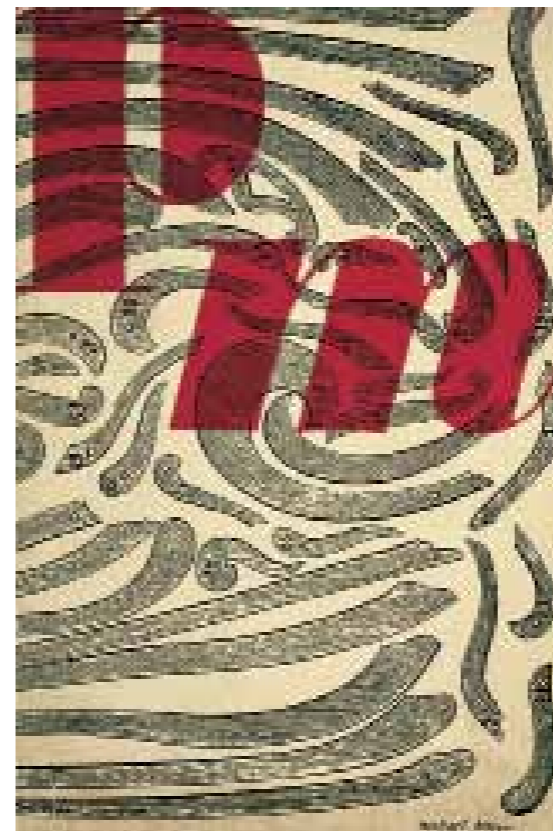


17.27 E. McKnight Kauffer, cartaz promovendo a unidade dos Aliados, c. 1940.

17.28 Ben Shahn, cartaz para o U. S. Office of War Information, 1943. A ideia de uma crise tenebrosa é transmitida por meio de palavras e imagens diretas.



17.26 Joseph Binder, proposta de cartaz para a U. S. Army Air Corps, 1941. Extrema profundidade espacial é transmitida pela mudança de escala entre a asa em close-up e as aeronaves em formação.



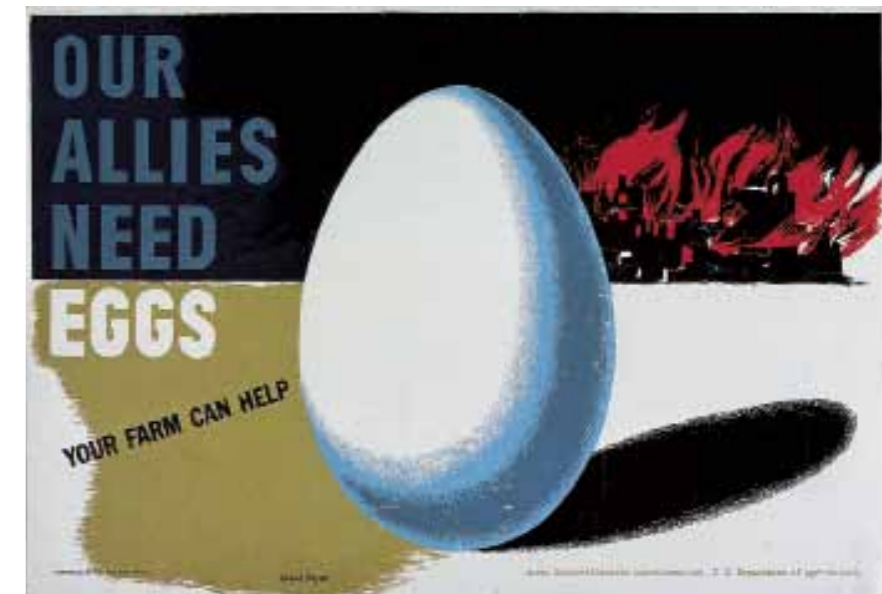
intensas: a sugestão de uma prisão pelo fechamento do espaço com uma parede, o capuz mascarando a identidade da vítima, o cabeçalho simples e direto e a urgência factual de um telegrama.

Os cartazes que Bayer produziu durante e depois da guerra eram surpreendentemente ilustrativos, comparados ao seu enfoque construtivista do período da Bauhaus em Dessau. Sua capa de 1939/1940 para *PM* foi um dos últimos projetos que realizou antes que essa mudança de enfoque se tornasse evidente [17.29]. Sensível a seu novo público e voltado para a resolução de problemas de comunicação, Bayer pintou ilustrações com um realismo simplificado, depois as combinou com a hierarquia das informações e uma forte estrutura subjacente, da qual fora pioneiro em Dessau. Em seu cartaz que promovia a produção de ovos, o grande ovo branco centrado contra o céu negro se torna um forte ponto focal [17.30].

O título à esquerda equilibra a cidade em chamas à direita, e o subtítulo na diagonal acompanha a sombra projetada pelo ovo.

Quando se compara o cartaz de Bayer de 1949 para a pesquisa da pólio [17.31] a seu cartaz de 1926 para a exposição dos sessenta anos de Kandinski [16.20], esses dois projetos se mostram em clara oposição. O cartaz de Kandinski era projetado por um professor de tipografia de 26 anos de idade em uma nova escola com uma perspectiva otimista de construir uma nova ordem social por meio do design; o cartaz da pesquisa da pólio é o trabalho de um designer de 48 anos vivendo numa terra estrangeira, depois de uma guerra na Europa em que morreram 26 milhões de pessoas. A fotografia e a tipografia de Bayer no período da Bauhaus cederam lugar à ilustração pintada à mão e à inscrição manual, mas o compromisso com a comunicação funcional, a integração de letras e imagens e o equilíbrio assimétrico permaneceu constantes.

Durante a Segunda Guerra Mundial, a CCA criou novos usos para a embalagem de papelão, poupando os metais e outros materiais estratégicos para o esforço de guerra. Uma campanha publicitária de “Paperboard Goes to War” (O papelão vai à guerra) [17.32, 17.33] deu continuidade à experimentação em design dos antigos anúncios institucionais. Antes da guerra



17.29 Herbert Bayer, capa para *PM*, dezembro de 1939/janeiro de 1940. Este número incluiu artigos sobre o trabalho de Bayer, sua filosofia de design e suas ideias sobre tipografia.

17.30 Herbert Bayer, cartaz de incentivo à produção de ovos, c. 1943. Predominam o preto e o branco, intensificando as cores primárias atenuadas.



17.33 Herbert Matter, anúncio para a CCA, 1943. Um conjunto integrado de imagens sugere âmbito mundial, caixas de papelão e alimentos para soldados em duras condições ambientais.



havia ainda um certo grau de preocupação pública quanto à resistência do papelão; a campanha preparou o caminho para sua utilização disseminada após a guerra. Cada anúncio mostrava o uso específico de um produto da CCA no esforço de guerra. Bayer, Carlu e Matter juntaram-se a Jacobson na criação de influentes expressões econômicas, que atingiam diretamente a essência do problema da comunicação. Imagens fortes eram usadas com duas ou três linhas de tipografia, muitas vezes colocadas diagonalmente em contraponto às linhas de composição da ilustração ou montagem.

DEPOIS DA GUERRA

Após o conflito, os Estados Unidos desmobilizaram milhões de soldados e dirigiram aos mercados de consumo a indústria anteriormente voltada às necessidades de guerra. Aspirando a outra campanha de publicidade institucional com o uso das belas-artes, a CCA decidiu encomendar pinturas a artistas

17.31 Herbert Bayer, cartaz de apoio à pesquisa da pólio, 1949. O eixo diagonal do tubo de ensaio conduz o olhar da manchete vermelha e azul para a fluida luz amarela que está começando a raiar, ligando os elementos da mesma maneira que as grossas barras pretas do trabalho de Bayer na Bauhaus.

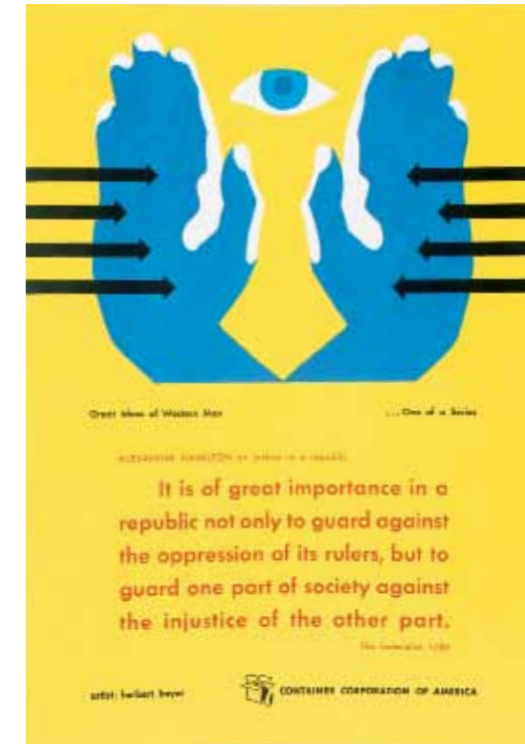


17.32 Herbert Matter, anúncio para a CCA, 1942. Um temporal amplifica o conteúdo textual da embalagem de papelão protegendo bens contra o mau tempo e o desgaste.



de cada um dos então 48 estados norte-americanos [17.34]. Uma linha simples de texto figurava abaixo de cada pintura colorida, e em seguida vinha o logotipo da CCA. A série serviu para antecipar um ideal da Bauhaus: a união da arte com a vida. Uma vez selecionados, concedia-se aos artistas a liberdade de suas convicções estéticas. Foi formada uma importante coleção de arte corporativa, hoje sediada na Smithsonian Institution.

Depois de concluída a série dos estados, a CCA desenvolveu uma das mais brilhantes campanhas institucionais da história da publicidade. Elizabeth e Walter Paepcke participavam do grupo de discussão Great Books conduzido em Chicago por Robert M. Hutchins e Mortimer Adler. Ao mesmo tempo, esses dois estudiosos editavam a série Great Books of the Western World (Grandes livros do mundo ocidental), que incluía dois volumes discutindo as ideias contidas na série. Walter Paepcke abordou Adler sobre a possibilidade de uma campanha de anúncios institucionais apresentando as grandes ideias da cultura ocidental, as quais seriam selecionadas por Adler e



17.34 Ben Cunningham (artista), Leo Lionni (diretor de arte), N. W. Ayer & Son (agência), anúncio da CCA homenageando Nevada, 1949. Aos artistas encarregados de interpretar seu estado natal era concedida total liberdade.

17.35 Herbert Bayer, anúncio de "Great Ideas" da CCA, 1954. A proteção contra a injustiça e a opressão é afirmada por mãos que impedem que flechas penetrem na página.

17.36 Herbert Bayer, anúncio de "Great Ideas" da CCA, 1960. A advertência de Theodore Roosevelt sobre ameaças aos Estados Unidos encontrou expressão em uma colagem retratando riqueza e decadência.





17.37 Alexey Brodovitch, capa para *Portfolio*, 1951. Os tons reticulados produzem a ilusão de que retângulos translúcidos em rosa e cinza-azulado foram colocados sobre a marca, em estêncil, que rasga a capa de cima a baixo.

seus colegas e interpretadas pelos artistas visuais. Os Paepcke se juntaram a Bayer e Jacobson para formar um júri de seleção dos artistas que seriam solicitados a concretizar graficamente esses conceitos abstratos. Começando em fevereiro de 1950, essa campanha institucional inédita transcendeu os limites da publicidade, uma vez que ideias sobre liberdade, justiça e direitos humanos eram transmitidas para um público de dirigentes empresariais, investidores, futuros funcionários e formadores de opinião. A campanha atravessou três décadas, com 157 artistas visuais criando projetos para quase duzentos anúncios de “Great Ideas”. A arte variava de retratos em pintura e escultura a abstração geométrica, interpretações simbólicas [17.35] e colagem [17.36].

Assim como a CCA fixou o padrão de excelência para a publicidade institucional no pós-guerra, Brodovitch continuou a ser um designer proeminente para revistas. Além de suas habilidades como designer editorial, ele desenvolveu um dom excepcional para identificar e ajudar novos talentos. Os fotógrafos Richard Avedon (1923-2004) e Irving Penn (n. 1917) rece-



17.38 Alexey Brodovitch, páginas de *Portfolio*, 1951. Uma mudança magistral de escala ocorre na transição dos pequenos símbolos de marcar gado, dispersos em torno do touro, para os grandes na primeira página do portfólio.



17.40 Herbert Matter, capa para *Fortune*, outubro, 1943. Aqui, fotogramas e formas geométricas se combinam com fotografias de rolamentos para construir uma imagem convincente.

beram encomendas iniciais e conselhos de Brodovitch. Art Kane (1925-1995) foi outro pupilo seu. Kane trabalhou como retocador de fotos e diretor de arte da revista *Seventeen* antes de voltar-se para a fotografia. Foi um mestre do simbolismo, da múltipla exposição e da redução da fotografia a imagens essenciais necessárias para transmitir de forma convicta e convincente a essência do conteúdo.

Durante o início dos anos 1950 Brodovitch projetou a *Portfolio* [17.37], revista de artes visuais que teve vida curta. No auge de sua capacidade artística, Brodovitch conferiu a essa publicação uma elegância e fluência visual raramente igualadas, graças a ritmo, corte das imagens e uso de cor e textura. Imagens grandes, espaço dinâmico e encartes em papéis coloridos e texturizados [17.38] contrastam com o papel branco liso, acetinado. Um ensaio fotográfico desdobrável de 138 centímetros [17.39] sobre o Mummer's Parade (Desfile de pantomimas), pontuado por colunas verticais de tiras de filme, é sequencial e cinético.

Além de trabalhos como designer autônomo para a CCA, Matter recebeu encomendas de design e foto-



17.39 Alexey Brodovitch, páginas de *Portfolio*, 1951. Duas páginas do Mummer's Parade se desdobram para revelar cortes e justaposições dinâmicas de imagens.



17.41 Herbert Matter, anúncio para Knoll Associates, 1948. Fotos de componentes orgânicos da cadeira se combinam com “sombras” amarelas chapadas para gerar a energia de um móvel de Calder.

grafia de outros clientes, entre os quais *Vogue*, *Fortune* e *Harper's Bazaar*. As soluções de design editorial de Matter exploravam habilmente a fotografia, como mostra sua capa para o número de outubro da *Fortune* [17.40]. Em 1946 ele começou um período de vinte anos como consultor em design gráfico e fotografia para a empresa Knoll Associates de design e fabricação de móveis, e produziu parte de seu melhor trabalho para esse cliente. Os anúncios para cadeiras



17.42 Herbert Matter, capas de folhetos apresentando uma cadeira Knoll, 1956. Quando a página translúcida é folheada, descobre-se que o estranho objeto embrulhado é uma cadeira.



de plástico moldado de Eero Saarinen são notáveis em sua composição dinâmica [17.41]. Formas biomórficas, embora muito em voga durante o final dos anos 1940 e início dos anos 1950 em pintura, móveis e outras formas de design, ficaram presas a esse marco temporal e são hoje associadas às sensibilidades do período. Como um tributo à sólida compreensão de Matter dos princípios do design, a série de anúncios que ele criou para os móveis de Saarinen manteve sua vitalidade muito tempo depois de as formas da época se tornarem datadas.

Durante os anos 1950 Matter dedicou-se a soluções mais puramente fotográficas. Sua habilidade para transmitir conceitos por meio de imagens é demonstrada no fôlder (também usado como anúncios em duas páginas ímpares consecutivas de revista) de uma nova linha de móveis de pedestal de plástico moldado [17.42]. Seu “Chimney Sweeper” (Varredor de chaminés) se mostrou o mais duradouro anúncio na história da empresa [17.43].

Em outras ocasiões, Matter desenvolveu projetos quase puramente tipográficos. Em sua capa de catálogo para uma exposição de Alexander Calder no Museu Guggenheim em Nova York, as letras suspensas do nome de Calder são usadas para sugerir os móveis [17.44].

Com suas formas poderosas e temas bem definidos, Joseph Binder continuou a ser uma força no cenário do design nos Estados Unidos até os anos 1960. Seus onipresentes cartazes de recrutamento [17.45] estiveram entre as últimas manifestações do modernismo figurativo e se arraigaram na consciência norte-americana durante os anos 1950. As formas geométricas e simbólicas desse estilo eram convertidas em massas monolíticas simbolizando o poderio militar e as realizações tecnológicas de uma nova era de armamentos sofisticados.

17.43 Herbert Matter, anúncio “Chimney Sweeper” para a poltrona “womb chair” (cadeira útero) de Eero Saarinen, c. 1955. Este foi o anúncio de mais longa duração da Knoll, figurando na *New Yorker* de 1958 até 1971.



17.44 Herbert Matter, capa de catálogo para uma exposição de Alexander Calder, 1964. As letras do nome de Calder pendem do céu como peças de escultura.

Filho de um casal ítalo-suíço, George Giusti trabalhou na Itália e na Suíça antes de ir para a cidade de Nova York em 1938 e abrir um escritório de design. Ele possuía uma capacidade única de reduzir formas e imagens a uma essência simplificada, mínima, e de torná-las iconográficas e simbólicas. As imagens livremente desenhadas de Giusti guardam marcas de seu processo de trabalho; uma imagem pintada com matizes transparentes tem áreas de cor saturadas e borradas, e suas ilustrações tridimensionais não raro incluem os parafusos ou outros prendedores usados para juntar os diversos elementos. Começando nos



17.45 Joseph Binder, cartaz de recrutamento para a U. S. Navy (Marinha dos Estados Unidos), c. 1954. Permanecem traços dos cartazes de navios a vapor de Cassandre, mas a força expressa é mais intensa e imponente.

anos 1940 e adentrando bastante os anos 1960, Giusti recebia encomendas frequentes por suas imagens fortes e iconográficas para campanhas publicitárias e projetos de capa para as revistas *Holiday* [17.46] e *Fortune*.

A GRÁFICA INFORMATIVA E CIENTÍFICA

Sutnar foi para Nova York como diretor de design do Pavilhão da Tchecoslováquia na Feira Mundial de 1939, ano em que Hitler ocupou seu país. Ele permaneceu na cidade e se tornou uma força vital na evolução do design moderno nos Estados Unidos. Uma estreita associação com o Sweet's Catalog Service possibilitou que Sutnar deixasse uma marca indelével no design de informações de produtos industriais. Uma nova marca [17.47] estabeleceu o caráter tipográfico do material impresso da Sweet's.

Desde 1906 essa empresa vinha fornecendo um compêndio de informações de produtos arquitetônicos e industriais. Trabalhando em estreita colabo-

17.47 Ladislav Sutnar, marca para o Sweet's Catalog Service, 1942. Encantadoramente simples, esta marca possui uma relação figura-fundo de maravilhosa harmonia.



ração com o diretor de pesquisas da Sweet's, Knut Lönberg-Holm, Sutnar desenvolveu um sistema para estruturar informações de maneira lógica e coerente. Em dois livros que são marcos de referência, *Catalog Design* (Design de catálogos) e *Catalog Design Progress* (Progresso do design de catálogos) [17.48], eles documentaram e explicaram sua abordagem para uma geração de designers, redatores e clientes. O design de informações era definido como uma síntese de função, fluxo e forma. *Função* é a necessidade utilitária com um propósito definido: tornar as informações fáceis de encontrar, ler, compreender e recordar. *Fluxo* significa a sequência lógica das informações. Sutnar achava que a unidade básica não era a página, mas



17.48 Ladislav Sutnar, folha de rosto para o *Catalog Design Progress*, 1950. Barras e retângulos contendo tipos tornam-se elementos de composição colocados em equilíbrio dinâmico.

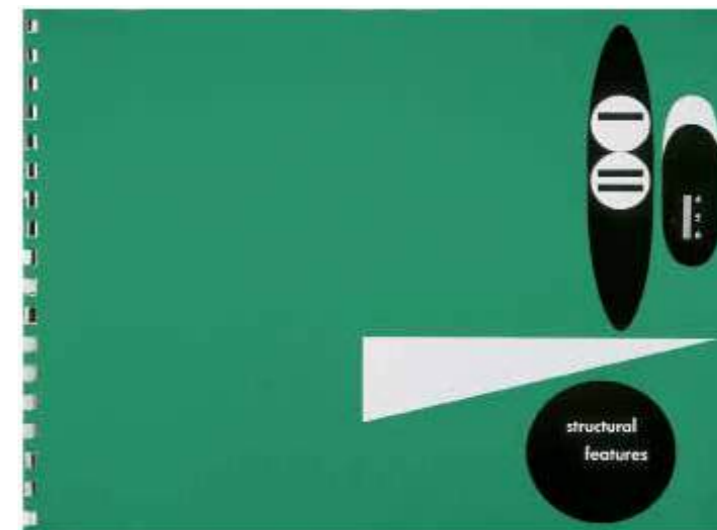
17.49 Ladislav Sutnar, página divisória de seção do *Catalog Design Progress*, 1950. Os sinais e as formas declaram "primeira parte, segunda seção, tópicos quatro, cinco e seis: características estruturais".

a "unidade visual", isto é, a página dupla. Rejeitou as margens tradicionais e usou figuras sangradas. Ele empregava forma, linha e cor como elementos funcionais para dirigir o olhar em seu movimento através do desenho em busca de informações. O desenho do *Catalog Design Progress* em si tem um sistema de codificação [17.49] de símbolos, números e palavras, com um triângulo na parte inferior das folhas de rosto direcionando o leitor adiante.

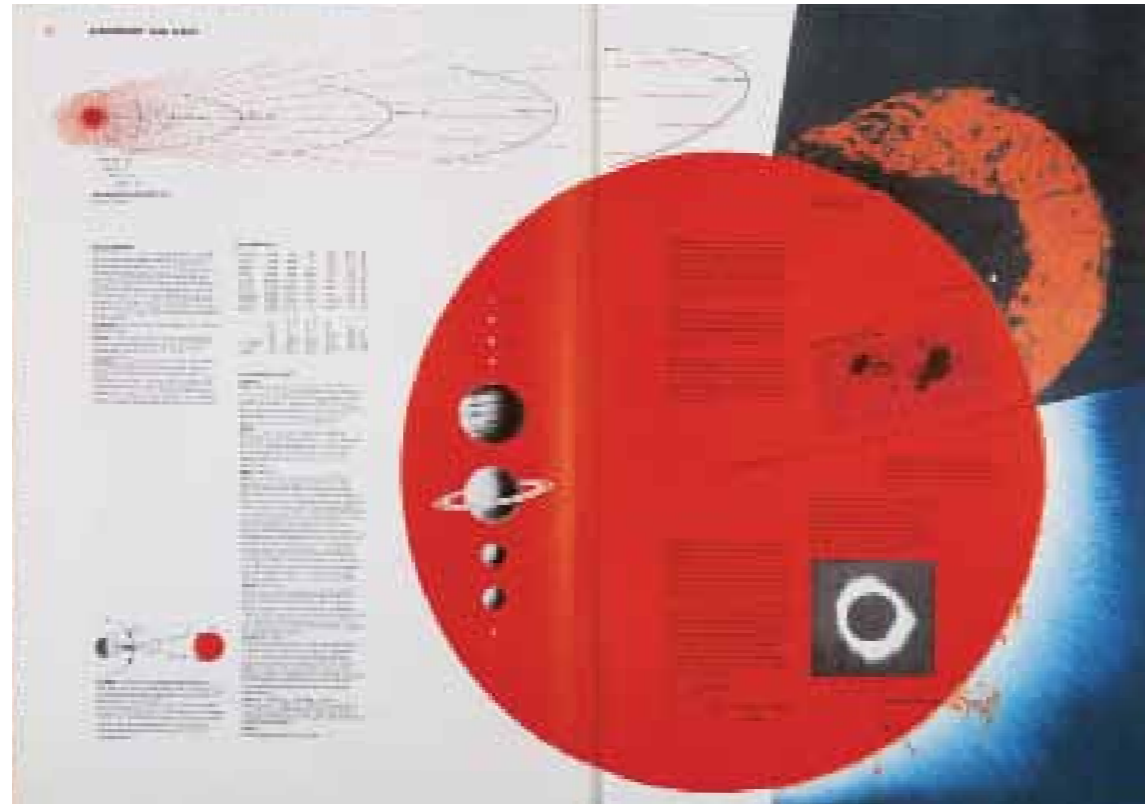
À medida que Sutnar equacionava os problemas de forma, arranjos estáticos e uniformes de informações catalográficas davam lugar a padrões dinâmicos e a organização clara e racional. Cada catálogo tinha um tema gráfico unificador, e a articulação visual dos tipos – sublinhado, contrastes de tamanho e peso, espaçamento, cor e uso negativo – ajudava na busca, exame e leitura. Uma linguagem de visualização simples com ênfase em gráficos, diagramas e imagens esclarecia informações complexas e poupava tempo de leitura. O canto superior direito é o ponto de acesso de cada unidade visual e contém o título identificador [17.50]. A unidade ótica resultava de um uso sistemático de linha, forma, cor e tipo. Esses elementos eram combinados em *sinais visuais de tráfego* para ajudar o usuário na busca de informações.

Um marco importante na apresentação visual de dados foi a publicação do *World Geo-Graphic Atlas* (Atlas geo-gráfico mundial) pela CCA em 1953. Na introdução, Paepcke falou da necessidade de "com-

17.50 Ladislav Sutnar, página do *Catalog Design Progress*, 1950. Estes desenhos do canto superior direito são de cinco sistemas catalográficos diferentes.



17.51 Herbert Bayer, páginas do *World Geo-Graphic Atlas*, 1953. Os planetas estão em escala em suas relações recíprocas e com o Sol; à direita, foto de uma erupção solar e a ilustração de um eclipse solar.

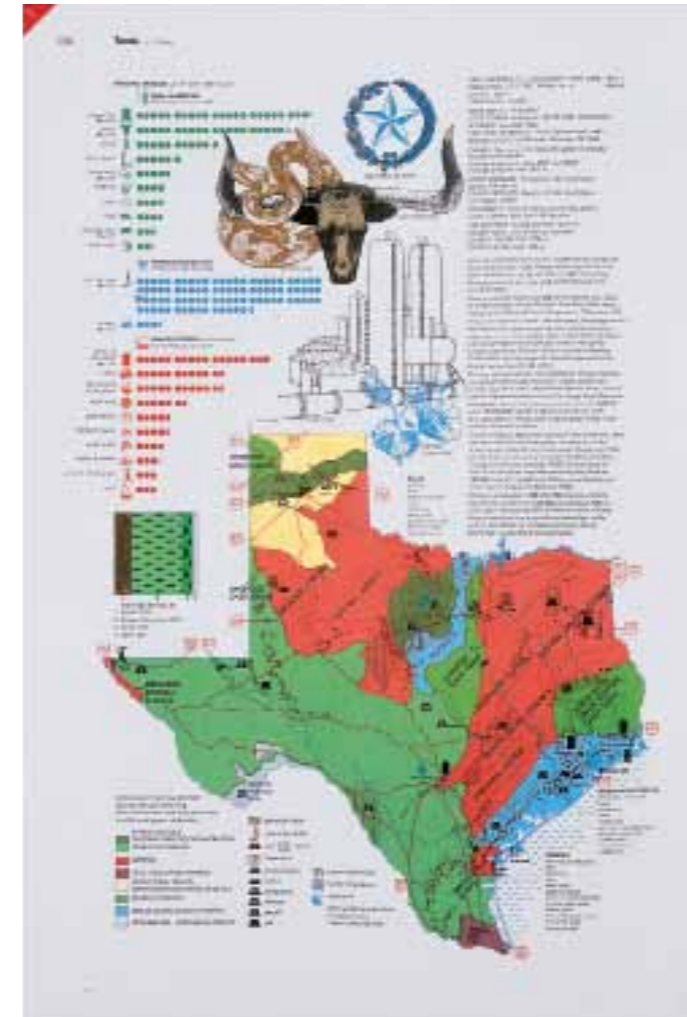


prender melhor outros povos e nações”. Bayer, o designer e editor, trabalhou durante cinco anos no projeto. Uma vez mais, Paepcke teve um comportamento diferente do homem de negócios convencional, pois a CCA publicou um atlas de 368 páginas contendo 120 mapas-múndi de página inteira apoiados por 1 200 diagramas, gráficos, tabelas, símbolos e outras comunicações gráficas sobre o planeta. Esse atlas foi distribuído para clientes, fornecedores, bibliotecas e museus. Bayer reuniu informações de múltiplas disciplinas científicas, incluindo geografia, astronomia [17.51], climatologia, economia e sociologia, e as apresentou por meio de símbolos, tabelas e diagramas. Eram fornecidas informações detalhadas sobre os estados e os países [17.52]. Bayer e seus assistentes entregavam cada página ao impressor na forma de uma única pintura a guache com tipos Futura colados sobre uma folha de acetato sobreposta.

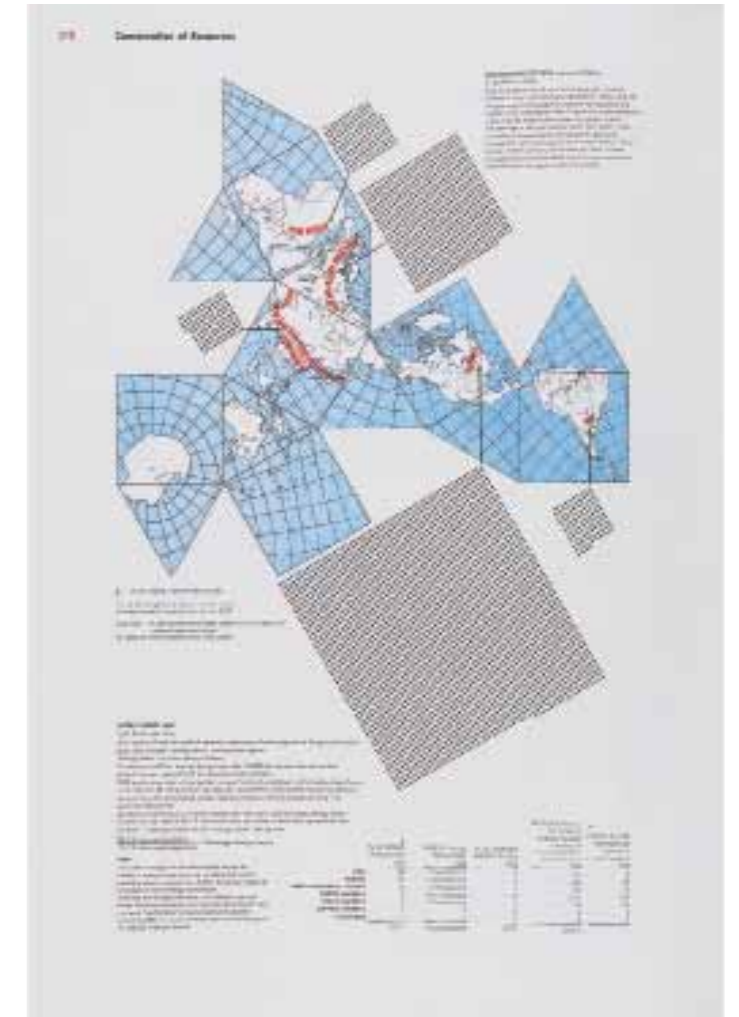
Bayer estava à frente de seu tempo em seu esforço de inventariar os recursos do planeta e estudá-lo como uma série de sistemas geofísicos e biológicos entrelaçados. Profeticamente, a seção final do *World Geo-Graphic Atlas* discute a conservação dos recursos, abordando seu esgotamento e o crescimento da população. Bayer usou a *Dymaxion Projection* (projeção icosaédrica) de R. Buckminster Fuller, um mapa que mostra o globo em duas dimensões sem distorção, como base para pictogramas representando a população, e retângulos de pontos negros simbolizando o consumo de energia [17.53]. O mapa demonstrava que a América do Norte tinha apenas 8% da população mundial, mas consumia 73% de sua energia.

Grande parte dos imigrantes que levaram conceitos europeus de design para os Estados Unidos chegou praticamente sem dinheiro e com poucos pertences, mas eles estavam munidos de talento, ideias e da forte confiança no design como uma atividade

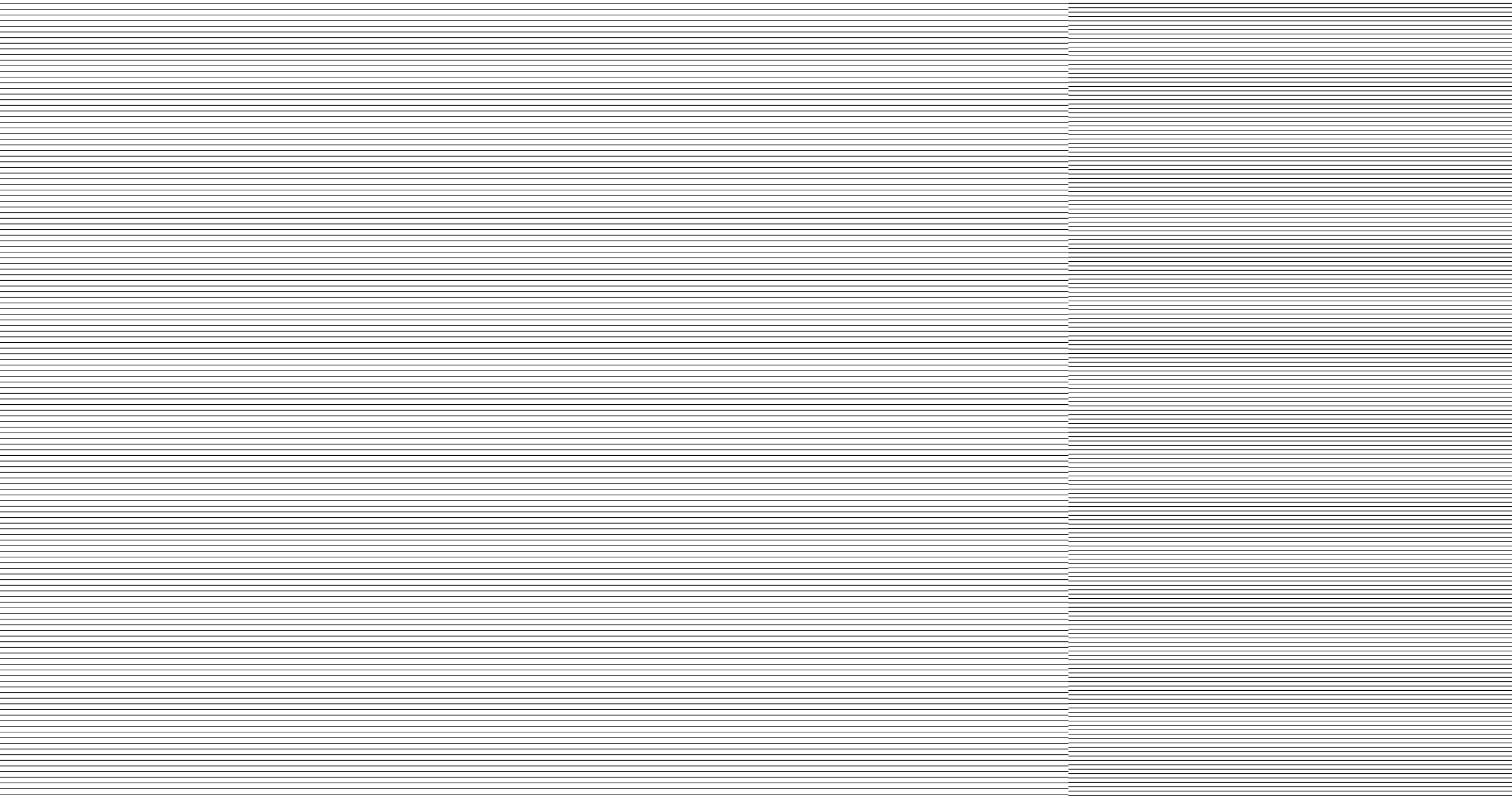
valiosa, que seria capaz de contribuir para a melhoria da comunicação e da condição humana. A experiência norte-americana foi muito enriquecida pela presença desses designers.



17.52 Herbert Bayer, página do *World Geo-Graphic Atlas*, 1953. Codificação de cores, símbolos, cortes transversais, mapas e ilustrações fornecem um inventário visual dos recursos da Terra.

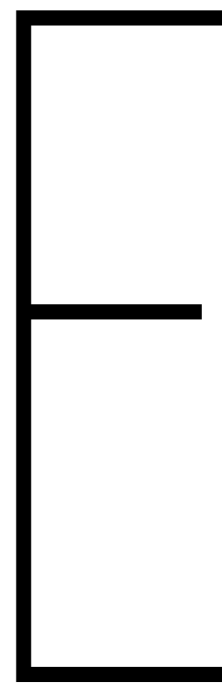


17.53 Herbert Bayer, página do *World Geo-Graphic Atlas*, 1953. Podem-se fazer comparações visuais imediatas sobre população e uso de energia.



A era da informação

O design gráfico na aldeia global



18

O Estilo Tipográfico Internacional

Durante os anos 1950 surgiu na Suíça e Alemanha um movimento que foi chamado de design suíço ou, mais propriamente, Estilo Tipográfico Internacional. Sua clareza e objetividade conquistaram adeptos no mundo inteiro. Permaneceu uma força importante por mais de duas décadas e sua influência continua no século XXI.

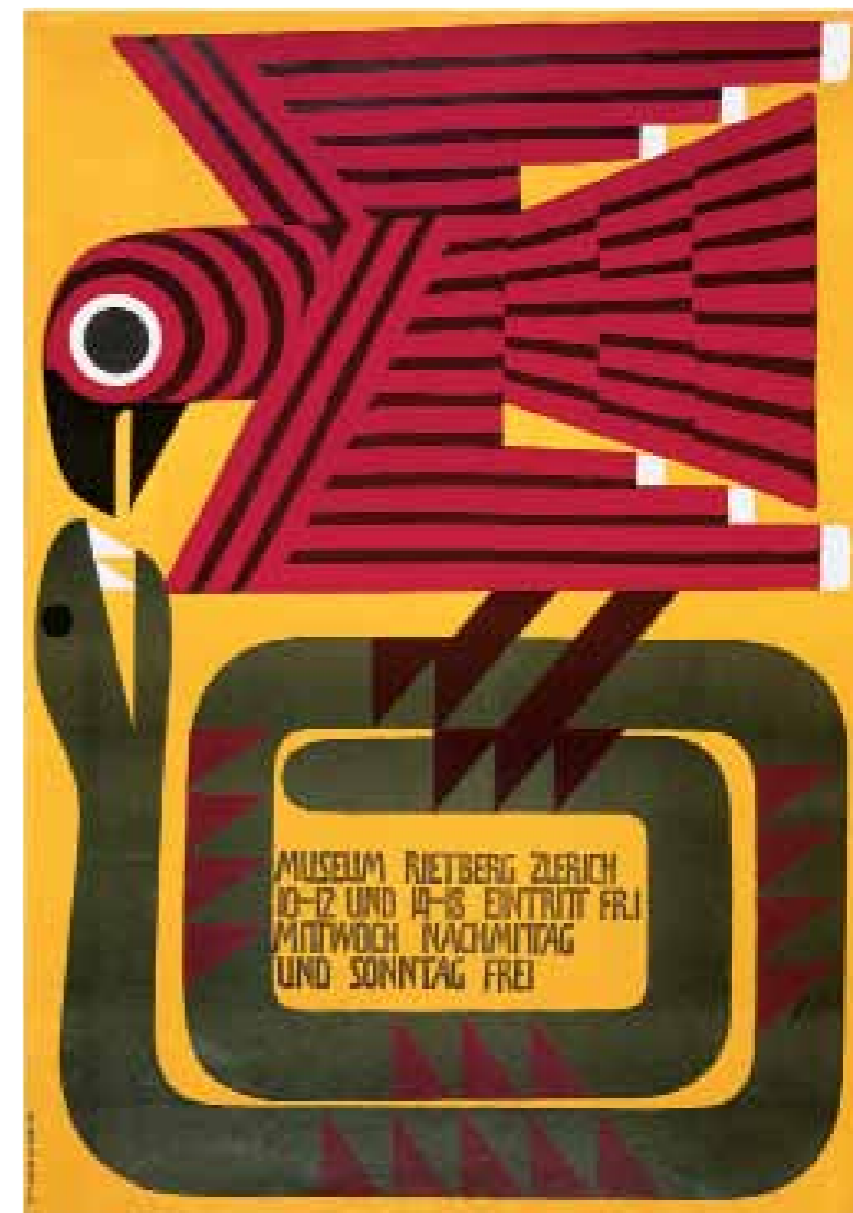
As características visuais desse estilo incluem uma unidade obtida por meio da organização assimétrica dos elementos do projeto em um grid matematicamente construído; fotografia objetiva e texto que apresentam informações visuais e verbais de maneira clara e factual, livre dos apelos exagerados da propaganda e publicidade comercial; e o uso de tipografia sem serifa alinhada pela margem esquerda, não justificada. Os iniciadores desse movimento acreditavam que a tipografia sem serifa expressa o espírito de uma era mais progressista e que os grids matemáticos são os meios mais legíveis e harmoniosos para estruturar informações.

Mais importante que o aspecto visual desse trabalho é a atitude desenvolvida por seus pioneiros em relação a sua profissão. Esses desbravadores de novas trilhas definiram o design como uma atividade socialmente útil e importante. A expressão pessoal e soluções excêntricas eram rejeitadas, ao mesmo tempo que se abraçava uma abordagem mais universal e científica para a solução de problemas de design. Nesse paradigma, os designers definem seus papéis não como artistas, mas como canais objetivos para a disseminação de informações importantes entre os componentes da sociedade. Clareza e ordem são as palavras-chave.

PIONEIROS DO MOVIMENTO

Mais que a qualquer outro indivíduo, a qualidade e a disciplina encontradas no movimento do design suíço podem ser atribuídas a Ernst Keller (1891-1968). Em 1918, ele ingressou na Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich (Escola de Artes e Ofícios de Zurique)* para ministrar a disciplina de leiaute para publicidade e desenvolver um curso profissional de design e tipografia. No ensino e em seus próprios projetos de letras, marcas e cartazes, Keller estabeleceu um padrão de excelência que durou quatro décadas. Em lugar de adotar um estilo específico, ele acreditava que a solução para um problema de design deve brotar de seu conteúdo. Assim, por coerência, seu trabalho abrangia diversas soluções. Seu cartaz para o Museum Rietberg em Zurique [18.1] demonstra seu interesse por imagens simbólicas, formas geométricas simplificadas, margens e letras expressivas além de cores de contrastes vibrantes. Discreto e modesto, Keller introduziu um padrão de excelência no design gráfico suíço.

As raízes do Estilo Tipográfico Internacional se encontram, em grande medida, no currículo proposto na Escola de Design da Basileia. O desenvolvimento desse currículo sustenta-se em exercícios geométricos básicos envolvendo o cubo e a linha. Esse fundamento, iniciado no século XIX e por isso independente do De Stijl e da Bauhaus, forneceu os parâmetros para a formação, em 1908, do *Vorkurs* (curso básico) da escola e nos anos 1950 continuava relevante para o programa de design.



* Hoje ZHdK – Zürcher Hochschule der Künste (Universidade das Artes de Zurique). [N.E.]

18.1 Ernst Keller, cartaz para o Museum Rietberg de Zurique, 1952. Imagens emblemáticas são animadas por elementos geométricos repetitivos.

Théo Ballmer (1902-1965), que estudou por um curto período na Bauhaus de Dessau no tempo de Klee, Gropius e Meyer ao final dos anos 1920, aplicou princípios do De Stijl ao design gráfico de maneira original, usando um grid aritmético de alinhamentos horizontais e verticais. Em 1928 os projetos de cartazes de Ballmer alcançaram alto grau de harmonia formal à medida que ele aplicava esse grid para construir formas visuais. Em seu cartaz “Büro” (Escritório) [18.2], tanto a palavra em preto como seu reflexo vermelho são cuidadosamente desenvolvidos a partir do grid subjacente. A outra inscrição nesse cartaz mostra a influência dos experimentos de Van Doesburg com letras geométricas. Entretanto, as letras de Ballmer são mais refinadas e graciosas que os tipos desajustados de Van Doesburg. Enquanto o grid usado para construir as formas no cartaz “Büro” é invisível, no cartaz “Norm” (Norma) de Ballmer [18.3] ele é expressamente exibido.



18.2 Théo Ballmer, cartaz de uma exposição para profissionais de escritório, 1928. Vestígios dos quadrados utilizados para construir este cartaz permanecem nas finas linhas brancas entre as letras.

18.3 Théo Ballmer, cartaz para uma exposição itinerante de normas industriais, 1928. É usada a construção matemática absoluta, em vez das horizontais e verticais assimétricas do De Stijl.



O trabalho de Max Bill (1908-1994) abrangia pintura, arquitetura, engenharia, escultura e design gráfico e de produto. Depois de estudar na Bauhaus com Gropius, Meyer, Moholy-Nagy, Albers e Kandinski de 1927 a 1929, Bill mudou-se para Zurique. Em 1931 ele abraçou os conceitos da arte concreta e começou a traçar claramente seu caminho. Onze meses antes da morte de Van Doesburg, em abril de 1930, ele formulou um manifesto da arte concreta, clamando por uma arte universal de clareza absoluta baseada na construção aritmética. As pinturas eram totalmente estruturadas com elementos visuais puros, matematicamente exatos – planos e cores. Como esses elementos não possuem significado externo, os resultados

são puramente abstratos. De certo modo, o design gráfico é a antítese desse conceito, já que sem significado simbólico ou semântico deixa de ser uma comunicação gráfica e se torna arte plástica. Entretanto, os conceitos da arte concreta podem ainda assim ser aplicados ao aspecto estrutural do design gráfico.

Quando os anos 1930 deram lugar aos anos de guerra e a Suíça manteve sua neutralidade, Bill construiu leiautes de elementos geométricos organizados com ordem absoluta. Proporção matemática, divisão geométrica espacial e o uso de tipos Akzidenz Grotesk (particularmente os de peso médio) são características de seu trabalho nesse período [18.4]. Ele continuou a explorar o uso da margem direita desalinhada e em alguns de seus projetos de livros dos anos 1940 indicava os parágrafos por um intervalo espacial em lugar de um recuo na primeira linha. Seu cartaz da exposição de arquitetura norte-americana, construído com um grid intrincado [18.5], demonstra sua estratégia de projetar uma estrutura matemática para conter os elementos. A evolução da arte e do design de Bill se baseou no desenvolvimento de princípios coesos de organização visual. Entre as preocupações importantes estava a divisão linear do espaço em partes harmoniosas; grids modulares; progressões aritméticas e geométricas, permutações e sequências; e a equalização de relações contrastantes e complementares em um todo ordenado. Em 1949 ele concluiu: “É possível desenvolver uma arte baseada em grande parte no pensamento matemático”.

Em 1950 Bill envolveu-se no planejamento do currículo e edifícios para a Hochschule für Gestaltung (Escola Superior de Design) em Ulm, Alemanha. A Escola de Ulm, que funcionou até 1968, tentou estabelecer um centro de pesquisa e formação para tratar dos problemas de design da época com objetivos educacionais semelhantes aos da Bauhaus. Entre os cofundadores, Otl Aicher (1922-1991) desempenhou papel importante na criação do programa de design gráfico [20.31 – 20.34]. Bill deixou a diretoria de Ulm em 1956, mas a escola prosseguiu usando abordagens científicas e metodológicas na solução de problemas de design. O tipógrafo inglês Anthony Froshaug (1918-1984) entrou para o corpo docente de Ulm, lecionando design gráfico de 1957 a 1961 e ins-



18.5 Max Bill, cartaz de exposição, 1945. Fotos losangulares formam uma diagonal; algumas delas têm fundo branco para equalizar figura e fundo.

18.4 Max Bill, capa de livro, 1942. Uma precisão matemática é alcançada pelo alinhamento central dos tipos página abaixo, gerando harmonia e ordem em um leiaute assimétrico.



18.6 Anthony Froshaug, capa para o *Quarterly Bulletin* da Escola de Ulm, 1958. O sistema de grid de quatro colunas, o uso de apenas dois tamanhos de tipos e a ressonância gráfica desse formato exerceram ampla influência.

talou a oficina de tipografia. O projeto de Froshaug para os primeiros cinco números da revista de Ulm [18.6] é paradigmático do novo movimento.*

A Escola de Ulm incluiu em seu currículo um estudo de semiótica, a teoria filosófica dos signos e símbolos. A semiótica tem três ramos: a *semântica*, estudo do significado de sinais e símbolos; a *sintaxe*, estudo de como os signos e símbolos são relacionados e ordenados em um todo estrutural; e a *pragmática*, estudo da relação entre os signos e símbolos e seus usuários. Além disso, princípios da retórica grega foram reexaminados para aplicação à comunicação visual.

Em contraponto à evolução de Bill, entre os anos 1930 e 1950, rumo a uma abordagem purista do design gráfico, houve também nesse período forte tendência em direção à complexidade e Max Huber (1919-1992) foi um dos principais expoentes nessa linha. Depois de estudar as ideias formais da Bauhaus e fazer experiências com fotomontagem como aluno da Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich, Huber mudou-se para Milão, Itália, e iniciou sua carreira. Retornando a sua Suíça natal durante a guerra, colaborou com Bill em projetos de exposições e, após retornar à Itália em 1946, produziu trabalhos fenomenais. Matizes vivos, puros, eram combinados com fotografias em densas e complexas organizações visuais [18.7]. Ele tirava partido da transparência das tintas de impressão acomodo-

dando formas, tipos e imagens em camadas para criar uma malha complexa de informações gráficas [18.8]. Os projetos de Huber às vezes parecem beirar o caos, mas por meio do equilíbrio e dos alinhamentos ele mantinha a ordem em meio à complexidade.

GRÁFICOS FUNCIONAIS PARA A CIÊNCIA

O alemão de nascimento Anton Stankowski (1906-1998) trabalhou de 1929 a 1937 como designer gráfico em Zurique, onde desfrutou de estreitas relações com muitos dos principais artistas e designers locais, entre os quais Bill, Matter e Richard P. Lohse (1902-1988). Durante seu período na Suíça, Stankowski foi particularmente inovador em fotografia, fotomontagem e manipulação de imagens em laboratório. Padrões e formas eram explorados em suas fotos de objetos comuns em *close-up*, cuja textura e detalhe eram transformados em imagens abstratas.

Em 1937 Stankowski mudou-se para Stuttgart, Alemanha, onde pintou e projetou durante mais de



18.7 Max Huber, capa de anuário, 1951. Um equilíbrio informal de retículas impressas em vermelho, preto e azul é combinado com retângulos amarelos para converter o espaço em um campo carregado de energia.

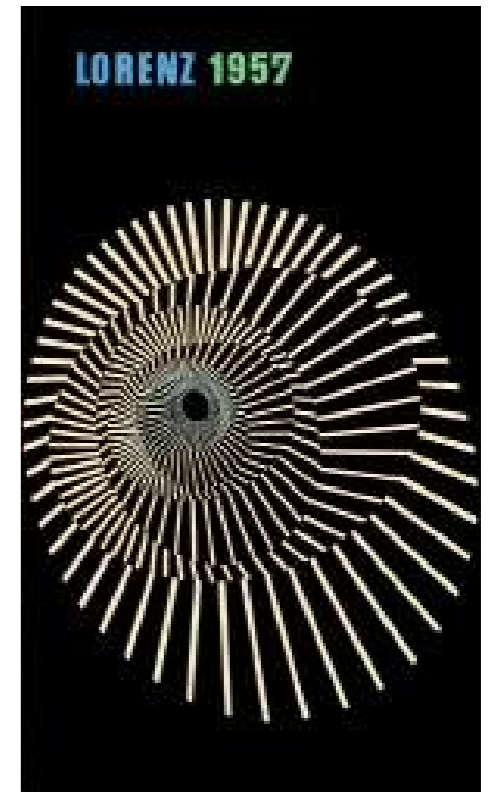


18.8 Max Huber, cartaz para corridas automobilísticas, 1948. Velocidade e movimento são expressos por tipos que correm para trás em perspectiva e setas curvando-se para a frente, conferindo profundidade à página impressa.

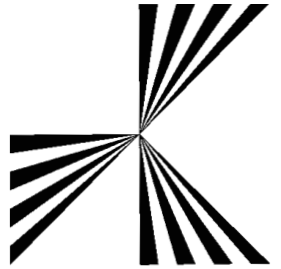
cinco décadas. É evidente o diálogo entre a pintura e o design em Stankowski. Ideias sobre cor e forma com frequência saem de suas pinturas para seus projetos gráficos; inversamente, uma vasta experimentação em busca de soluções de design parece ter propiciado formas e ideias de composição para seu trabalho em artes plásticas.

A Segunda Guerra Mundial e o serviço militar, incluindo um período como prisioneiro de guerra após sua captura pelos russos, interromperam sua carreira. Depois da guerra, seu trabalho começou a cristalizar-se no que se tornaria sua contribuição maior ao design gráfico: a criação de formas visuais para comunicar processos invisíveis e forças físicas [18.9 – 18.11]. As habilidades que Stankowski trouxe para esse problema foram um sólido domínio do

18.10 Anton Stankowski, capa de calendário para a Standard Elektrik Lorenz AG, 1957. Uma configuração radial simboliza transmissão e irradiação fazendo referência aos produtos de rádio e telefonia do cliente.



18.9 Anton Stankowski, marca para a Standard Elektrik Lorenz AG, 1953. Equilíbrio dinâmico é obtido por uma construção assimétrica em um quadrado implícito, simbolizando transmissão e recepção de comunicações.

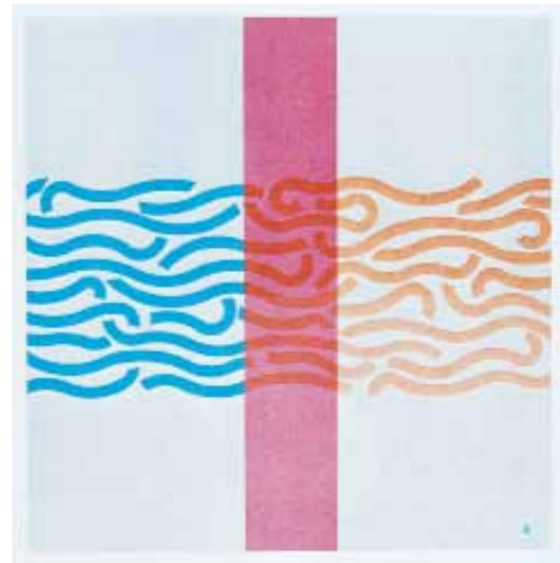


projeto construtivo, uma perspicácia intelectual para a ciência e a técnica e uma ardente curiosidade. A pesquisa e a compreensão do objeto precediam seus projetos, pois, somente após entender o material a ser apresentado, o designer pode inventar formas que se tornem símbolos de complexos conceitos científicos e técnicos. Stankowski enfrentou o desconhecido, que ia da energia eletromagnética às operações internas de um computador, e transformou em projetos visuais o conceito subjacente a essas forças.

Em 1968 o Senado de Berlim encomendou a Stankowski e seu estúdio a criação de um programa completo de design para aquela cidade. Foi desenvolvido um sistema gráfico para sinalização arquitetônica, placas de rua e publicações. Em vez de projetar um símbolo ou logotipo único para ser usado como elemento visual unificador, Stankowski desenvolveu um elemento tectônico para uso coerente em todo o material. Uma linha horizontal longa, com uma vertical curta se elevando dela, tornou-se um símbolo para a então dividida cidade de Berlim. A linha vertical representava o muro que, até 1989, separava o resto da cidade da parte sob domínio soviético. O nome *Berlin*, composto em Akzidenz Grotesk médio, era sempre colocado do lado direito do elemento tectônico [18.12].



18.12 Anton Stankowski, capa para *Berlin-Layout*, 1971. O projeto de capa deriva de uma de suas pinturas.

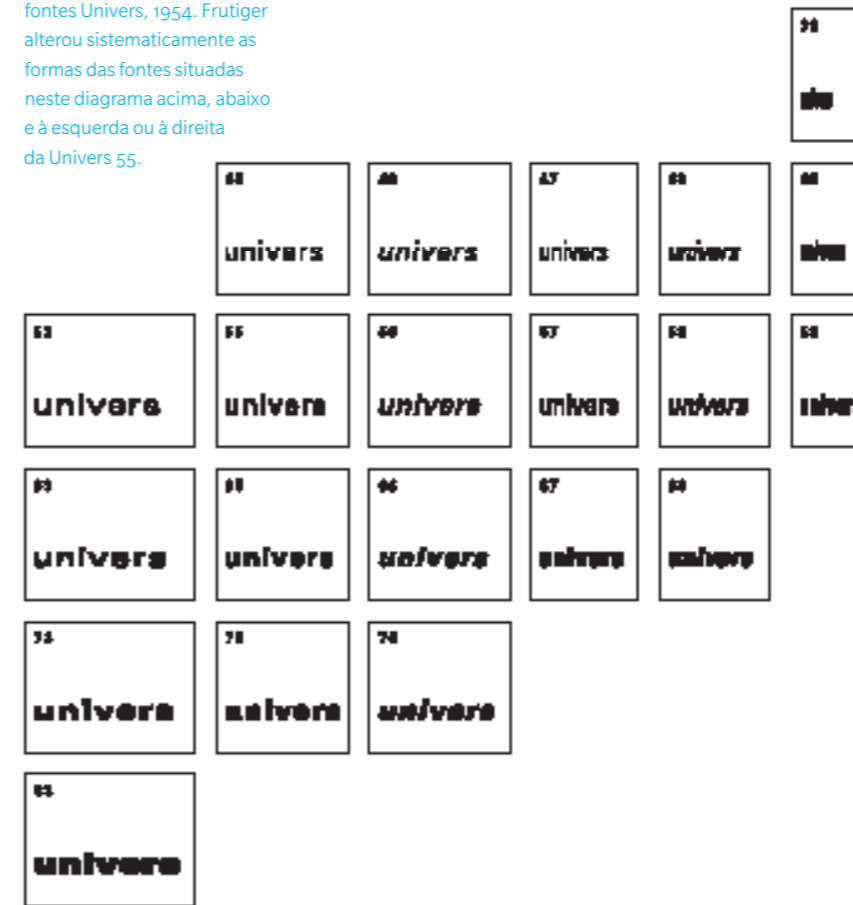


18.11 Anton Stankowski, imagem de um calendário de Viessmann. Os elementos lineares mudam de cor depois de passarem pela barra central, representando calor e transferência de energia em caldeiras de fornos.

NOVOS TIPOS SUÍÇOS SEM SERIFA

O emergente Estilo Tipográfico Internacional foi desdobrado em várias famílias novas de tipos sem serifa desenhadas nos anos 1950. Os estilos geométricos sem serifa, construídos matematicamente com instrumentos de desenho durante os anos 1920 e 1930, eram rejeitados em favor de projetos mais refinados inspirados por fontes como a Akzidenz Grotesk do século XIX [12.35]. Em 1954, um jovem designer suíço trabalhando em Paris, Adrian Frutiger (n. 1928), completou uma família visualmente programada de 21 fontes sem serifa chamada Univers [18.13]. A paleta de variações tipográficas – limitada a regular, itálico e bold na tipografia tradicional – foi septuplicada. A nomencla-

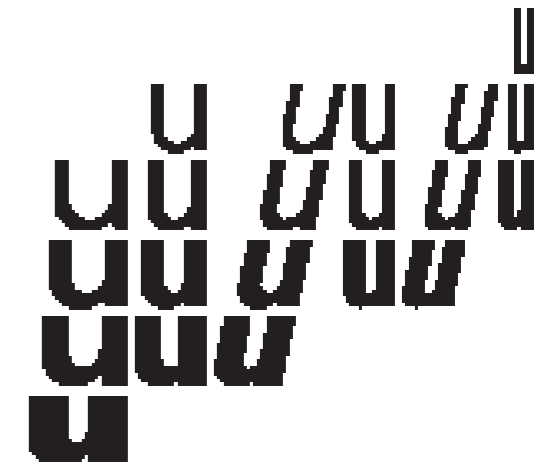
18.13 Adrian Frutiger, diagrama esquemático das 21 fontes Univers, 1954. Frutiger alterou sistematicamente as formas das fontes situadas neste diagrama acima, abaixo e à esquerda ou à direita da Univers 55.



tura convencional foi substituída por números. O peso normal ou regular com as relações corretas de branco e preto para a composição de livros é chamado Univers 55, e a família varia da Univers 39 (light/extraestreita) à Univers 83 (larga/extrabold). Fontes à esquerda da Univers 55 são alargadas; à direita são estreitadas. Os pesos das fontes acima da Univers 55 são mais leves; abaixo dela são mais pesados. Como as 21 fontes têm a mesma altura-x e comprimento de ascendentes e descendentes, formam um todo uniforme e podem ser usadas juntas com total harmonia [18.14]. O tamanho e o peso das versais se aproximam do tamanho e peso dos caracteres em caixa-baixa; dessa forma, a textura e o tom de uma composição em texto Univers são mais uniformes que os da maioria dos tipos anteriores, es-



18.14 Bruno Pfäffli do Atelier Frutiger, composição com a letra "u", c. 1960. As 21 variações da Univers podem ser usadas juntas para alcançar contrastes dinâmicos de peso, tom, largura e direção.



pecialmente em publicações multilíngues. Frutiger se empenhou durante três anos na Univers. Para produzir a família Univers, a fundição de Deberny e Peignot em Paris investiu mais de 200 mil horas de gravação mecânica, além de retoques e punção manual final para criar as 35 mil matrizes necessárias para produzir as 21 fontes na gama plena de tamanhos.

Em meados dos anos 1950, Edouard Hoffman da fundição HAAS, na Suíça, decidiu que as fontes Akzidenz Grotesk deviam ser refinadas e melhoradas. Hoffman colaborou com Max Miedinger (1910-1980), que executou os projetos, e sua nova *sans serif*, com uma altura-x ainda maior que a da Univers, foi lançada como Neue Haas Grotesk. Quando esse projeto foi produzido na Alemanha pela agora extinta D.

Stempel AG em 1961, o tipo foi chamado de Helvetica [18.15], o nome latino para a Suíça. As formas bem definidas e o excelente ritmo de formas positivas e negativas do Helvetica fizeram dele o tipo mais requisitado internacionalmente durante os anos 1960

Helvetica

Helvetica Italic

Helvetica Medium

Helvetica Bold

Helvetica Bold Condensed

e 1970. Entretanto, como diversos de seus pesos, itálicos e largas foram desenvolvidos por diferentes designers em vários países, a família original do Helvetica carecia da coesão do Univers. À medida que a composição digital passou a dominar nos anos 1980, foram desenvolvidas versões da família com compatibilidade mais sistêmica, incluindo a Neue Helvetica de 1983 da Linotype, com oito pesos, cada um com versões largas, estreitas e itálicas.

UM MESTRE DA TIPOGRAFIA CLÁSSICA

Enquanto designers alemães e suíços estavam forjando o Estilo Tipográfico Internacional, um importante designer alemão desenvolvia seu trabalho a partir das tradições da caligrafia e da tipografia do Renascimento. Uma enorme admiração por Rudolf Koch e Edward Johnston tornou-se o catalisador que lançou a carreira de Hermann Zapf (n. 1918). Natural de Nuremberg, Alemanha, Zapf ingressou nas artes gráficas como aprendiz de retocador de fotos aos 16 anos de idade. Um ano depois, iniciou seu estudo da caligrafia após adquirir um exemplar do livro de Koch, *Das Schreiben als Kunstfertigkeit* (A escrita como arte), um manual sobre o assunto. Seguiram-se quatro anos

de disciplinado autodidatismo e, com 21 anos, Zapf teve seu primeiro envolvimento tipográfico ao ingressar na empresa de impressão de Koch. Mais tarde naquele ano Zapf se tornou designer autônomo de livros e tipos e, aos 22, o primeiro de seus mais de cinquenta tipos era projetado e aberto para a fundição Stempel. Zapf desenvolveu uma sensibilidade extraordinária para as formas das letras em suas atividades como calígrafo, designer de tipos, tipógrafo e designer gráfico; todas essas atividades contribuíram para sua imagem do design de tipos como “uma das expressões gráficas mais visíveis de uma era”.

Palatino

Palatino Italic

Palatino Semibold

Palatino Bold

Melior

Melior Italic

Melior Semibold

Melior Bold Condensed

Optima

Optima Italic

Optima Semi Bold

O triunvirato de tipos projetado por Zapf durante o final dos anos 1940 e nos anos 1950 é amplamente considerado um importante conjunto [18.16]: Palatino (lançado em 1950) é um estilo romano com letras largas, serifa fortes e proporções elegantes lembrando um pouco os tipos venezianos; Melior (1952) é um

estilo moderno que se afasta dos modelos antigos por seu eixo vertical e formas quadradas; e Optima (1958) é um tipo modulado, com traços de espessura variada, sem serifa. Embora os projetos de Zapf se baseiem numa compreensão profunda do passado, são invenções originais criadas a partir de uma compreensão plena das tecnologias do século xx. Para o ofício complexo e tecnicamente exigente do design de tipos, Zapf trouxe a consciência espiritual de um poeta capaz de inventar novas formas para expressar o século em curso e preservá-lo para a posteridade.

18.17 Hermann Zapf, página de *Manuale Typographicum*, 1968. A citação de Parandowski sobre o poder da palavra impressa para “governar o tempo e o espaço” inspirou este campo gráfico de tensão que se irradia do agrupamento central.



18.18 Hermann Zapf, página de *Manuale Typographicum*, 1968. Usando seu tipo Michelangelo, Zapf organizou esta página com simetria clássica e primorosos intervalos entre as letras. O sutil relevo sombreado das linhas da moldura sugere uma qualidade de inscrição.

Na área do design de livros, as duas edições do *Manuale Typographicum* (Manual tipográfico) de Zapf, publicadas em 1954 e 1968, são excelentes contribuições para a arte do livro [18.17, 18.18]. Abrangendo dezoito línguas e mais de cem tipos, esses dois volumes consistem de citações sobre a arte da tipografia, com uma interpretação tipográfica de página inteira de cada citação. Zapf, como Eric Gill, combina grande apreço e entendimento das tradições clássicas da tipografia com uma atitude do século xx com relação ao espaço e à escala.

O DESIGN EM BASILEIA E ZURIQUE

O desenvolvimento ulterior do Estilo Tipográfico Internacional ocorreu em duas cidades, Basileia e Zurique, separadas por 70 quilômetros de distância no norte da Suíça. Em 1929, com 15 anos de idade, Emil Ruder (1914-1970) começou um aprendizado de quatro anos em tipografia e frequentou a Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich quando estava no final de seus 20 anos. Em 1947 Ruder entrou para o



18.19 Emil Ruder, sobrecapa de livro para uma antologia poética dadaísta, reproduzida em *Typography: A Manual of Design*, 1967. O contraste criado pela combinação de fontes diferentes se torna uma metáfora gráfica para a aleatoriedade dos dadaístas.

corpo docente da Allgemeine Gewerbeschule (Escola de Design da Basileia) como instrutor de tipografia e conclamava seus alunos a alcançar o equilíbrio correto entre forma e função. Ele ensinava que o tipo deixa de ter propósito quando perde seu sentido comunicativo; conseqüentemente, legibilidade e interesse são preocupações dominantes. Seus projetos em sala de aula desenvolviam a sensibilidade a espaços negativos ou não impressos, incluindo os espaços entre as letras e dentro delas. Ruder defendia o design global sistemático e o uso de um grid para harmonizar todos os elementos – tipografia, fotografia, ilustração, diagramas e gráficos – entre si e ao mesmo tempo possibilitar a diversidade do projeto. Eram abordados os problemas relacionados à unificação de tipo e imagem.

Mais que qualquer outro designer, Ruder percebia as implicações do Univers e o potencial criativo desencadeado pela unidade de proporção, porque a linha de base e a altura-x coerentes possibilitavam a mistura de todas as 21 fontes. Ruder e seus alunos exploraram exaustivamente os contrastes, as texturas e possibilidades de escala do novo tipo, tanto no trabalho encomendado como no experimental [18.19]. Sua metodologia de projeto e educação tipográficos foi apresentada em seu livro de 1967, *Typography: A Manual of Design* (Tipografia: um manual de design), que teve influência mundial.

18.20 Armin Hofmann, logotipo para o Stadt Theater Basel, 1954. Este logotipo inscrito à mão antecipa o espaçamento apertado e ligaturas de capitulares da fotocomposição. O controle de intervalos espaciais entre as letras é magnífico.



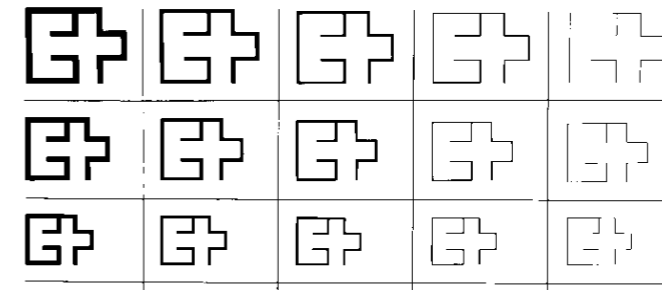
Em 1947 Armin Hofmann (n. 1920) começou a lecionar design gráfico na Escola de Design da Basileia, depois de concluir sua formação em Zurique e trabalhar como designer-chefe de vários estúdios. Juntamente com Emil Ruder, desenvolveu um modelo educacional ligado aos princípios elementares do *Vorkurs* estabelecidos em 1908. Esse era o currículo decisivo para os anos 1950 e foi amplamente utilizado na indústria farmacêutica por ex-alunos como Karl Gerschner (n. 1930), o fundador da agência GGK. Também em 1947, Hofmann abriu um ateliê de design em colaboração com sua mulher, Dorothea. Hofmann aplicou valores estéticos profundos e entendimento da forma tanto no ensino como nos projetos. Com o passar do tempo, desenvolveu uma filosofia de design baseada na linguagem da forma gráfica elementar de ponto, linha e plano, substituindo ideias pictóricas tradicionais por uma estética modernista. Em seu trabalho e ensino, Hofmann continua a buscar uma harmonia dinâmica, em que todas as partes de um projeto são unificadas. Ele vê a relação entre elementos contrastantes como meio de revigorar o projeto visual. Esses contrastes abrangem luz e sombra, linhas curvas e linhas retas, forma e contraforma, macio e áspero, dinâmico e estático, sendo que a resolução é alcançada quando o designer leva o conjunto a uma harmonia absoluta.

Hofmann trabalhou em diversas áreas, projetando cartazes, anúncios e logotipos, bem como outros materiais [18.20 – 18.23]. Seus projetos ambientais, que assumiam a forma de letras ou formas abstratas baseadas em letras, eram frequentemente gravados em concreto moldado [18.24]. Em 1965, Hofmann publicou *Graphic Design Manual* (Manual de design gráfico), livro que apresenta sua aplicação de princípios elementares do desenho ao design gráfico.

18.21 Armin Hofmann, cartaz para a produção teatral de Basileia de *Giselle*, 1959. Uma imagem fotográfica orgânica, cinética e suave contrasta vivamente com as formas tipográficas geométricas, estáticas e duras.



18.22 Armin Hofmann, marca para a Exposição Nacional Suíça, Expo 1964. Um "E" de Exposição é ligado à cruz suíça. A base aberta permite que o espaço branco da página flua para dentro do símbolo.



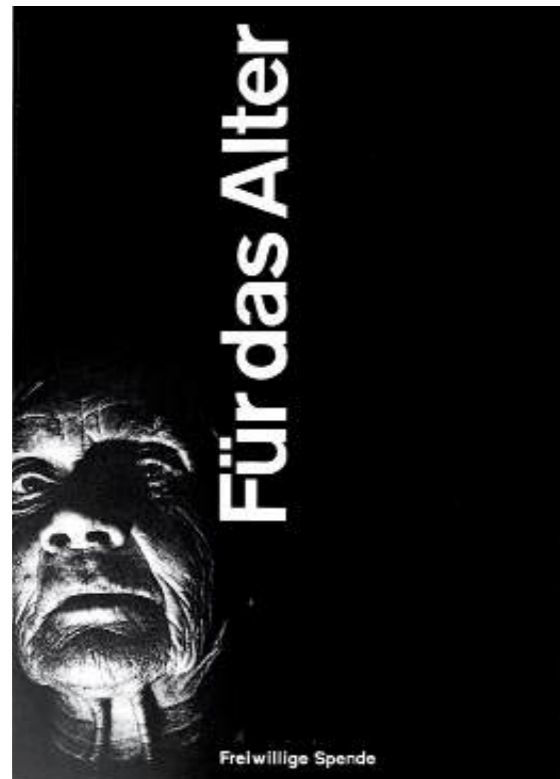
18.23 Armin Hofmann, cartaz para mobiliário Herman Miller, 1962. As formas e silhuetas das poltronas Herman Miller descem em cascata pelo espaço, ancoradas no formato e nos tipos por meio da marca vermelha na parte central superior.





18.24 Armin Hofmann, relevo externo para o colégio suíço Disentis, 1975. A direção alterada das marcas das formas usadas para moldar o concreto nas letras produz forte contraste de texturas.

18.25 Carlo L. Vivarelli (designer) e Werner Bischof (fotógrafo), cartaz “Für das Alter”, 1949. A justaposição contrastante de uma fotografia orgânica, humana e com textura a uma tipografia geométrica angulosa intensifica o sentido de ambas.



18.26 Carlo L. Vivarelli, capa para *Neue Grafik 2*, 1959. A estrutura matemática do grid que organiza a página simboliza a filosofia do design científico e funcional do movimento suíço.

Designers de Zurique, como Carlo L. Vivarelli (1919-1986), também estavam forjando o novo movimento no final dos anos 1940. Seu cartaz “Für das Alter” (Pelos idosos), concebido para chamar a atenção para os idosos e seus problemas, utilizava o ângulo de iluminação no rosto para obter impacto dramático [18.25]. O design suíço começou a fundir-se em um movimento internacional unificado quando o periódico *Neue Grafik* (Novo design gráfico) passou a ser publicado em 1959 [18.26 – 18.28]. Os editores eram Vivarelli e três outros designers de Zurique que desempenharam papel importante na evolução do Estilo Tipográfico Internacional: Lohse, Josef Müller-Brockmann (1914-1996) e Hans Neuburg (1904-1983). Esse periódico trilingue apresentou a filosofia e realizações do movimento suíço a um público internacional. Seu formato e sua tipografia eram uma expressão viva da ordem e do refinamento alcançados pelos designers suíços.



Ascendendo como um dos principais teóricos e práticos do movimento, Müller-Brockmann buscava uma forma absoluta e universal de expressão gráfica por meio de apresentação objetiva e impessoal, comunicando-se com o público sem a interferência dos sentimentos subjetivos do designer ou suas técnicas propagandistas de persuasão. Uma medida de seu sucesso pode ser obtida pela observação da força e do impacto visuais de seu trabalho. Os projetos realizados por Müller-Brockmann nos anos 1950 são tão vivos e atuais hoje quanto eram meio século antes e comunicam sua mensagem com

intensidade e clareza [18.29]. Seus cartazes fotográficos tratam a imagem como um símbolo objetivo, com fotografias neutras ganhando impacto por meio de escala [18.30] e ângulo de câmera [18.31]. Em seus famosos cartazes de concertos, a linguagem do construtivismo cria uma contraparte visual para a harmonia estrutural da música a ser apresentada [18.32].

Seu cartaz da exposição Der Film (O filme) [18.33] demonstra a harmonia do design universal alcançada pela divisão espacial matemática. As medidas se aproximam da relação três para cinco da seção áurea,

18.28 Hans Neuburg, páginas de *Neue Grafik* 13, 1962. As marcas participantes de um concurso são organizadas em um grid; os intervalos espaciais criam ritmo e movimento.



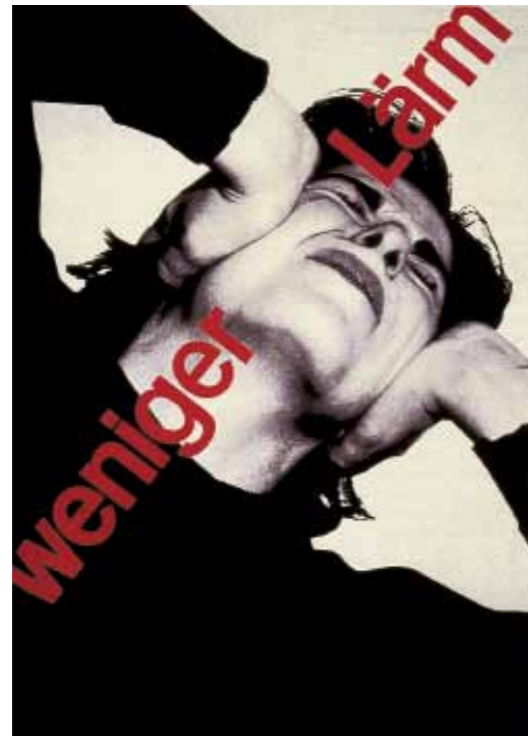
18.27 Hans Neuburg, páginas de *Neue Grafik* 7, 1960. Esta publicação se caracterizava pelo equilíbrio assimétrico, espaço em branco e rigorosa obediência a um grid de quatro colunas.

18.29 Josef Müller-Brockmann, capa do catálogo *American Books Today* (Livros norte-americanos hoje), 1953. As formas simbolizam os livros, enquanto as cores representam o país de origem.





18.30 Josef Müller-Brockmann, cartaz do Automóvel Clube Suíço, 1954. A fotografia amplia o texto "Um gesto cordial pode evitar acidentes".

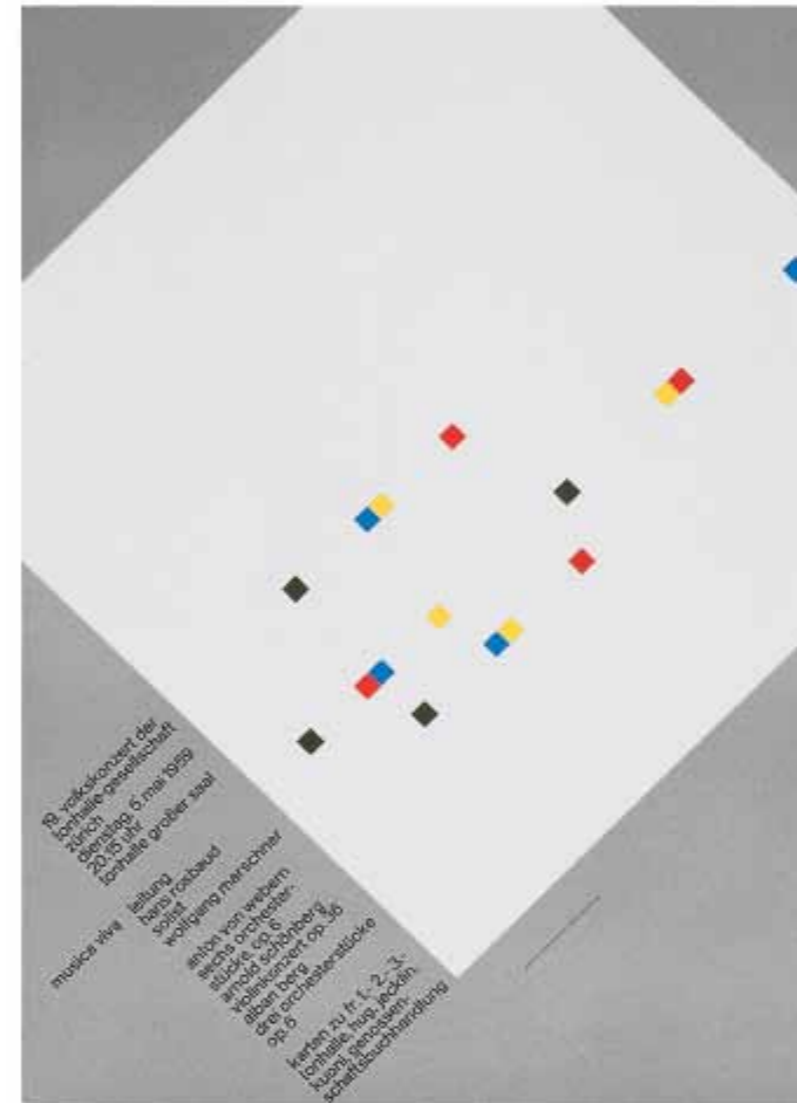


18.31 Josef Müller-Brockmann, cartaz de conscientização pública, 1960. O texto em vermelho declara "menos barulho", enquanto a foto retrata graficamente o desconforto provocado por ele.

considerada pelos antigos gregos como o retângulo de proporções mais harmônicas. O espaço é dividido em quinze módulos retangulares, com três módulos na dimensão horizontal e cinco na vertical. Os nove módulos superiores se aproximam de um quadrado, o título ocupa três unidades e abaixo dele há três unidades. *Film* ocupa duas unidades e as informações tipográficas secundárias se alinham com a margem dianteira do "F" em *Film*. Essa organização do projeto derivou das necessidades de comunicação funcional. O título se projeta claramente em grandes distâncias contra o campo preto, e a sobreposição de *Film* na frente de *der* é um equivalente tipográfico das técnicas cinematográficas de sobreposição e fusão de imagens. A força gráfica da simplicidade elementar desse cartaz é uma combinação bem-sucedida de comunicação eficaz, expressão de conteúdo e harmonia visual.

Tal como nos cartazes de música de Müller-Brockmann, as formas geométricas se tornam metáforas em um cartaz para uma exposição de luminárias [18.34]. Em um cartaz de 1980 para uma exposição de suas obras, ele revelou as estruturas do grid subjacente a seu trabalho [18.35]. Graças a seus projetos, textos e ensino, Müller-Brockmann se tornou o designer suíço mais influente da época, enquanto o movimento nacional que ele ajudou a criar ultrapassava as fronteiras do país.

Na Suíça, país com excelentes escolas de design, designers gráficos autodidatas como Siegfried Odermatt (n. 1926) são uma raridade. Originalmente, pretendia tornar-se fotógrafo, mas depois de trabalhar em estúdios fotográficos durante vários anos, Odermatt voltou-se para o design e a tipografia. Após um período de trabalho em várias agências de publicidade, abriu seu próprio estúdio em 1950. Trabalhando para clientes empresariais nas áreas de desenvolvimento de marcas, gráficos informativos, anúncios e embalagem, Odermatt desempenhou papel importante na aplicação do Estilo Tipográfico Internacional à comunicação comercial e industrial. Ele combinava a apresentação de informações sucintas, eficientes, com uma qualidade visual dinâmica, usando fotografias simples com drama e impacto. Imagens comuns se convertiam em fotos convincentes e envolventes



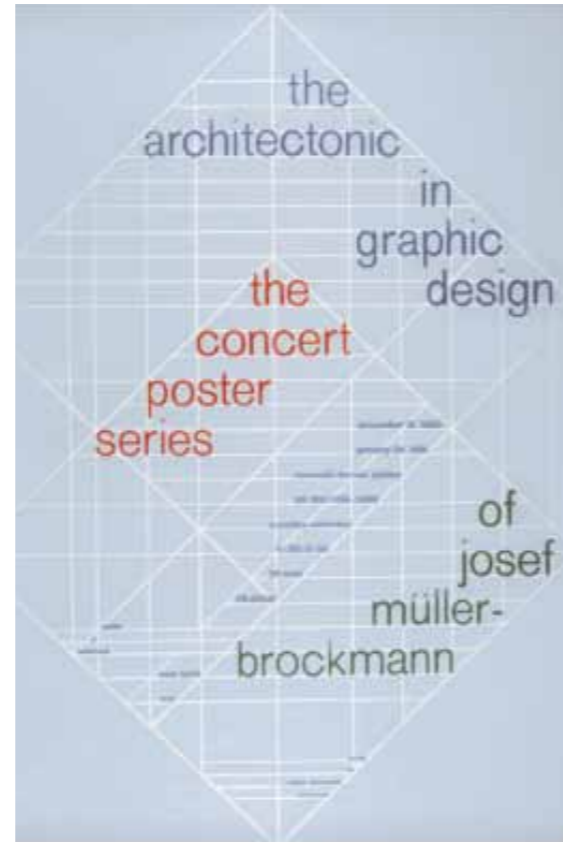
18.32 Josef Müller-Brockmann, cartaz de concerto "Musica Viva", 1959. Quadrados coloridos marcham sobre o quadrado branco inclinado. Tipografia e formas se alinham em justaposição harmoniosa.

18.33 Josef Müller-Brockmann, cartaz da exposição Der Film, 1960. Contra um fundo preto, a palavra *Film* é branca, a palavra *der* é cinza e o restante da tipografia é em vermelho.





18.34 Josef Müller-Brockmann, cartaz para uma exposição de luminárias, 1975. Discos modulados multicoloridos e brilhantes simbolizam a energia radiante das peças de iluminação.

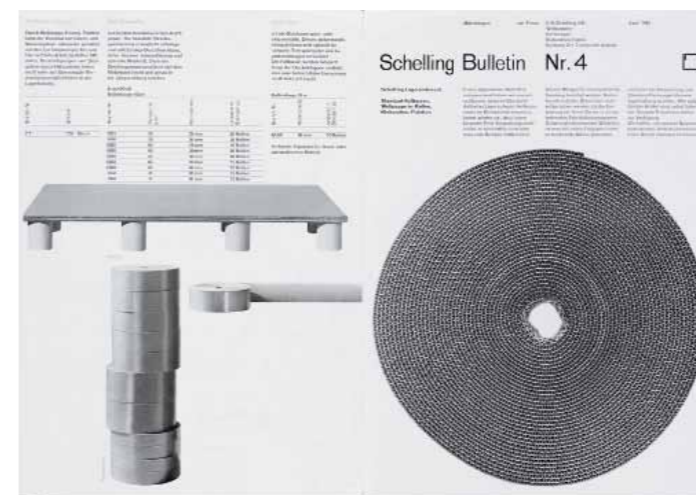


18.35 Josef Müller-Brockmann, cartaz de exposição, 1980. O grid, sempre subjacente aos projetos de Müller-Brockmann, torna-se visível como elemento importante neste cartaz.

graças ao corte, à escala e à iluminação cuidadosos, com atenção à forma e à textura como qualidades que levam uma imagem a emergir da página [18.36 – 18.38]. Odermatt busca originalidade por meio da ideia, não do estilo visual – em seu trabalho, o design gráfico é sempre visto como um instrumento de comunicação.

Grande parte do trabalho de Odermatt é essencialmente tipográfica e ele acreditava que um design monocromático pode obter o impacto visual de projetos gráficos coloridos graças à força do conceito e à orquestração de forma visual, espaço, figura e tom. Por meio de seus arranjos originais de elementos gráficos, Odermatt demonstra as infinitas possibili-

dades de divisão e organização do espaço na página impressa. Há também um elemento lúdico e desenhado em seu trabalho, uma característica incomum para o design suíço desse período. Rosmarie Tissi (n. 1937), que ingressou em seu estúdio no início dos anos 1960, também é conhecida por seu trabalho lúdico [18.39]. Em 1968 ela se tornou parceira de Odermatt no Odermatt & Tissi. Esse estúdio afrouxou os limites do Estilo Tipográfico Internacional introduzindo elementos do acaso, formas surpreendentes e inventivas e organização visual intuitiva no vocabulário do design gráfico. Essa fase do desenvolvimento do estúdio marcou o início de um



18.39 Rosmarie Tissi, anúncio da Univac, 1965. Uma imagem dinâmica e forte é criada pelo cuidadoso corte e disposição de dois receptores telefônicos.

18.36 Siegfried Odermatt, anúncio para medicamentos sem receita da Apotheke Sammet, 1957. A foto em close-up torna surpreendentes os objetos comuns. A marca é criada a partir das iniciais da empresa.

18.37 Siegfried Odermatt, capa para Schelling Bulletin, nº 4, 1963. Este fôlder para um fabricante de papelão e embalagens usa uma visão fotográfica inesperada de um objeto comum.

18.38 Siegfried Odermatt, páginas internas para Schelling Bulletin, nº 4, 1963. Um grid de quatro colunas unifica a tipografia com as fotos de produtos.



18.40 Rudolph De Harak, capa para o disco *Sounds from the Alps* (Os sons dos Alpes), c. 1961. Três vigorosas pinceladas simbolizam ondas sonoras e o relevo montanhoso da Suíça.



18.41 Rudolph De Harak, capa para o disco *Vivaldi/Gloria*, início dos anos 1960. Quadrados de cor se tornam uma resposta emotiva do designer do século xx à música do século xviii.

rompimento com as tradições do design suíço e será tratada no capítulo 23.

Na era do segundo pós-guerra cresceu o espírito internacionalista. O aumento do comércio permitiu que as corporações multinacionais operassem em mais de cem países. A velocidade e o ritmo das comunicações estavam convertendo o mundo em uma aldeia global. Havia uma demanda crescente de clareza comunicativa, formatos multilíngues e pictogramas e glifos elementares para possibilitar que pessoas do mundo inteiro compreendessem informações. O

novo design gráfico desenvolvido na Suíça atendia a essas necessidades, e sua metodologia e seus conceitos fundamentais se disseminaram pelo mundo.

O ESTILO TIPOGRÁFICO INTERNACIONAL NOS ESTADOS UNIDOS

O movimento suíço produziu um impacto importante no design norte-americano pós-guerra. Sua influência se fez sentir inicialmente ao final dos anos 1940 e 1950 e se tornou particularmente evidente durante os anos 1960 e 1970. Designer gráfico autodidata que abraçou o potencial do modernismo europeu, Rudolph De Harak (n. 1924) começou sua carreira em Los Angeles em 1946. Quatro anos depois, mudou-se para Nova York, onde estabeleceu seu próprio estúdio em 1952.

A trajetória de De Harak foi uma busca permanente de clareza comunicativa e ordem visual, qualidades que ele considerava cruciais ao design gráfico eficaz. Ele identificou essas qualidades no design suíço durante o final dos anos 1950 e adaptou atributos daquele movimento, como o grid e o equilíbrio assimétrico. Desejando a legibilidade e a perfeição formal do Akzidenz Grotesk antes de este estar disponível nos Estados Unidos, De Harak conseguiu folhas de amostras de fundições europeias para compor cabeçalhos para seus projetos, que combinam pureza de forma com signos e imagens elementares. Uma série de capas de discos para a Westminster Records [18.40, 18.41] evoca imagens conceituais da estrutura musical.

Durante o início dos anos 1960, De Harak começou uma série de mais de 350 capas para a editora McGraw-Hill usando sistema tipográfico e grid uniformes [18.42]. O tema de cada livro era sugerido e articulado por meio de configurações visuais variando de pictogramas elementares a estruturas geométricas abstratas. Essa série de livros em brochura abrangia disciplinas acadêmicas como história, psicologia, sociologia, administração e matemática. O método de De Harak expressava adequadamente o conteúdo conceitual de cada volume. A natureza do design de capas de livros nos Estados Unidos foi ampliada e redefinida pela extensa produção de De Harak.



18.42 Rudolph De Harak, sobrecapas para a editora McGraw-Hill, início dos anos 1950. Cada capa se amolda a um formato constante, ainda que os temas sejam interpretados por uma notável diversidade de formas e imagens simbólicas.



18.45 Jacqueline C. Casey, cartaz para uma *open house* do MIT, 1974. As letras em estêncil anunciam a *open house*, e o “O” aberto desempenha dupla função como símbolo concreto da abertura do *campus* a visitação.



ciassem de assistência profissional gratuita em design para suas publicações e material publicitário, primeiro reconhecimento do valor cultural e comunicativo do design por uma universidade norte-americana. O MIT baseou seu programa de design gráfico em um compromisso com o grid e a tipografia sem serifa. A equipe foi inovadora no uso de letras projetadas e palavras manipuladas como veículos para expressar conteúdo. Esse enfoque desenvolveu-se nos trabalhos de Jacqueline S. Casey (1927-1991), diretora do Escritório de Serviços de Design; Ralph Coburn (n. 1923) e Dietmar Winkler (n. 1938), designer com formação alemã que trabalhou com Casey e Coburn de 1966 a 1971.

O Escritório de Serviços de Design produz publicações e cartazes [18.43] anunciando concertos, conferências, seminários, exposições e cursos no *campus* da universidade. Esses trabalhos frequentemente usam fundos de cor sólida. Muitas de suas soluções são puramente tipográficas, criadas originalmente numa prancheta de desenho para reprodução em linha econômica. De certo modo, as letras são usadas como ilustrações, pois o projeto e o arranjo das letras em palavras-chave com frequência se tornam a imagem dominante [18.44, 18.45]. O uso de forma gráfica para expressar informações técnicas e científicas está demonstrado no cartaz de Dietmar Winkler para um curso de programação de computadores [18.46].

A rápida disseminação do Estilo Tipográfico Internacional resultou da harmonia e ordem de sua metodologia. A capacidade das formas elementares de expressar ideias complexas de forma clara e direta é

O Estilo Tipográfico Internacional foi rapidamente adotado no design corporativo e institucional durante os anos 1960 e permaneceu um aspecto destacado do design norte-americano por mais de duas décadas. Um exemplo notável foi o escritório de design gráfico do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), onde se alcançou um nível permanente de qualidade e imaginação. No início dos anos 1950, o MIT criou um programa de design gráfico possibilitando que todos os membros de sua comunidade acadêmica se benefi-

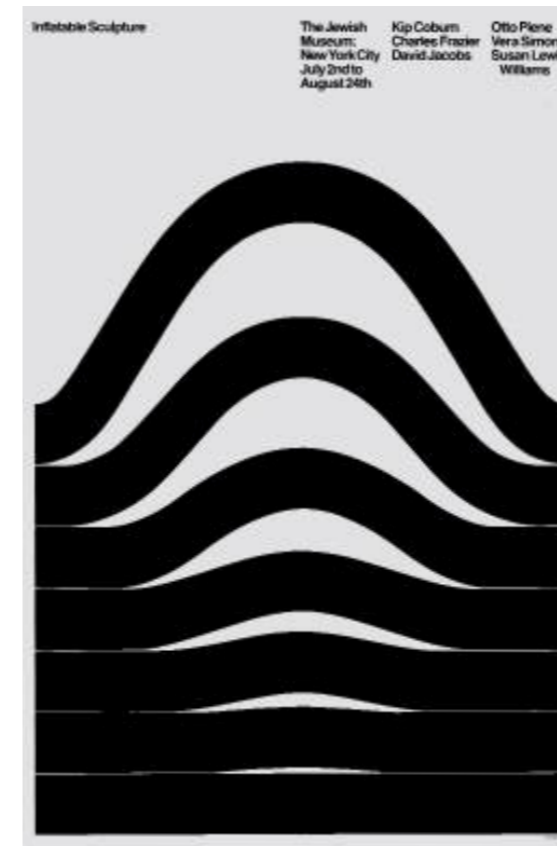


18.43 Jacqueline S. Casey, anúncio para o programa de Engenharia Oceânica do MIT, 1967. A tipografia é colocada acima da radiografia da concha de um náutilo, sobreposta a uma repetição de forma ondulatória em contornos azuis fluidos.

18.44 Ralph Coburn, cartaz para a banda de jazz do MIT, 1972. Uma repetição em *staccato* das letras da palavra jazz estabelece sequências musicais e anima o espaço.

vista no cartaz da exposição *Inflatable Sculpture* (Escultura inflável) [18.47] de Arnold Saks (n. 1931).

O movimento de design que se iniciou na Suíça e na Alemanha, e depois ultrapassou seus limites originais para se tornar verdadeiramente internacional, encontrou adeptos em muitos países. Esse enfoque era especialmente valioso em nações como o Canadá e a Suíça, onde a comunicação bilíngue ou trilingue é a norma. Era particularmente útil quando um conjunto diversificado de materiais de informação, variando de sinalização a publicidade, precisava ser unificado em um corpo coerente. Uma consciência crescente do design como ferramenta lógica para grandes organizações levou o design corporativo e os sistemas de identificação visual a se expandir após a Segunda Guerra Mundial. Em meados dos anos 1960, o desenvolvimento do design corporativo e o Estilo Tipográfico Internacional estavam ligados em um só movimento. É o que será tratado no capítulo 20.



18.47 Arnold Saks, cartaz “*Inflatable Sculpture*” para o Museu Judaico, 1968. Uma sequência de faixas que se curvam para cima simboliza a ação da energia sobre materiais flexíveis e transmite graficamente a essência do tema.



18.46 Dietmar Winkler, cartaz para um curso de programação de computadores, 1969. O termo *cobol* brota de uma construção cinética de letras modulares.

19

A Escola de Nova York

Como já se mencionou, a primeira onda de design moderno nos Estados Unidos foi trazida por talentosos imigrantes europeus. Fugindo do totalitarismo político em seus países, eles introduziram em primeira mão os norte-americanos na vanguarda europeia. Os anos 1940 assistiram aos primeiros passos em direção a um enfoque original do design modernista nos Estados Unidos. Ao emprestarem livremente elementos da obra de designers europeus, os norte-americanos acrescentaram-lhe novas formas e conceitos. O design europeu era em geral teórico e altamente estruturado; o design norte-americano era pragmático, intuitivo e menos formal em termos da organização do espaço. Tal como Paris fora receptiva a novas ideias e imagens no final do século XIX e início do XX, a cidade de Nova York assumiu esse papel na metade do século XX. Essas incubadoras culturais nutriam a criatividade, e o ambiente dominante atraía pessoas de grande talento e possibilitava que realizassem seu potencial.

Especificidades da cultura e da sociedade norte-americanas levaram a uma abordagem original do



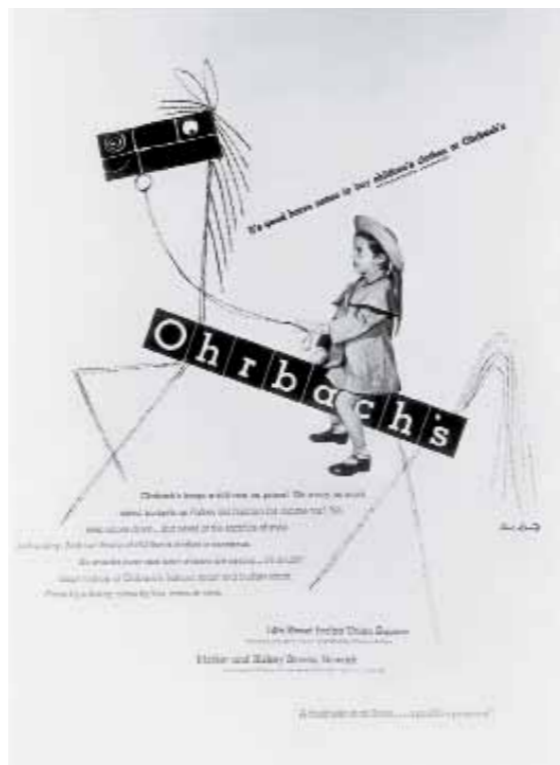
19.1 Paul Rand, capa para a revista *Direction*, 1940. Os pontos vermelhos são simbolicamente ambíguos, podendo tornar-se decorações festivas ou gotas de sangue.



19.2 Paul Rand, capa do anuário *Jazzways*, 1946. Técnica de colagem, formas simbólicas elementares e composição dinâmica caracterizam seu trabalho no final dos anos 1930 e nos anos 1940.

design moderno. Os Estados Unidos são uma sociedade igualitária, com valores capitalistas, com uma herança étnica diversificada e, até a Segunda Guerra Mundial, tradições artísticas limitadas. A partir de então a ênfase foi colocada na expressão de ideias e na apresentação franca e direta das informações. Nessa sociedade altamente competitiva, valorizou-se muito a inovação técnica e a originalidade conceitual, e os designers procuraram solucionar problemas de comunicação e simultaneamente satisfazer uma necessidade de expressão pessoal. Essa fase do design gráfico norte-americano começou com fortes raízes europeias durante os anos 1940, ganhou projeção internacional nos anos 1950 e continuou até o século XXI.

19.3 Paul Rand, anúncio da Ohrbach's, 1946. Os elementos – logotipo, fotografia, desenho e tipos – são ludicamente integrados.

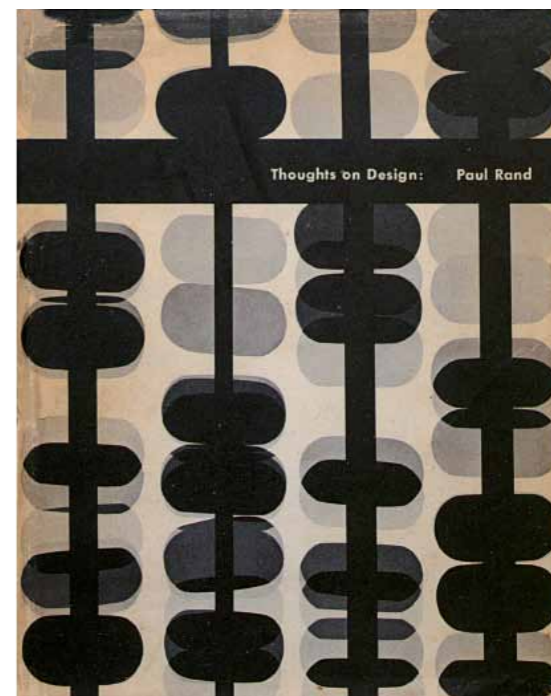


OS PIONEIROS DA ESCOLA DE NOVA YORK

Mais que qualquer outro designer, Paul Rand (1914-1996) foi um pioneiro do design moderno norte-americano. Quando estava com 23 anos, Rand começou a primeira fase de sua carreira como designer promocional e editorial para as revistas *Apparel Arts*, *Esquire*, *Ken*, *Coronet* e *Glass Packer*. Suas capas rompiam com as tradições locais do design editorial. Um conhecimento amplo do movimento moderno, particularmente dos trabalhos de Klee, Kandinski e dos cubistas, o levou a compreender que as formas livremente inventadas podiam ter vida autossuficiente como ferramentas de comunicação visual, tanto no sentido simbólico como no expressivo. Sua capacidade para manipular a forma visual (estrutura, cor, espaço, linha) e sua hábil análise do conteúdo da comunicação, reduzindo-o a uma essência simbólica sem deixá-lo estéril ou enfadonho, permitiram a Rand exercer grande influência ainda nos seus 21 anos de idade. O lúdico, o visualmente dinâmico e o inesperado com frequência encontravam expressão em seu trabalho. Uma capa da revista *Direction* [19.1] mostra o papel importante desempenhado pelo contraste visual e simbólico nos projetos de Rand. O cartão de Natal escrito à mão em um retângulo preciso contrasta fortemente com as bordas rasgadas do campo onde está posicionado o logotipo da revista em estêncil; um pacote de Natal embrulhado com arame farpado em vez de fita era uma horrível lembrança da proliferação da guerra mundial. Rand se valia da colagem e da montagem como meio para reunir conceitos, imagens, texturas e mesmo objetos em um todo coeso [19.2].

De 1941 a 1954 Paul Rand aplicou sua abordagem do design na agência de publicidade Weintraub. Seu trabalho com o redator Bill Bernbach (1911-1982) tornou-se um protótipo para a extensa equipe de arte/redação que se formou, trabalhando em uníssono para criar uma integração verbo-visual sinérgica. Campanhas para clientes como a loja de departamentos Ohrbach's apresentavam divertidos trocadilhos e jogos de palavras sustentados pela excêntrica integração de foto, desenho e logotipo [19.3] realizada por Rand. A imagem reforça visualmente o texto. Depois de deixar a agência, ele se tornou um profissional in-

19.4 Paul Rand, capa para *Thoughts on Design*, 1946. Um fotograma, com várias exposições de um ábaco colocado sobre papel fotográfico no laboratório, torna-se metáfora das etapas do design – mover elementos para compor o espaço – e fornece um registro visual desse processo.



dependente com ênfase crescente no design corporativo e de marcas. *Thoughts on Design* (Reflexões sobre design), seu livro de 1946 [19.4], ilustrado com mais de oitenta amostras de seu trabalho, inspirou uma geração inteira de designers.

Rand sabia do valor de sinais e símbolos comuns de entendimento universal como ferramentas para traduzir ideias em comunicação visual [19.5, 19.6]. Para envolver o público e comunicar de maneira marcante, sabia que o designer precisava alterar e justapor signos e símbolos. Às vezes era necessário reinterpretar a mensagem para transformar o banal



19.5 Paul Rand, cartaz para o American Institute of Graphic Arts, 1968. Em vermelho, as iniciais “A I G A” brincam de esconde-esconde contra o fundo verde, ao mesmo tempo que uma cara de palhaço pictográfica faz o mesmo com uma abstração orgânica.



19.6 Paul Rand, cartaz para o filme *No Way Out* (O ódio é cego), 1950. A integração que ele faz entre fotografia, tipografia, signos, formas gráficas e o espaço branco contrasta com os cartazes de filmes comuns.

em algo extraordinário. Seu trabalho traz a marca dos contrastes: jogava o vermelho contra o verde, a forma orgânica contra o tipo geométrico, o tom fotográfico contra a cor chapada, bordas cortadas ou rasgadas contra formas bem delineadas e o padrão da textura tipográfica contra o branco. Além disso, Rand assumia riscos explorando ideias rejeitadas. Em seu cartaz para o American Institute of Graphic Arts [19.5], o projeto se torna jogo e lembra o conceito futurista de simultaneidade.

Apesar de toda a sua criatividade visual, Rand definiu o design como a integração de forma e função para a eficácia da comunicação. O papel cultural do designer era antes o de elevar que o de atender ao mínimo denominador comum do gosto do público. Durante o período inicial de sua carreira, ele realizou incursões pelo vocabulário da arte moderna [19.7], mas nunca se afastou da acessibilidade imediata da imagem.

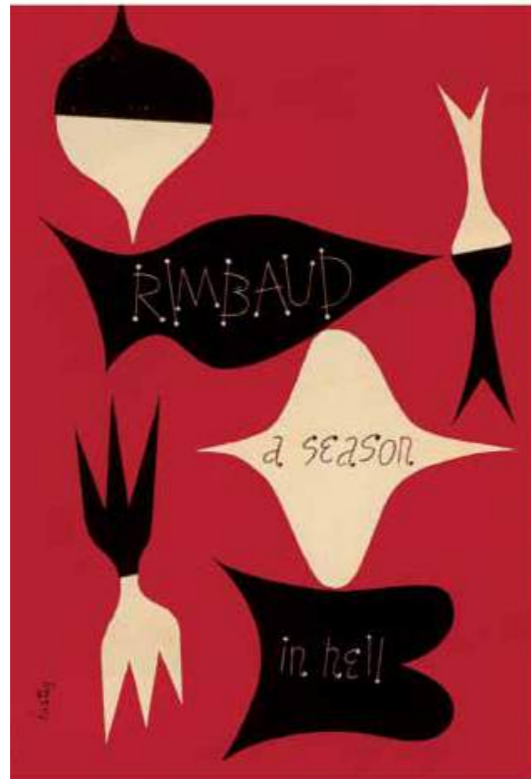
Ao longo de uma atividade profissional abreviada pela enfermidade, Alvin Lustig (1915-1955) incorporou ao design sua visão subjetiva e seus símbolos particulares. Nascido no Colorado, Lustig alternou-se entre a Costa Leste e a Oeste e entre a arquitetura, o design gráfico e o design de interiores. Aos 21 anos, estabeleceu uma firma de projeto gráfico e impressão nos fundos de uma farmácia em Los Angeles. Em trabalhos para a Ward Ritchie Press, Lustig criou desenhos geométricos abstratos, usando fios e ornamentos tipográficos.

Sentindo que Lustig era um “artista que talvez possuía um toque de gênio”, o editor James Laughton,



19.7 Paul Rand, capa de monografia, 1953. Uma exuberância de forma e imagens esquisitas são temas recorrentes também nos seus anúncios e livros para crianças.

da New Directions de Nova York, passou a dar a ele encomendas de livros e capas em 1940 [19.8 – 19.10]. Como a New Directions publicava livros de excelente qualidade literária, a metodologia de design de Lustig – busca de símbolos para captar a essência do conteúdo e tratamento de forma e conteúdo como uma unidade – recebeu resposta positiva do público literário. Para *27 Wagons Full of Cotton* (27 vagões cheios de algodão) [19.11], uma delicada flor de magnólia é brutalmente pregada num áspero tapume de madeira; esses símbolos fotográficos contraditórios representam a violência e o ódio por trás da fachada civilizada nos assuntos humanos. Uma expressão comparável era alcançada por projetos de Lustig para discos de



19.9 Alvin Lustig, capa para 3 *Tragedies* (3 tragédias) de Federico García Lorca, 1949. Nesta montagem de cinco fotografias, o nome do autor e o título se tornam objetos fotografados no mundo.

19.10 Alvin Lustig, capa para *Camino Real* de Tennessee Williams, 1952. O título tipográfico contrasta nitidamente com a parede encardida na qual é anunciado.

19.11 Alvin Lustig, capa para 27 *Wagons Full of Cotton* de Tennessee Williams, 1949. Lustig entendeu o frágil espírito humano e as brutais forças do ambiente articuladas nas peças de Williams.

música clássica [19.12]. Acreditando na importância da pintura para o design e para a educação em design, considerava a pesquisa pessoal do artista em torno de seus próprios símbolos uma fonte para a criação de símbolos públicos [19.13].

Em 1945 Lustig se tornou diretor de pesquisa em design visual da revista *Look*, cargo que ocupou até 1946. Estava se envolvendo cada vez mais com a formação em design quando, em 1951, foi convocado por Joseph Albers para ajudar a desenvolver o programa de pós-graduação da Universidade de Yale. Entretanto, sua visão começou a falhar, e ele ficou totalmente cego no outono de 1954. Em face dessa tragédia opressiva para um artista, Lustig continuou a lecionar e dedicar-se ao design até sua morte, um ano mais tarde.

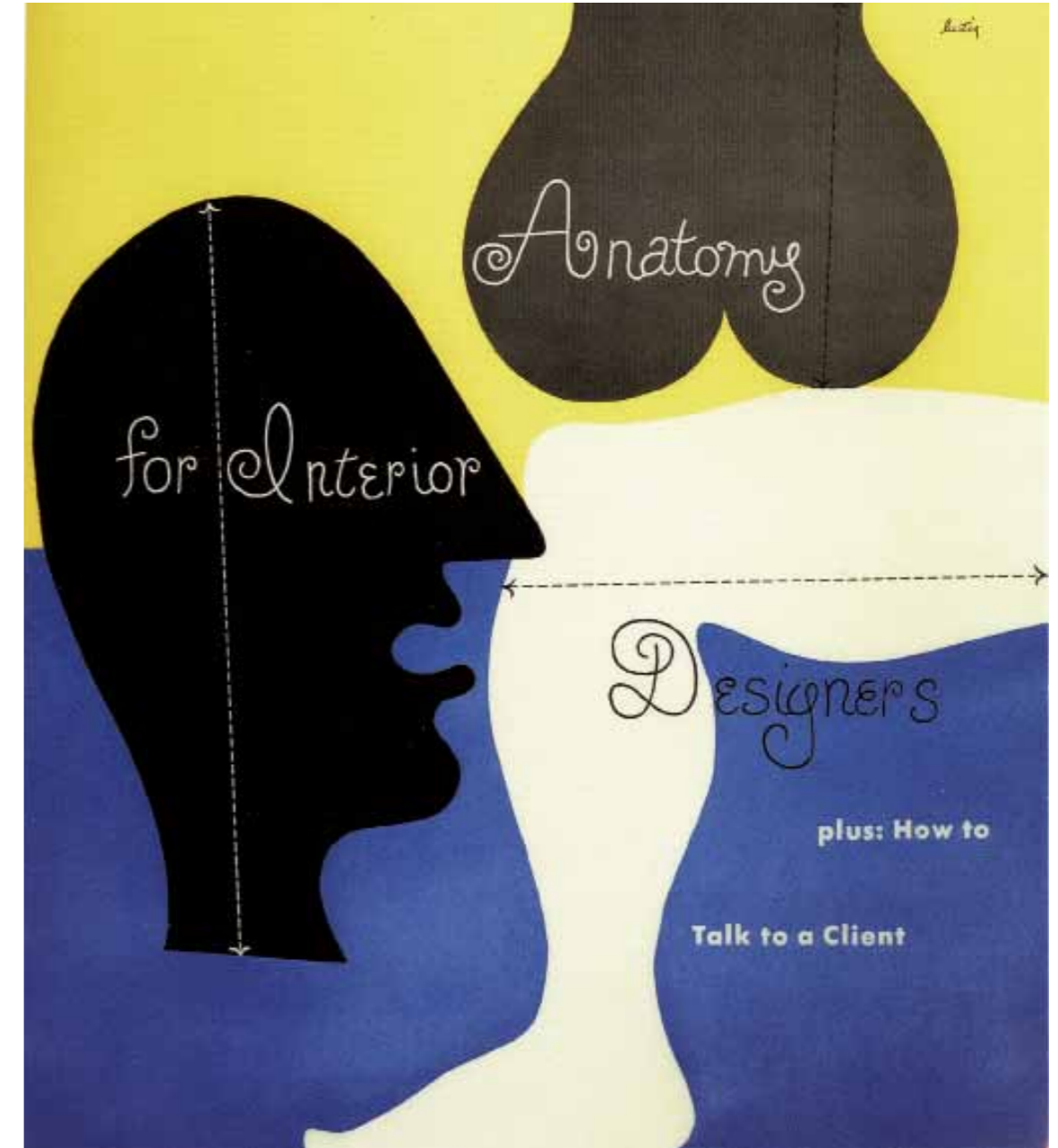
Em 1940, aos 24 anos de idade, Alex Steinweiss (n. 1916) foi nomeado diretor de arte da Columbia

19.8 Alvin Lustig, capa para o livro *A Season in Hell* (Uma temporada no inferno), de Arthur Rimbaud, 1945. Figuras biomórficas pungentes em branco e preto sobre um fundo vermelho-escuro sugerem a descida espiritual do poeta francês ao inferno e seus fracassos no amor e na arte.

19.12 Alvin Lustig, capa de disco para *Gloria*, de Vivaldi, 1951. Movendo-se como notas musicais ao longo da linha média, as letras abstraídas que formam o nome do compositor italiano fazem coro às formas triangulares do fundo em uma composição de cores quentes.



19.13 Alvin Lustig, capa para *Anatomy for Interior Designers* (Anatomia para designers de interiores), 1948. Cortesia de R. Roger Remington, Special Collections, Wallace Library, Rochester Institute of Technology.



19.14 Alex Steinweiss, capa de disco para a Sinfonia nº 5 de Beethoven, 1949. Esta colagem de elementos diversos é típica de suas capas de discos.

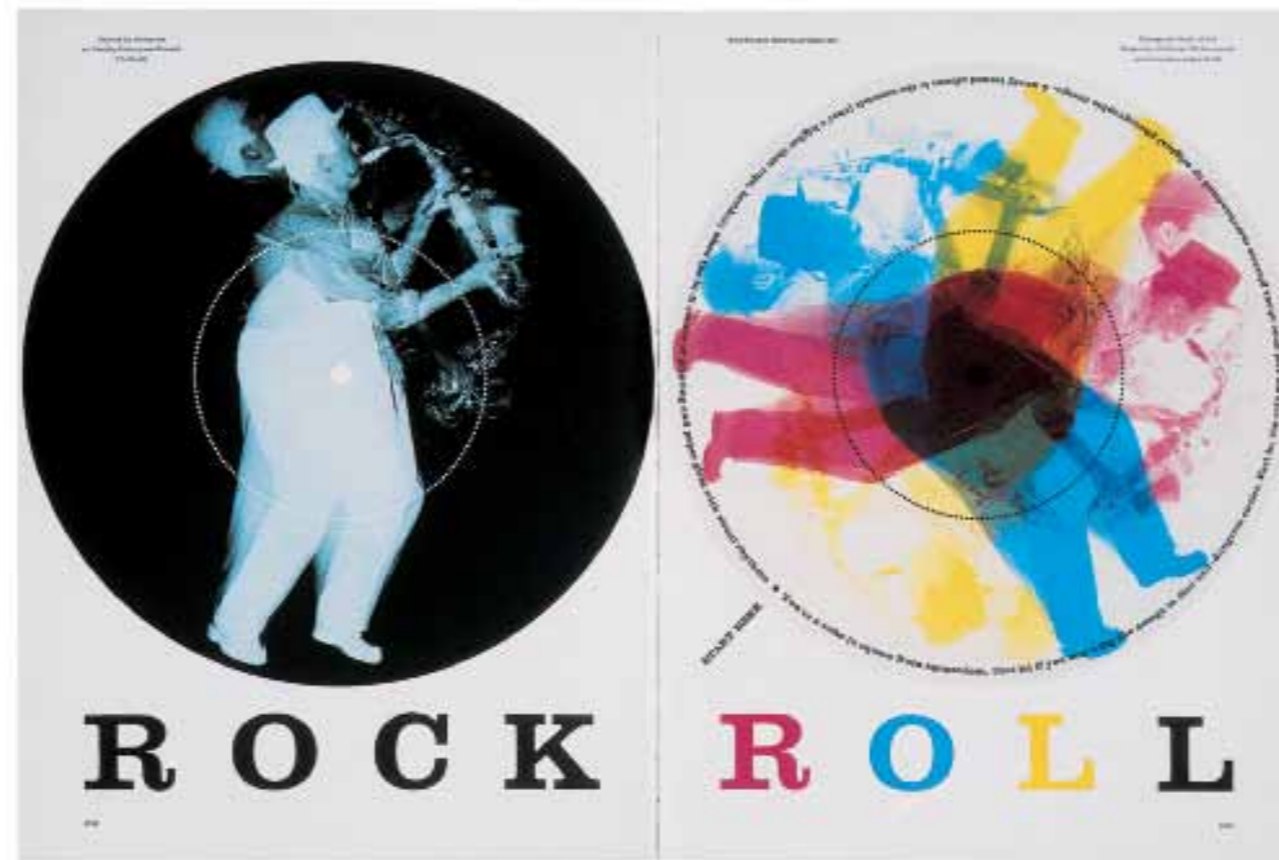


Records. A estética do design moderno dos anos 1940 era aplicada ao projeto de capas de discos à medida que Steinweiss procurava formas e configurações visuais que expressassem a música [19.14]. Frequentemente ele organizava o espaço de maneira informal; os elementos eram dispostos no fundo com um equilíbrio casual que às vezes beirava um fortuito esparramar de formas.

Bradbury Thompson (1911-1995) surgiu como um dos mais influentes designers gráficos do pós-guerra

nos Estados Unidos. Depois de formar-se pelo Washburn College em sua cidade natal de Topeka, Kansas, em 1934, Thompson trabalhou para uma gráfica local durante vários anos antes de mudar-se para Nova York. Seus projetos para os *Westvaco Inspirations*, mostruários em quatro cores de papéis de impressão, perduraram de 1939 até 1961, produzindo impacto significativo. Seu conhecimento meticuloso de impressão e composição, conjugado a um espírito aventureiro de experimentação, permitiu-lhe expandir a gama de possibilidades nos projetos. A *Westvaco Inspirations* utilizava chapas de impressão

com arte-final e ilustração emprestadas de agências de publicidade e museus. Com orçamento limitado para novas chapas e ilustrações, Thompson usava a caixa de tipos e a oficina gráfica como sua “tela, cavalete e segundo ateliê”. Descobriu e explorou o potencial das gravuras dos séculos XVIII e XIX como recursos de design [19.15]. Formas grandes e contundentes, orgânicas e geométricas, eram usadas para conferir força gráfica e simbólica à página. Letras e padrões, como os detalhes de retícula da figura 19.16, eram frequentemente ampliados e utilizados como elementos de projeto ou para criar padrões visuais e movimentos. Lâminas de quadricromia eram separadas e usadas para criar desenhos [19.17] e muitas vezes sobreimpressas para criar outras cores. Em suma, Thompson alcançou um raro domínio da complexa organização, forma e fluxo visual. Para a

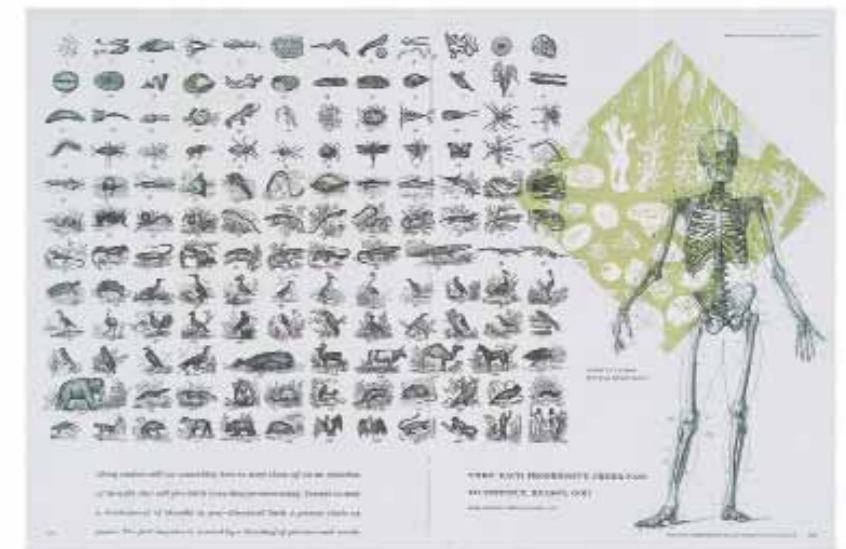


19.17 Bradbury Thompson, páginas de *Westvaco Inspirations* 210, 1958. Uma fotografia de múltipla aparece em negativo no círculo negro à esquerda e sobreimpressa nas cores da quadricromia à direita.

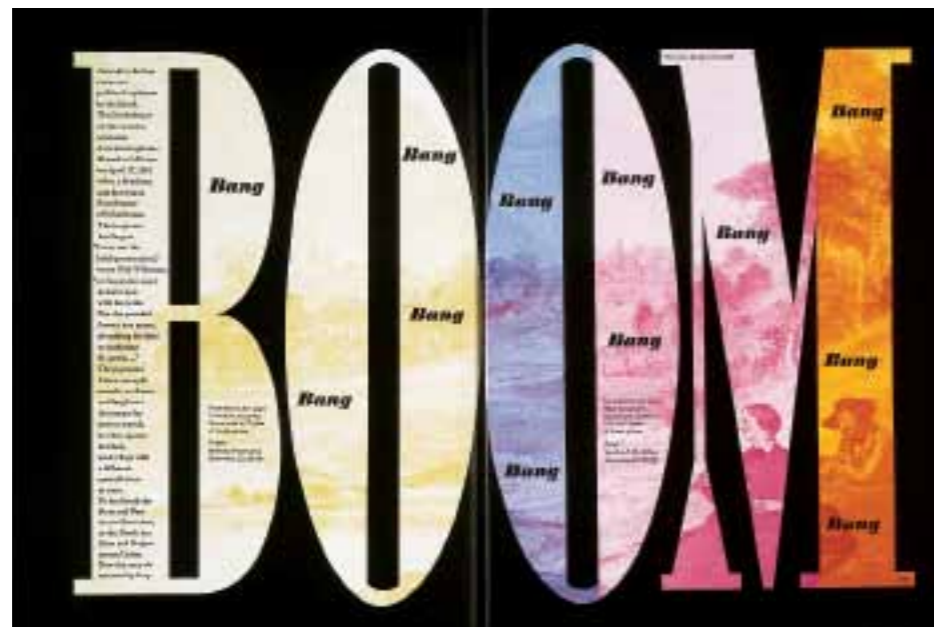
19.16 Bradbury Thompson, páginas de *Westvaco Inspirations* 186, 1951. Esta animada colagem abre uma edição chamada “Enlarging upon Printing” (Ampliando a impressão) e explora a ampliação de pontos de retícula.



19.15 Bradbury Thompson, páginas de *Westvaco Inspirations* 151, 1945. Um vasto acervo de imagens impressas, foi habilmente explorado e se tornou parte do moderno repertório de design.



19.18 Bradbury Thompson, páginas de *Westvaco Inspirations* 216, 1961. Uma tipografia elaborada interpreta a Guerra de Secessão; combinações de chapas de impressão em quatro cores aparecem atrás das letras grandes.



Westvaco Inspirations 210 [19.17], uma foto emprestada como amostra de impressão foi o catalisador da invenção de Thompson. Na 216 a tipografia ganhou expressão graças a escala e cor [19.18].

Durante os anos 1960 e 1970, Thompson voltou-se progressivamente para um enfoque clássico do design editorial. Legibilidade, harmonia formal e um uso delicado de tipos Old Style marcaram seus projetos de periódicos como *Smithsonian* e *ARTnews*, selos postais norte-americanos e um fluxo constante de livros, entre os quais a monumental Bíblia do Washburn College.

As sensibilidades da Escola de Nova York foram levadas para Los Angeles por Saul Bass (1919-1996). Ele se mudou de Nova York para a Califórnia em 1950 e lá abriu um estúdio dois anos mais tarde. O uso da forma e do equilíbrio assimétrico feito por Paul Rand nos anos 1940 foi uma inspiração importante para ele, mas, enquanto as composições cuidadosamente orquestradas de Rand usavam contrastes complexos de forma, cor e textura, Bass em geral reduzia seus projetos a uma única imagem dominante.

Bass possuía uma extraordinária habilidade para expressar o núcleo de um projeto com imagens que se tornam glifos, ou sinais figurativos elementares

dotados de grande força sugestiva [19.19]. Embora ele reduzisse as mensagens a simples imagens pictográficas, seu trabalho não se parece com a gráfica elementar do construtivismo. Formas irregulares são cortadas em papel com tesoura ou traçadas com pincel. Traçadas livremente, letras decorativas são frequentemente combinadas com tipografia ou caligrafia. Existe uma energia robusta em suas formas e uma qualidade quase casual em sua execução. Embora as imagens sejam simplificadas a uma expressão mínima, falta-lhes a exatidão da medida ou construção que poderia torná-las rígidas.

O cinema desde muito vinha usando para a promoção de filmes retratos tradicionais de atores e atrizes e tipografia medíocre e extravagante nos títulos. Foi quando o produtor/diretor Otto Preminger encomendou a Bass a criação de projetos unificados para seus



19.19 Saul Bass, *outdoor* para as tintas Pabco, início dos anos 1950. O processo de pintura é reduzido a uma faixa multicolorida, enquanto os clientes felizes são representados por três marcas simples.



19.20 Saul Bass, logotipo para *The Man with the Golden Arm*, 1955. Esse identificador visual consistente e memorável era versátil o bastante para usos que iam de minúsculos anúncios de jornal a cartazes tamanho gigante.

filmes, envolvendo uma marca, cartazes, anúncios e créditos animados. O primeiro programa abrangente de design unificando a gráfica tanto impressa como em movimento para um filme foi o de 1955 para *The Man with the Golden Arm* (O homem do braço de ouro), de Preminger. O símbolo de Bass para esse filme sobre dependência química é um espesso braço pictográfico lançando-se para baixo em um retângulo composto de barras em forma de tijolos que enquadra o título do filme [19.20]. Os letreiros para esse filme eram igualmente inovadores [19.21]. Acompanhada por música de jazz em *staccato*, uma simples barra

branca avança tela abaixo, seguida por outras três; quando as quatro alcançam o centro da tela, surge a tipografia, listando os protagonistas. Todos esses elementos, exceto uma barra, retida para continuidade, desaparecem. Em seguida, quatro barras vêm rapidamente do alto, de baixo e das laterais para emoldurar a tipografia do título do filme, que subitamente aparece. Essa sequência cinematográfica de barras animadas e tipografia continua em perfeita sincronia com o gemido pulsante do jazz ao longo dos créditos. Finalmente, as barras se organizam e se transformam no braço pictográfico da marca. Daí em diante, Bass

19.21 Saul Bass, letreiros de abertura para *The Man with the Golden Arm*, 1955. Elementos gráficos abstratos criam uma intensidade adicional, sombria, refletindo o caráter do filme. Foi uma revolução no design gráfico para filmes.





19.22 Saul Bass, cartaz para *Exodus*, 1960. A luta pela criação de Israel é expressa por dois níveis de realidade: o logotipo bidimensional e o momento em que a imagem é engolida pelas chamas congelado fotograficamente.

se tornou o reconhecido mestre das aberturas de filmes. Ele introduziu um sistema orgânico de formas que aparecem, desintegram-se, reformam-se e transformam-se no tempo e no espaço. Essa combinação, recombinação e síntese da forma se estenderam para a área do design impresso.

Um exemplo típico dos projetos de Bass para filmes pode ser visto nos desenhos de 1960 para *Exodus*. Ele criou um pictograma de braços lançando-se para o ar e disputando um rifle, comunicando a violência e o conflito ligados ao nascimento da nação israelense. Essa marca foi usada em todo o material de divulgação, abrangendo jornais, revistas, cartazes [19.22] e letreiros do filme, e até papel timbrado, etiquetas de transporte e outros impressos. Cada item era abordado como um problema específico de comunicação. A simplicidade e a objetividade do trabalho de Bass

permitem ao espectador interpretar imediatamente o conteúdo.

Além de seus grafismos para filmes, Bass criou muitos programas de identidade corporativa. Ele próprio dirigiu vários filmes, variando do excelente curta *Why Man Creates* (Por que o homem cria) – que empregava múltiplas técnicas de filmagem ao investigar a natureza da criatividade e expressão humanas – a um longa-metragem.

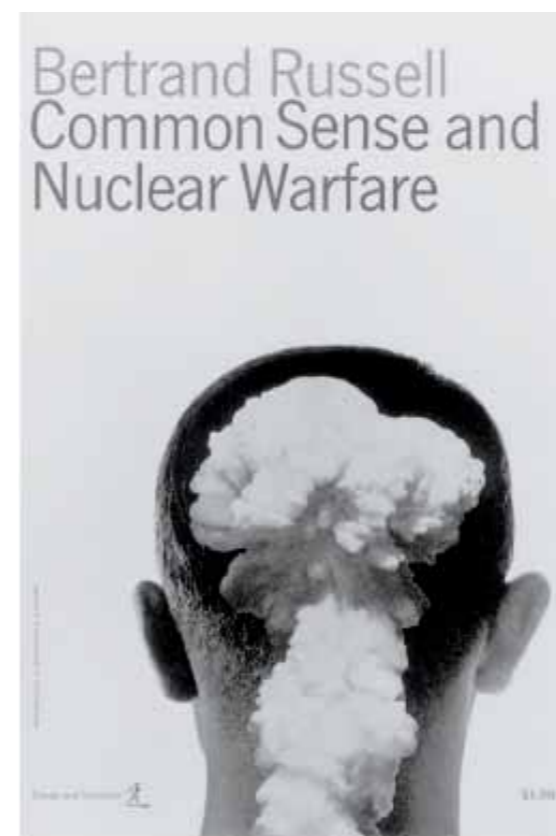
George Tscherny (n. 1924), natural de Budapeste, Hungria, imigrou para os Estados Unidos ainda criança e lá recebeu sua educação visual. Tscherny chefiou o departamento de design gráfico para a empresa nova-iorquina de design George Nelson & Associates antes de abrir seu próprio escritório, em 1956. Tscherny atuou como designer independente, o que é raro numa profissão em que a norma era os grandes escritórios, amplos quadros de funcionários e cargos de assessoria [sobretudo no Estados Unidos]. Designer intuitivo e sensível, Tscherny é hábil para captar a essência do objeto e expressá-la em termos maravilhosamente econômicos. Os resultados são elegantes, diretos e desconcertantemente simples. Seu repertório de técnicas para a solução de problemas de design inclui tipos, fotos, desenho caligráfico a pincel e formas contundentes, sintéticas, recortadas em papéis coloridos. Seja qual for a técnica, é constante o seu



19.23 George Tscherny, capa de programa de dança, 1958. Dois pedaços de papel cortado captam a renomada dançarina em uma de suas poses clássicas.

procedimento de reduzir um conteúdo complexo a um símbolo gráfico elementar expressando a ordem subjacente ou a forma básica do objeto [19.23, 19.24].

O escritório em Nova York Brownjohn, Chermayeff & Geismar, fundado por três jovens designers em 1957, também realizou um trabalho importante. A decisão de chamar a empresa de escritório em lugar de estúdio refletia sua postura em relação ao design e a seu processo. Robert Brownjohn (1925-1970) havia estudado pintura e design com Moholy-Nagy e arquitetura com o renomado arquiteto e professor Serge Chermayeff. Ivan Chermayeff (n. 1932), filho de Serge, trabalhara como assistente de Alvin Lustig e como designer de capas de discos; seu grande amigo do programa de pós-graduação em design gráfico na Universidade de Yale, Thomas H. Geismar (n. 1931), serviu dois anos no exército norte-americano como designer de exposições e depois fez carreira autônoma. A contribuição inicial desses três para o design gráfico nos Estados



19.24 George Tscherny, capa de catálogo de exposição, 1961. José de Rivera é um escultor construtivista cujas curvas parabólicas se torcem e curvam no espaço. Tscherny expressou isso fotografando tipos arqueados e torcidos.



Unidos brotou de forte base estética e uma compreensão das ideias importantes da arte moderna europeia, que havia sido reforçada por seus contatos com Chermayeff pai, Moholy-Nagy e Lustig. Seu trabalho nos primeiros meses do escritório se caracterizou pela imediatez comunicativa, grande sensibilidade para a forma, vitalidade e originalidade. Imagens e símbolos se combinavam com um sentido surreal de deslocamento para transmitir a essência do objeto nas capas de livro e cartazes [19.25, 19.26]. Soluções tipográficas, como a capa do disco de Manic Street by Mist e sua orquestra [19.27], usavam a repetição de cor e letras incomuns para expressar o tema. Um senso refinado tanto da tipografia como da história da arte, desenvolvido graças à diversificada formação dos sócios, possibilitava que resolvessem problemas por meio da manipulação criativa e simbólica de formas e imagens. As soluções brotavam das necessidades do cliente e das limitações do trabalho em pauta.

Em 1960 Brownjohn abandonou a parceria e mudou-se para a Inglaterra, onde fez contribuições importantes para o design gráfico britânico, especialmente na área de aberturas de filmes. Particularmente criativo foi seu design para os créditos iniciais do filme *Goldfinger* (007 contra Golfinfer) que consistia em projeções coloridas de cenas sobre fragmentos de um corpo humano. Essa integração de artes gráficas bidimensionais com cinematografia figurativa inspirou inúmeros outros esforços experimentais no design de aberturas. Enquanto isso, a renomada

19.25 Thomas H. Geismar, capa para *Common Sense and Nuclear Warfare* (Senso comum e guerra nuclear), c. 1958. A explosão atômica tornou-se uma metáfora visual para o cérebro humano, ecoando graficamente o título.

19.27 Robert Brownjohn, capa de disco para Machito and His Orchestra, 1959. Um padrão de formas abstratas é montado pela repetição das porções inferiores das letras fragmentadas pelo efeito do estêncil.



firma Chermayeff & Geismar Associates desempenhou papel importante no desenvolvimento da identidade corporativa pós-guerra, assunto tratado no próximo capítulo.

FORMAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO NA ESCOLA DE ARTE DA UNIVERSIDADE DE YALE

Em 1950 Josef Albers foi nomeado diretor da escola de arte da Universidade de Yale. No mesmo ano ele convidou Alvin Eisenman (n. 1921) para dirigir o programa de design gráfico, o primeiro da área a ser financiado por uma grande universidade. Além de lecionar, Eisenman foi nomeado tipógrafo e sucessor de Carl Purington Rollins na Yale University Press. Segundo John T. Hill, um colega da Yale, “Albers e Eisenman compartilhavam a mesma paixão pelos tipos e pela tipografia. De seu ensino na Bauhaus, Albers trouxe exercícios que examinavam letras e tipografia como elementos formais destituídos de sua função literal. Eisenman introduziu um estudo rigoroso do design clássico de tipos e as tradições do bom design e impressão de livros” [19.28, 19.29]. Em 1951, Eisenman passou a ter a companhia de Alvin Lustig, que entrou para o corpo docente e ficou até 1955, quando sua vida foi abreviada por uma enfermidade progressiva.

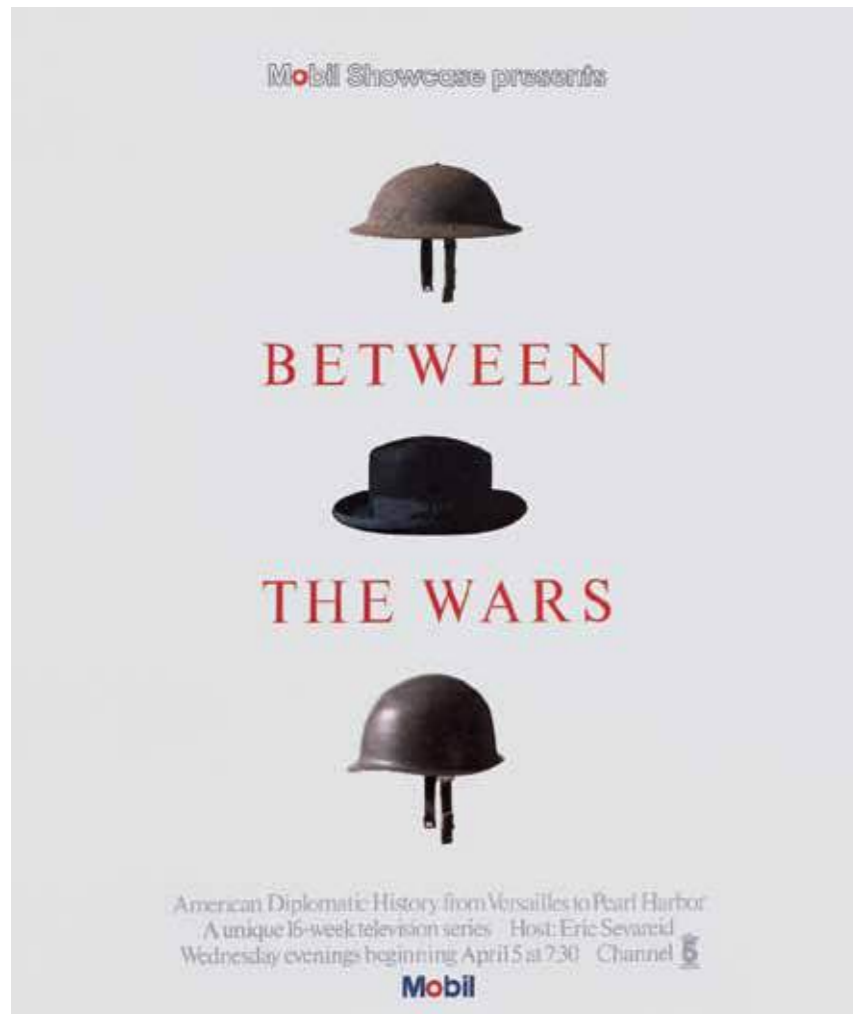
Graças à visão de Eisenman, durante mais de meio século muitos dos principais designers gráficos, fotógrafos, impressores e outros inovadores nas artes visuais lecionaram no programa de design gráfico de Yale, que teve participação internacional no avanço do ensino profissional e da formação em design, já que muitos de seu alunos se tornaram destacados designers e professores em diversos países. Além de Eisenman e Lustig, faziam parte do corpo docente Norman Ives, Paul Rand, Herbert Matter, Bradbury Thompson, Armin Hofman, Alexey Brodovitch, Walker Evans, John T. Hill, Inge Druckery, Dan Friedman, Philip Burton, Douglas Scott, Christopher Pullman e Sheila de Bretteville. A lista de professores visitantes também parece um “Quem é quem” do design gráfico do século xx. Inclui notáveis como Lester Beall, Otl Aicher, Raymond Savignac, Dieter Rot, Peter Brattinga, Robert Frank, Ken Hiebert, Anton Stankowski, George Tscherny, April Greiman, Wolfgang Weingart, Rudi De Harak, Bob Gill, Shigeo Fukuda, Steven Heller, Jan Tschichold, Steff Geissbuhler, Adrian Frutiger, Greer Allen, Matthew Carter e Malcom Grear.

No primeiro curso após a reestruturação feita por Albers, Norman Ives (1923-1978) obteve seu mestrado em design gráfico no ano de 1952. Quando ainda aluno de graduação em Wesleyan, desenvolveu a paixão pela literatura e pelos clássicos que se tornou parte de sua visão de mundo. Em suas primeiras pinturas percebem-se alusões a Arp e Klee e, em seu trabalho tipográfico, o enfoque lúdico e o uso expressivo de letras encontradas na obra de Apollinaire, Sandberg e Werkman.

Depois de formado, Eisenman convidou Ives a entrar para o seu recém-montado corpo docente. Ives



19.29 Alvin Eisenman, fôlder “Homage to the Book” (Homenagem ao livro), 1968.



19.26 Ivan Chermayeff, “Between the Wars” (Entre as guerras), 1977. Os anos entre as guerras são representados pelo chapéu de Churchill entre dois capacetes.



19.28 Alvin Eisenman, frontispício em página dupla para *Inscriptions: Eugene O'Neill to Carlotta Monterey O'Neill* (Inscrições: Eugene O'Neill para Carlotta Monterey O'Neill), 1960.



19.30 Norman Ives, *Ionic-Reconstruction* (Reconstrução iônica), acrílico e pigmento seco sobre tela, 1965. Ives produziu versões pintadas de suas colagens, como nesta construção composta por vinte telas separadas.

19.31 Cipe Pineles, capa para *Seventeen*, 1949. Listras e um reflexo especular produzem vitalidade gráfica.

logo se mostrou um professor naturalmente talentoso e era admirado por sua concisão, ausência de retórica, crítica perspicaz e generosidade.

Ives começou a fazer colagens no final dos anos 1950, inicialmente usando formas triangulares de mesmo tamanho, recortadas de letras e palavras de cartazes e prospectos. Essas formas eram depois coladas em grids traçados em pranchas. Embora retivessem suas cores e formas, ficavam distantes de suas origens, aspecto que as distinguiu das sobras usadas por Schwitters, que preservavam grande parte da identidade de seus materiais [19.30].

UMA REVOLUÇÃO NO DESIGN EDITORIAL

Durante os anos 1940, apenas algumas revistas eram bem projetadas nos Estados Unidos. Uma delas era a *Fortune*, revista de negócios cujos diretores de arte eram Burtin e Leo Lionni (1910-1999), entre outros; outra era a *Vogue*, onde Alexander Liberman (1912-1999) (ver capítulo 17) substituiu o dr. Agha como diretor de arte em 1943; e havia especialmente a *Harper's Bazaar*, onde Brodovitch continuou como diretor de arte até sua aposentadoria, em 1958. Uma das assistentes do dr. Agha na *Vogue* durante os anos 1930, Cipe Pineles (1910-1991), fez uma contribuição importante ao design editorial nos anos 1940 e 1950, primeiro como diretora de arte da *Glamour* e depois da *Seventeen*, *Charm* e *Mademoiselle*. Pineles frequentemente encomendava ilustrações de pintores, resultando em páginas editoriais que rompiam com a imagística convencional [19.31]. Pineles se tornou a primeira mulher admitida como sócia no Clube de Diretores de Arte de Nova York, rompendo o domínio masculino nas associações profissionais de design.



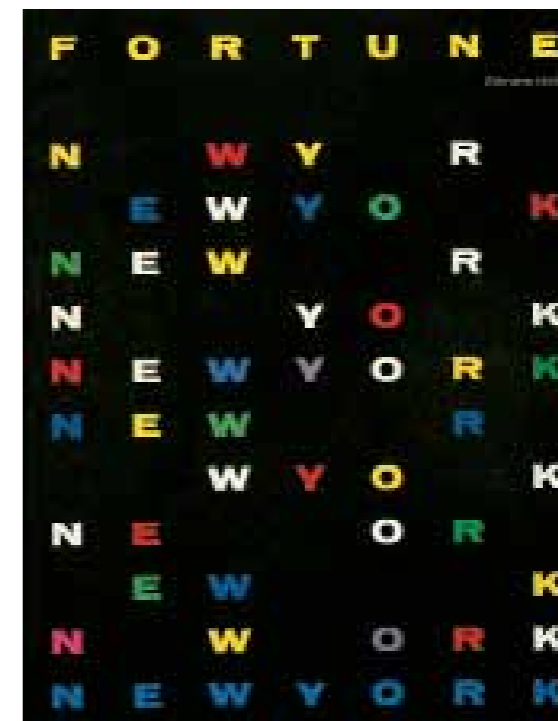
Nascido na Holanda, Leo Lionni estudou economia na Itália de 1931 até 1935. Ali, conheceu o artista futurista Marinetti, que o incentivou a pintar. A carreira de Lionni começou quando trabalhou como designer gráfico e diretor de arte para Motta, distribuidora italiana de alimentos. Em 1939, mudou-se para os Estados Unidos, onde foi contratado como diretor de arte na pioneira agência de propaganda N. W. Ayer, da Filadélfia, cuja carteira de clientes incluía a Container Corporation of America. Ele também contribuiu para o esforço de guerra com projetos como seu cartaz de 1941 “Keep ‘em Rolling” (Mantenha-os rodando), em que três tanques e um soldado são integrados a uma bandeira dos Estados Unidos. Em 1949 tornou-se diretor de arte da revista *Fortune*, onde permaneceu até sua aposentadoria, em 1961 [19.32]. Enquanto esteve lá, deu à revista uma identidade única, em grande parte graças ao uso inovador da fotografia. Além disso, trabalhou na Olivetti norte-americana e foi coeditor da revista *Print*, de 1955 a 1959.

Ao longo dos anos 1950 ocorreu uma revolução no design editorial, impelida, em parte, pelas aulas de design que Brodovitch ministrou, primeiro em sua casa e depois na New School for Social Research (Nova Escola para a Pesquisa Social) em Nova York. As sementes de um período expansivo, em que o mercado editorial foi orientado pelo design, foram lançadas nesses cursos. Um de seus alunos, Otto Storch (1913-1999), mais tarde escreveu:

Brodovitch despejava sobre uma mesa comprida cópias fotostáticas, provas tipográficas, pedaços de papel colorido e o cadarço do sapato de alguém, se estivesse desamarrado, juntamente com cola de borracha. Ele cruzava os braços e com uma expressão triste nos desafiava a fazer algo brilhante.

Os alunos de Brodovitch aprendiam a examinar meticulosamente cada problema, desenvolver uma solução a partir do entendimento resultante e então procurar uma apresentação visual brilhante. Sua influência sobre a geração de designers e fotógrafos que alcançaram notoriedade nos anos 1950 foi fenomenal, e ele ajudou o design editorial a experimentar um de seus melhores períodos.

19.32 Leo Lionni, capa da revista *Fortune*, 1943.



Storch, trabalhando como diretor de arte na editora Dell, estava descontente com os temas de suas incumbências. Vivamente interessado no projeto da *Harper's Bazaar* de Brodovitch, Storch juntou-se aos diretores de arte, fotógrafos, ilustradores, designers de embalagens, cenários e tipos que se reuniam para aprender com o mestre. Certa noite, após uma aula em 1946, Brodovitch examinou o portfólio de Storch e o aconselhou a deixar seu emprego, já que ele não estava a altura de seu potencial. Seguiu-se um período de sete anos de trabalho como *freelancer*, e então Storch entrou para a McCall's Corporation como diretor de arte assistente para a revista *Better Living*. Em 1953 foi nomeado diretor de arte da revista *McCall's*. Quando essa importante publicação feminina enfrentou problemas de circulação no final dos anos 1950, um novo editor chamado Herbert Mayes foi chamado para revitalizá-la. Em 1958, Mayes deu a Storch carta branca para melhorar a parte gráfica da revista e com isso surgiu uma surpreendente abordagem visual. A tipografia era unificada com a

19.33 Otto Storch (diretor de arte) e Paul Dome (fotógrafo), páginas da *McCall's*, 1961. As páginas introdutórias para uma matéria sobre alimentos congelados unificam tipografia e fotografia em uma estrutura coesa.

19.34 Otto Storch (diretor de arte) e Dan Wynn (fotógrafo), páginas da *McCall's*, 1961. A tipografia se curva com a elasticidade de um colchão macio sob o peso da mulher adormecida.

19.36 Otto Storch (diretor de arte) e Allen Arbus (fotógrafo), páginas da *McCall's*, 1959. Textos saem de um salto de sapato e da mão de modelos em movimento. Cores e valores contrastantes criam um impacto visual dinâmico.



fotografia, enquanto os tipos eram projetados para um forte entrelaçamento com a imagem fotográfica [19.33]. Os títulos frequentemente se tornavam parte das ilustrações. Os tipos se torciam e curvavam ou se tornavam a ilustração, como na figura 19.34, onde assumem a forma de um colchão.

A escala era explorada nessa publicação de grande formato, cujas páginas de 27 por 34,5 centímetros propiciavam espaço abundante para o design. Objetos pequenos se tornavam grandes peças gráficas, como a bela espiga de milho fresco do verão [19.35] que ocupa a página dupla. Storch e os fotógrafos que trabalhavam com ele se empenhavam muito para produzir ensaios fotográficos inesperados e poéticos. Alimentos e moda eram com frequência fotografados em locações e não no estúdio.

Storch figura entre os maiores inovadores do período. Sua filosofia de que ideia, texto, arte e tipografia devem ser inseparáveis no design editorial [19.36] influenciou a gráfica tanto editorial como publicitária. O sucesso tornou mais conservadora a administração na *McCall's*, e a oposição aos leiautes criativos de



Storch começou a aumentar. Após quase quinze anos como seu diretor de arte, ele renunciou para se concentrar na fotografia editorial e publicitária.

Depois de ganhar experiência em estúdios e numa agência de publicidade, o vienense Henry Wolf (1925-2005) se tornou diretor de arte da *Esquire* em 1953. Wolf, que também tinha estudado com Brodovitch, redesenhou a revista, colocando ênfase maior no uso do espaço em branco e em grandes fotografias. Quando Brodovitch se aposentou em 1958, Wolf o substituiu como diretor de arte da *Harper's Bazaar*. Ele experimentou com tipos, tornando-os grandes o bastante para encher uma página dupla em contraposição a títulos pequenos nas outras páginas. A concepção de Wolf para a capa da revista era uma imagem simples que transmitia uma ideia. Sua capa "The Americanization of Paris" (A americanização de Paris) [19.37] inspirou cartas perguntando onde se podia comprar vinho instantâneo. A sofisticação e a criatividade da fotografia encomendada pela *Harper's Bazaar* durante sua gestão foram realizações monumentais [19.38, 19.39].

Em 1961, Wolf deixou a *Harper's Bazaar* para projetar a nova revista *Show* [19.40], periódico de vida curta que explorou um território gráfico novo em consequência da imaginativa direção de arte de Wolf. Em seguida ele voltou sua atenção para a publicidade e a fotografia.

No final dos anos 1960, amplos fatores em ação nos Estados Unidos puseram fim à era das grandes páginas, fotografias enormes e ao design como componente importante do conteúdo. A televisão erodiu a receita de publicidade das revistas e suplantou seu papel tradicional de fornecer entretenimento popular. Na mesma época, preocupações públicas quanto à Guerra do Vietnã, os problemas ambientais, os direitos das minorias e das mulheres, e um arsenal de outras questões geraram a necessidade de revistas diferentes. O público demandava conteúdo informativo mais elevado e as tarifas postais caríssimas, a escassez de papel e a consequente elevação de seus preços bem como dos custos de impressão encolheram os periódicos de grande formato. A *Esquire*, por exemplo, passou de 25,5 por 33,4 centímetros para um tamanho banal de cerca de 21 por 27,5 centímetros. Semanários importantes como *Life*, *Look* e o *Saturday Evening Post* deixaram de ser publicados.

19.35 Otto Storch (diretor de arte e fotógrafo), páginas da *McCall's*, 1965. A beleza suave de uma espiga de milho enche as páginas. Para o título é usada a foto de uma placa feita à mão, de um mercado de beira de estrada.



19.37 Henry Wolf, capa para *Esquire*, 1958. “The Americanization of Paris” é representada por um pacote de “vinho tinto instantâneo”, satirizando a progressiva expansão da tecnologia, costumes e conveniências norte-americanos.



19.38 Henry Wolf, capa para *Harper's Bazaar*, 1959. Esta imagem, distorcida pela refração da água, é típica das soluções visuais criativas de Wolf para problemas comuns. Um detalhe sutil: o logotipo também está refratado.



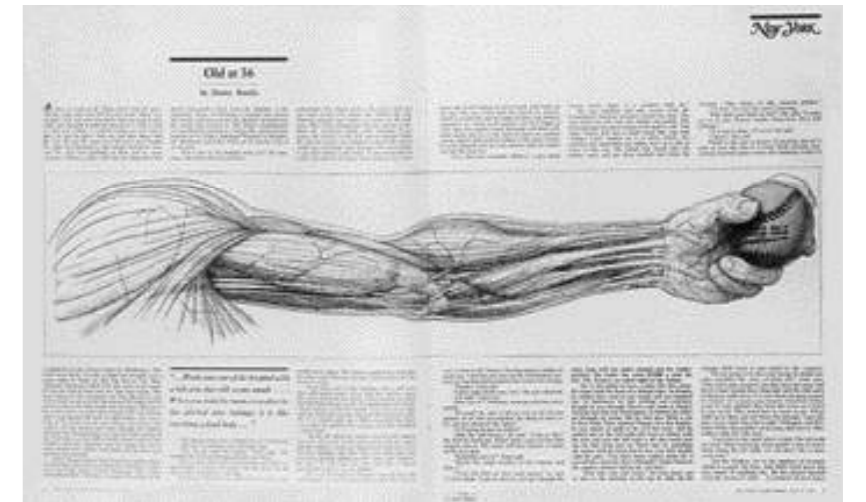
19.39 Henry Wolf, capa para *Harper's Bazaar*, 1959. As cores de uma pena de pavão são imitadas pela maquiagem do olho.

19.40 Henry Wolf, capa para *Show*, 1963. Nesta capa para o Dia dos Namorados, uma máquina de raios x localiza o coração gráfico vermelho da modelo.

O DESIGN EDITORIAL DEPOIS DO DECLÍNIO

Muitos vaticinavam a morte da revista como forma de comunicação durante os anos 1960; entretanto, uma nova linhagem de periódicos de formato menor surgiu e prosperou voltando-se aos interesses de públicos especializados. Anunciantes que desejavam alcançar esses públicos compravam espaço. O novo contexto, com ênfase maior no conteúdo, textos mais longos e menos oportunidade para esbanjar no tratamento visual, necessitava de um novo enfoque do design editorial. O leiaute se tornou mais controlado e o uso de formato e grid padronizados passou a ser a norma.

Um prenúncio da evolução da revista como forma de comunicação gráfica pode ser encontrado no trabalho de Peter Palazzo (1926-2005), editor de projetos do *New York Herald Tribune* de 1962 a 1965. Palazzo recebeu considerável aclamação pelo projeto tipográfico geral para esse jornal, pelo design editorial do *Book Week Supplement* e da revista *New York*, e pela força conceitual de muitas imagens por ele encomendadas. Na seção semanal da revista *New York*, Palazzo estabeleceu um grid de três colunas e um tamanho e estilo consistentes para títulos de ar-



tigos, que tinham sempre uma linha espessa acima e um traço fino abaixo [19.41]. O efeito total era algo entre o projeto do jornal (com suas massas dominantes de texto) e o da revista da época (com visuais envolventes e amplo espaço em branco). Seus projetos de capa usavam imagens simbólicas simples e diretas para fazer comentários editoriais sobre assuntos importantes [19.42]. Depois que o *New York Herald Tribune* deixou de ser publicado em abril de 1967, o suplemento *New York* continuou como uma revista independente sobre a cidade.

Durante o final dos anos 1960, o design gráfico nos Estados Unidos lentamente começou a tornar-se uma profissão nacional. As novas tecnologias de composição e impressão fotográfica possibilitaram a produção de trabalhos excelentes nas cidades pequenas; desenvolveram-se programas de formação profissional em todo o país. Duas revistas nacionais de design – *Print*, publicada em Nova York a partir de 1940, e *Communication Arts*, lançada na área de San Francisco em 1959 – comunicavam-se com uma comunidade de designers de âmbito cada vez mais nacional e desempenharam papel importante na definição da profissão e suas normas.

Uma nova classe de diretores de arte que eram tanto editores como designers surgiu em algumas cidades, como Atlanta e San Francisco. Eles ajudaram a moldar o ponto de vista editorial e a filosofia de suas publicações. Um protótipo para esse novo designer

19.41 Peter Palazzo (diretor de arte), páginas para *New York*, 1965. O desenho anatômico transparente de um braço é combinado com a foto de uma bola de beisebol para ilustrar as lesões no braço de um lançador da liga principal.

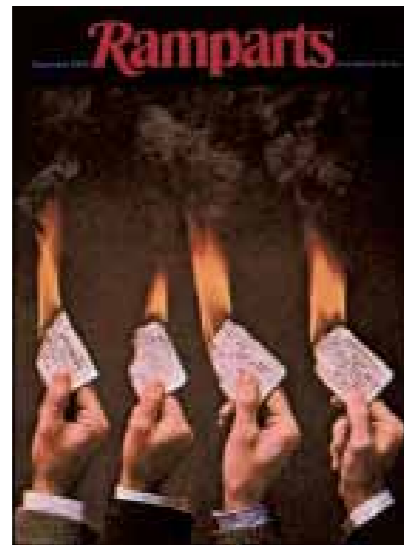


19.42 Peter Palazzo (diretor de arte), capa para *New York*, 1965. Para um número especial sobre questões das mulheres e seu desejo de maior liberdade e igualdade, Palazzo aplicou sombra e rímel nos olhos da Estátua da Liberdade.

19.44 Bea Feitler (diretora de arte), capa para a revista *Ms.*, 1972. A tipografia verde-limão contra um fundo rosa fluorescente se projetava alegremente das bancas de jornais.

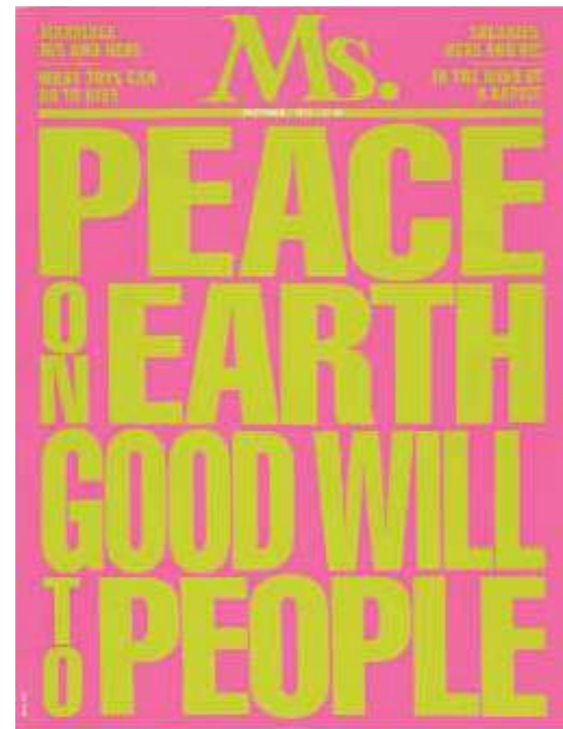
editorial foi Dugald Stermer (n. 1936), que deixou o emprego num estúdio no Texas em 1965 para regressar a sua Califórnia natal e tornar-se diretor de arte da revista *Ramparts*. A oposição pública à Guerra do Vietnã eclodia juntamente com uma multiplicidade de outras preocupações sociais e ambientais, e *Ramparts* se tornou um veículo da crônica desse movimento. Stermer desenvolveu um projeto usando tipografia Times Roman com capitulares, duas colunas de texto na página e títulos e cabeçalhos centralizados. Dessa forma, a dignidade e a legibilidade da tipografia clássica, tradicional, embalavam o periódico mais radical da época. Stermer fez uma contribuição importante no uso de imagens, frequentemente colocando ilustrações ou fotos de página inteira na capa e no início dos artigos. Ele e os editores Warren Hinkle, Robert Scheer e Sol Stern ficaram perigosamente próximos de serem acusados de conspiração em consequência do projeto da capa de dezembro

19.43 Dugald Stermer (diretor de arte), capa para *Ramparts*, 1967. Como o nome dos editores está claramente visível nos cartões de recrutamento em chamas, esta representação gráfica de desobediência civil assume a qualidade de um crime autodocumentado.



* Bea Feitler, carioca, formada pela Parsons School of Design, concentrou sua carreira em Nova York. No Brasil, trabalhou com Carlos Scliar na revista *Senhor* entre 1959 e 1960 e logo depois fundou com Jaguar e Glauco o efêmero Estúdio G. Entre seus trabalhos brasileiros mais célebres está a capa do livro *O homem nu*, de Fernando Sabino, para a Editora do Autor. Ver Chico Homem de Melo, *O design brasileiro: anos 60* (São Paulo: Cosac Naify, 2006). [N.E.]

de 1967 [19.43]. Numa época em que muitos jovens norte-americanos queimavam a convocação para o serviço militar por uma questão de protesto, essa capa apresentava quatro mãos segurando fac-símiles em chamas de cartões de recrutamento de Stermer e dos três editores. Argumentos convincentes do advogado Edward Bennet Williams persuadiram o tribunal a não indiciar os quatro.



Em contraste com a abordagem consistente adotada por Stermer, o projeto da revista *Ms.* realizado por Bea Feitler* (1938-1982) recorria frequentemente à diversificação de estilo e escala tipográficos para conferir vitalidade e expressão a essa revista do movimento feminista. As convenções sociais e o pensamento padrão do design foram desafiados pela capa de *Ms.* no Natal de 1972 [19.44]. A tradicional saudação do feriado, normalmente desejando “boa vontade aos homens”, é dirigida ao “povo”. Bea Feitler tinha um enfoque original para a tipografia e o design que não dependia da coerência de estilo, mas de uma habilidade finamente sintonizada para fazer escolhas apropriadas sem inibições da moda ou prática tipográfica corrente. Em uma única edição da revista *Ms.* ela usou uma gama gráfica que incluía Garamonds do século xv com capitulares ornamentais, tipos geométricos simples sem serifa e letras fantasia ou ilustradas. Depois de sua gestão na *Ms.*, Feitler passou a atuar ativamente como designer autônoma de periódicos e livros.

Várias correntes – a abordagem conceitual do design de capas, o papel do diretor de arte nas deli-



berações editoriais, conforme ilustrado pelo caso de Stermer, e o gosto crescente pela nostalgia, objetos efêmeros e a cultura popular em parte inspirada na arte pop dos anos 1960 – se harmonizavam no trabalho de Mike Salisbury (n. 1941), que se tornou diretor de arte do *West*, suplemento de domingo do *Los Angeles Times*, em 1967. Por cinco anos, até o jornal deixar de publicá-lo porque sua receita de publicidade não conseguia cobrir os custos de produção, Salisbury fez do *West* uma expressão vital da cultura californiana. O deleite visual dos artefatos cotidianos do país, que variavam de etiquetas de caixotes de laranja e propaganda de *blue jeans* [19.45] a automóveis personalizados, era apresentado em páginas duplas editoriais pesquisadas por Salisbury e projetadas com uma combinação de casualidade e ordem em leiautes originais que davam densidade às páginas da publicação.

Em 1974 Salisbury reformulou inteiramente o projeto da *Rolling Stone*, jornal do *rock-and-roll* reposicionado como revista tabloide [19.46]. O elemento surpresa tornou-se a principal ferramenta projetual de Salisbury para dar força visual à *Rolling Stone*. Para cada artigo de uma edição usava-se tipografia diferente, e a gama de ilustrações e enfoques fotográficos não conhecia limites. Além disso, Salisbury estabeleceu um enfoque de design desinibido, livre, que durante uma década influenciou o leiaute de muitos periódicos populares, especializados e regionais. Também trabalhou como consultor em design ou diretor de arte para *Oui*, *City* e *New West*.



A NOVA PUBLICIDADE

Os anos 1940 foram uma década medíocre para a publicidade. A repetição de *slogans* hiperbólicos, depoimentos de astros do cinema e afirmações exageradas foram a tônica dominante da década, pontuada por ocasional excelência de design. Em 1º de junho de 1949 uma nova agência de publicidade, a Doyle Dane Bernbach, abriu suas portas no número 350 da Madison Avenue na cidade de Nova York com um quadro de treze funcionários e menos de meio milhão de dólares em contas de clientes. O redator Bill Bernbach era o sócio com responsabilidade pela área criativa e sua equipe inicial consistia no diretor de arte Bob Gage (1919-2000) e na redatora Phyllis Robinson (n. 1921). A Doyle Dane Bernbach “retirou o ponto de exclamação da publicidade” e a fez conversar com inteligência com os consumidores. O primeiro cliente da agência foi uma loja popular de departamentos que precisava urgentemente de uma nova imagem [19.47]. Em contraste com o espaço apertado e as múltiplas mensagens de grande parte da propaganda do período, a Doyle Dane Bernbach usava com eficácia o espaço em branco para focar a atenção do leitor na chamada e na imagem em meio às páginas congestionadas dos jornais [19.48].

Para cada campanha, a agência desenvolvia uma estratégia de demarcação das principais vantagens, características distintivas ou traços superiores do produto. Para alcançar consumidores bombardea-

19.45 Mike Salisbury, páginas de *West*, final dos anos 1960. Aqui o diretor de arte se tornou historiador, pesquisando e selecionando velhos anúncios e produtos da Levi's para um ensaio iconográfico.

19.46 Mike Salisbury, páginas de *Rolling Stone*, 1974. Tipos diversos são contidos em molduras e boxes. Fotos de página dupla produzem um alegre ritmo gráfico.



19.49 Helmut Krone (diretor de arte) e Julian Koenig (escritor), anúncio da Volkswagen, 1960. Um carro econômico passa a ser adorável à medida que as convencionais afirmações exageradas e superlativos dão lugar a fatos diretos.

dos por perpétuas mensagens comerciais, Bernbach buscou uma embalagem criativa para essas informações. Sua contribuição maior foi combinar palavras e imagens de uma nova maneira. Tradicionalmente, a chamada e o corpo do texto do redator eram enviados para o diretor de arte, que então fazia um leiaute. No método de Bernbach, estabeleceu-se uma relação sinérgica entre os componentes visuais e verbais. Paul Rand desenvolvera uma abordagem-guia para a publicidade nos anos 1940, integrando palavras e frases numa organização mais livre, usando metáforas visuais e trocadilhos raramente vistos na publicidade. Agora Bernbach e seus colegas eliminavam as fronteiras entre a comunicação verbal e visual e criavam uma nova sintaxe; palavra e imagem se fundiam na expressão conceitual de uma ideia de modo a se tornarem totalmente interdependentes [19.49]. Na campanha da Volkswagen, “carrinhos estranhos com forma de besouro” eram comercializados para um público acostumado ao luxo e a muitos cavatos de potência como símbolos de *status*. O poder de



19.50 Jim Brown (diretor de arte) e Larry Levenson (redator), anúncio da Volkswagen, 1969. Vincular o carro a um veículo espacial reforçava o conceito de máquina despojada, mas bem projetada, confiável.

citários eram substituídos por pessoas concretas da sociedade pluralista norte-americana [19.51]. A força dessa abordagem foi demonstrada quando um anúncio do serviço público influenciou a ação do Congresso [19.52] e Steinhauser, o diretor de arte, recebeu uma carta de agradecimento do presidente Lyndon B. Johnson depois que o projeto de lei foi aprovado.

A Doyle Dane Bernbach tornou-se um campo de treinamento para o que acabou sendo chamado de “a nova publicidade”. Muitos redatores e diretores de

19.52 Bert Steinhauser (diretor de arte) e Chuck Kollwe (redator), anúncio de ação política, 1967. Palavras surpreendentes e um retrato vívido desafiavam os leitores a escrever ao Congresso sobre um projeto de lei para o extermínio de ratos.

19.47 Bob Gage (diretor de arte), Bill Bernbach e Judy Protas (redatores), anúncio da Ohrbach's, 1958. Uma “dama felina” descobre como uma amiga consegue se vestir tão bem tendo rendimento modesto – ela compra alta moda a preço baixo.



19.48 Charlie Piccirillo (diretor de arte) e Judy Protas (redatora), anúncio de volta às aulas da Ohrbach's, 1962. Chavões sazonais dão lugar a uma apresentação direta das alegrias e tristezas da vida cotidiana.



reconhecimento da campanha da Volkswagen foi demonstrado por uma propaganda que apareceu logo depois do primeiro pouso na Lua [19.50], que teve impacto reforçado por sua continuidade com anúncios anteriores.

Essa abordagem da publicidade levou a novas relações de trabalho, já que redatores e diretores de arte trabalhavam como “equipes criativas”. Além de Gage, Bill Taubin, Helmut Krone (1925-1996), Len Sirowitz (n. 1932) e Bert Steinhauser estão entre os diretores de arte que produziram excepcional trabalho de criação em colaboração com os redatores da Doyle Dane Bernbach. Como o conceito era dominante, o projeto de muitos anúncios da Doyle Dane Bernbach se reduzia aos elementos básicos necessários para transmitir a mensagem: uma imagem grande, impactante, uma chamada concisa de forte peso tipográfico, e um texto que reforçasse sua afirmação com redação factual e em geral divertida em lugar de elogios suspirantes e superlativos insignificantes. Muitas vezes a organização visual era simples e simétrica, pois não era permitido que os arranjos dos projetos se desviassem da apresentação direta da ideia. Estereótipos publi-

19.51 Bill Taubin (diretor de arte) e Judy Protas (redatora), cartaz para o metrô, c. 1965. Os estereótipos da comunicação de massa eram substituídos por imagens mais realistas de pessoas e quebravam-se tabus contra a representação de minorias étnicas.



arte que lá se formaram participaram de agências subsidiárias à medida que a “agência-boutique”, pequeno escritório com mais ênfase na criatividade que em serviços completos de marketing, desafiava o domínio de monolíticas agências multimilionárias durante o florescimento da criatividade publicitária dos anos 1960. A noção de superastro da publicidade foi alimentada por uma proliferação de prêmios, concursos, periódicos profissionais e anuários. Nos anos 1980 a Doyle Dane Bernbach havia evoluído para uma grande agência de publicidade mais convencional.

A transmissão regular de televisão foi iniciada em 1941 e logo depois da Segunda Guerra Mundial começou seu espetacular crescimento como mídia de publicidade. Por volta do início dos anos 1960, a televisão era a segunda maior mídia (depois dos jornais) em receita de publicidade total e a maior mídia nos grandes orçamentos nacionais de publicidade. Os diretores de arte de mídia impressa começaram a voltar-se para o design de comerciais de televisão. Essa onipresente forma de comunicação expandiu a compreensão pública da forma cinematográfica ao adotar técnicas do filme experimental; em seus piores momentos, os comerciais da televisão se tornaram a ruína da consciência pública.

19.53 Gene Federico (diretor de arte), anúncio para Woman's Day (Dia da mulher), 1953. Neste anúncio de página dupla da revista *New Yorker*, o “o” perfeitamente redondo do tipo Futura forma cada uma das rodas da bicicleta.



A “nova publicidade” se desenvolveu ao mesmo tempo que o “novo jornalismo”, e era inevitável uma enxurrada de comparações. O enfoque de escritores como Tom Wolfe (n. 1931) substituía a tradicional objetividade pelas respostas subjetivas como componente da reportagem. O jornalista vivenciava uma matéria antes como participante que como observador imparcial. Por seu turno, embora a nova publicidade continuasse sua orientação básica rumo a técnicas persuasivas de venda e apelos emocionais subjetivos, seus métodos eram mais honestos, cultos e saborosos. Nos anos 1970 a publicidade progressivamente se dedicou a posicionar produtos e serviços contra seus concorrentes e o nível geral da criatividade dos anúncios impressos declinou.

O EXPRESSIONISMO TIPOGRÁFICO NOS ESTADOS UNIDOS

Um rumo divertido tomado pelos designers gráficos de Nova York nos anos 1950 e 1960 envolvia a tipografia figurativa. Essa tendência assumia muitas formas – as letras se tornavam objetos; os objetos se tornavam letras. Gene Federico (1919-1999) foi um dos primeiros designers gráficos a deleitar-se com o uso de letras como imagens [19.53]. Outro enfoque da tipografia figurativa usava as propriedades visuais das palavras em si mesmas, ou sua organização no espaço, para exprimir uma ideia. O anúncio “Tonnage” (Tonelagem) de Don Egensteiner [19.54] é um exemplo da organização visual do tipo assumindo um sentido conotativo. A tipografia era às vezes arranhada, rasgada, curvada ou vibrada para expressar um conceito ou introduzir na página impressa o inesperado.

Outra tendência tipográfica que lentamente se iniciou nos anos 1950 foi um reexame de tipos decorativos e fantasia do século XIX, que haviam sido rejeitados durante muitas décadas sob influência do movimento moderno. Essa retomada de interesse foi inspirada por Robert M. Jones, diretor de arte da RCA Victor Records, que fundou a imprensa privada Glad Hand Press em 1953. Jones tinha uma predileção pela impressão colonial e oitocentista e exercitou esse in-

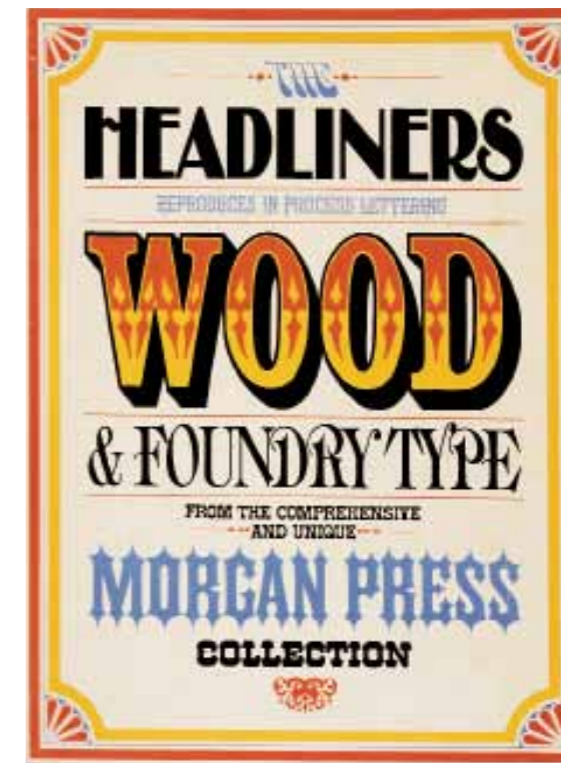


teresse em centenas de peças gráficas efêmeras produzidas na empresa. Além disso, frequentemente fazia a composição tipográfica para seus projetos de capa de disco usando tipos de madeira.

A fotocomposição, a composição de tipos mediante a exposição de papel fotográfico através de negativos contendo os caracteres alfabéticos, fora ensaiada já em 1893, com resultados limitados. Durante os anos 1920, inventores na Inglaterra e nos Estados Unidos chegaram mais perto do sucesso. O ano de 1925 assistiu ao discreto alvorecer de uma nova era da tipografia com o anúncio público da máquina Thothmic de fotocomposição, inventada por E. K. Hunter e J. R. C. August, de Londres. Um teclado produzia uma fita perfurada para controlar um longo filme-mestre opaco com letras transparentes. À medida que uma dada letra era posicionada na frente de uma lente, sua imagem era exposta em um papel fotográfico por um raio de luz. A Thothmic era um prenúncio da revolução gráfica que ocorreria meio século depois.

A composição comercialmente viável de tipos fotográficos *display* nos Estados Unidos começou quando a empresa Photolettering se estabeleceu em Nova York em 1936. Era liderada por Edward Rondthaler (n. 1905), que ajudara a aperfeiçoar a Ruther-

ford Photolettering Machine, que compõe tipos pela exposição de negativos de caracteres tipográficos sobre papel fotográfico. Embora a fotocomposição tivesse potencial para substituir a qualidade rígida do tipo de metal por uma nova flexibilidade dinâmica, durante mais de duas décadas apenas foi usada como método alternativo de composição tipográfica, com algumas vantagens e desvantagens de produção. Uma vantagem importante da fotocomposição era uma redução radical no custo da introdução de novos estilos de tipos. A expansão em larga escala dessa técnica durante os anos 1960 foi acompanhada por projetos novos e reedições de antigos. Um livro de amostras tipográficas [19.55] projetado por John Alcorn (1935-1992) apresentou os tipos da Morgan Press do século XIX como tipos de fotocomposição da Headliners Process Lettering. Essa foi uma das muitas empresas que tornaram amplamente disponíveis os tipos da era vitoriana. Os designers gráficos repensaram o valor de formas supostamente antiquadas e as incorporaram a seu trabalho.



19.54 Don Egensteiner (diretor de arte), anúncio para a Young and Rubicam Advertising, 1960. O pesado título de uma palavra só esmaga o corpo do texto para realizar um objetivo importante: captar a atenção.

19.55 John Alcorn, capa para um folheto de amostras de tipos para fotocomposição, 1964. A mistura simétrica de fontes decorativas se aproximava do cartaz de tipos de madeira do século XIX, mas o espaçamento e o uso das cores eram atuais.

19.56 Herb Lubalin, tipograma de um cartaz de anúncio de tipos Stettler, 1965. *Marriage* (Casamento), “a mais licenciosa das instituições humanas”, se torna uma ilustração pela junção dos “RR”.

MARRIAGE

MOTHER

NY, NY

Ice Capades

19.57 Herb Lubalin (designer) e Tom Carnase (letrista), proposta de logotipo de revista, 1967. O *ampersand* envolve e protege a “child” (criança) em uma metáfora visual para o amor materno.

19.58 Herb Lubalin, proposta de logotipo para a cidade de Nova York, 1966. A perspectiva isométrica cria uma tensão dinâmica entre a bi e a tridimensionalidade, sugerindo a verticalizada arquitetura da cidade.

19.59 Herb Lubalin, logotipo da Ice Capades, 1967.

Era necessário que alguém definisse o potencial estético da fotocomposição ao entender sua nova flexibilidade e explorar suas possibilidades de expressão gráfica. Herb Lubalin (1918-1981), profissional completo, cujas realizações abrangem o design publicitário e editorial, o design de marcas e tipos, cartazes e embalagem, foi o aclamado gênio tipográfico de seu tempo. Os maiores avanços do design gráfico norte-americano – inclusive a orientação do conceito visual/verbal da Doyle Dane Bernbach e as tendências rumo a uma tipografia figurativa e mais estruturada – se juntaram no trabalho de Lubalin. O espaço e a superfície se tornaram suas principais considerações visuais. Ele abandonou as regras e a prática tipográfica tradicional e considerou os caracteres alfabéticos como forma visual e ao mesmo tempo como comunicação de mensagens.

Descontente com as limitações rígidas do tipo de metal nos anos 1950, Lubalin recortava suas provas de tipos com uma lâmina de barbear e as remontava. Em suas mãos, os tipos eram comprimidos até as letras se juntarem em ligaturas e aumentarem para tamanhos inesperados; as letras eram unidas, sobrepostas e aumentadas; os Os capitulares se tornaram receptáculos para imagens. Palavras e letras podiam transformar-se em imagens; uma imagem podia tornar-se uma palavra ou uma letra. Esse jogo tipográfico envolve o leitor e exige participação. Lubalin praticava o design não como uma forma de arte ou ofício criado num vazio, mas como meio de dar forma visual a um conceito ou mensagem. Em seu trabalho mais inovador, esses elementos se combinam em uma unidade chamada *tipograma*, um breve poema visual tipográfico. A sagacidade e a forte orientação de Lubalin para a comunicação permitiam-lhe transformar palavras em tipogramas ideográficos sobre o tema [19.56 – 19.59].

Em 1960, a maior parte da tipografia *display* era em tipo de metal de composição manual dos tempos de Gutenberg, mas esse ofício de quinhentos anos de idade estava se tornando obsoleto pela fotocomposição. Ao final da década, o tipo de metal era praticamente coisa do passado. Mais que qualquer outro designer gráfico, Lubalin explorou o potencial criativo da fotocomposição para verificar como as relações fixas de letras que marcham em blocos retangulares de metal podiam ser explodidas pelas qualidades dinâmicas e elásticas dessa técnica. Nos sistemas de fotocomposição, o espaçamento de letras poderia ser estreitado até a extinção e as formas poderiam sobrepor-se. Uma gama maior de tamanhos de tipo era disponibilizada; o tipo podia ser composto em qualquer tamanho exigido pelo leiaute ou aumentado para enormes dimensões sem perder a nitidez. Lentes especiais podiam ser usadas para expandir, estreitar, italicizar, inclinar para trás ou criar contornos para as letras. Lubalin incorporou essas possibilidades ao seu trabalho não com fins meramente técnicos ou do design em si mesmo, mas como um meio poderoso para intensificar a imagem impressa e expressar o conteúdo.

Durante a era dos tipos de metal, centenas de milhares de dólares tinham de ser investidos no desen-



19.60 Herb Lubalin, cartaz anunciando tipos Davida Bold, 1965. Quatro versos do trava-língua de Peter Piper compartilham um único “P” capitular.

19.61 Herb Lubalin, página de *Eros*, 1962. Lubalin sobrepôs e encostou letras, comprimiu o espaço entre as palavras e espremeu palavras e imagens em um retângulo.



19.62 Herb Lubalin, páginas de *Eros*, 1962. O ensaio fotográfico se encerra com uma citação de Stephen Crane, que hoje soa como um aviso arrepiante do assassinato do presidente.



volvimento de um único tipo novo. Era necessário fabricar matrizes para cada tamanho de tipo de composição manual ou por linotipo, e depois cada oficina tipográfica tinha de comprar grande estoque de tipos de metal, em todos os tamanhos e variação de romano, negrito, itálico e assim por diante, para atender às solicitações do cliente. A fotocomposição reduziu esse processo à criação relativamente barata de simples fontes em filme, e teve início a proliferação de projetos de tipos comparável à da era vitoriana. A Visual Graphics Corporation, fabricante da máquina Phototypesetter, que possibilitou que os estúdios de design e empresas de impressão do mundo inteiro utilizassem excelentes tipos *display*, patrocinou em 1965 um Concurso Nacional de Design de Tipos. Os cartazes de Lubalin demonstrando os doze projetos vencedores chamaram a atenção para a fotocomposição e seu potencial para o design [19.60]. Quando seus detratores disseram que sua tipografia sofria de um prejuízo na legibilidade devido ao espaçamento aper-



tado e à sobreposição de formas, Lubalin respondeu: "Às vezes você tem de comprometer a legibilidade para obter impacto". A atenção ao detalhe e a experimentação tipográfica de Lubalin aguçaram a sensibilidade de outros designers, inspirando-os a experimentar novas possibilidades.

Lubalin também fez contribuições importantes ao design editorial durante os anos 1960. Um arsenal de reformulações de projetos editoriais, incluindo duas para o malfadado *Saturday Evening Post*, acompanhou sua colaboração com o editor Ralph Ginzburg (1929-2006) em uma série de revistas. Um periódico trimestral de capa dura chamado *Eros*, lançado em 1962 com uma gigantesca campanha de mala direta, era anunciado como a revista do amor. Seu formato de 96 páginas livres de anúncios permitiu que Lubalin explorasse escala, espaço em branco e fluxo visual. Em um ensaio fotográfico sobre o presidente John F. Kennedy [19.61, 19.62], mudanças de escala que vão de uma foto sangrada em página inteira a páginas congestionadas com oito ou nove fotos estabeleciam um ritmo alegre. Depois de examinar folhas de cópia-contato fotográfico, Lubalin desenhou leiautes de notável vitalidade [19.63, 19.64].

19.63 Herb Lubalin (designer) e Bert Stern (fotógrafo), capa para *Eros*, 1962. O grid de imagens formado por tiras de contato é violado por uma tira que se desvia para cima para se alinhar com o logotipo e o lide.



19.64 Herb Lubalin (designer) e Bert Stern (fotógrafo), páginas de *Eros*, 1962. Os riscos translúcidos de marca-texto feitos por Marilyn Monroe ganham dramaticidade graças à escala.



19.65 Herb Lubalin (designer) e Etienne Delessert (ilustrador), páginas de *Fact*, 1967. A “ilustração” para este artigo é uma reformulação simbólica do título.

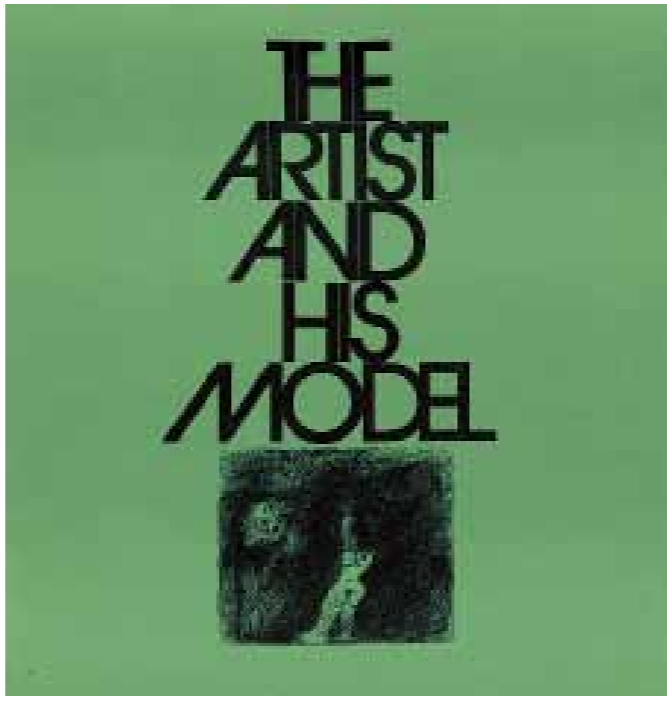
19.67 Herb Lubalin (design) e Pablo Picasso (litografia), abertura de seção para um número de *Avant Garde*, 1969. O logotipo do título da revista gerou um tipo recheado de ligaturas incomuns de versais, aqui usado em uma edição sobre Picasso.

Acreditando que a seleção de tipos devia expressar conteúdo e ser comandada pela configuração visual das palavras, Lubalin usou em *Eros* uma diversidade de tipos *display*, incluindo tipos gigantes estreitos sem serifa, tipos fantasia e delicados romanos Old Style. Embora o conteúdo visual e textual de *Eros* fosse moderado em comparação com o material explícito permitido uma década depois, Ginzburg foi condenado por enviar material obsceno pelo correio e, depois de esgotadas todas as apelações, cumpriu oito meses de prisão em 1972.

Em 1967 Ginzburg lançou a revista *Fact*, com reportagens que expunham instituições intocáveis e personalidades importantes. O tratamento gráfico de Lubalin com um orçamento curto de produção denunciava a restrição econômica às publicações dos anos 1970. Carecendo de recursos para contratar dez ilustradores ou fotógrafos diferentes para cada edição, Lubalin encomendava a um só profissional a ilustração de todos os artigos de uma edição por um preço fechado. A economia no projeto foi obtida por uma formatação padronizada usando títulos Times Roman em negrito e subtítulos em Times New Roman [19.65].

Ginzburg e Lubalin fecharam a década com o formato quadrado de *Avant Garde*, suntuoso periódico que publicava ensaios visuais, ficção e reportagem.

Nascida em meio aos movimentos sociais pelos direitos civis, liberação das mulheres, revolução sexual e protestos contra a guerra [19.66], essa revista se tornou um dos feitos mais inovadores de Lubalin. Embora seus leiautes tenham forte estrutura geométrica subjacente, não se trata da geometria clássica dos designers da Basileia e Zurique. Ao contrário: é a ordem exuberante e otimista do caráter expansivo norte-americano, sem nenhum impedimento relativo a tradição ou qualquer pensamento limitador que não pudesse ser superado. O logotipo para *Avant Garde*, com ligaturas de versais firmemente integradas, foi desenvolvido a partir de uma família de tipos geométricos sem serifa de mesmo nome [19.67]. Em

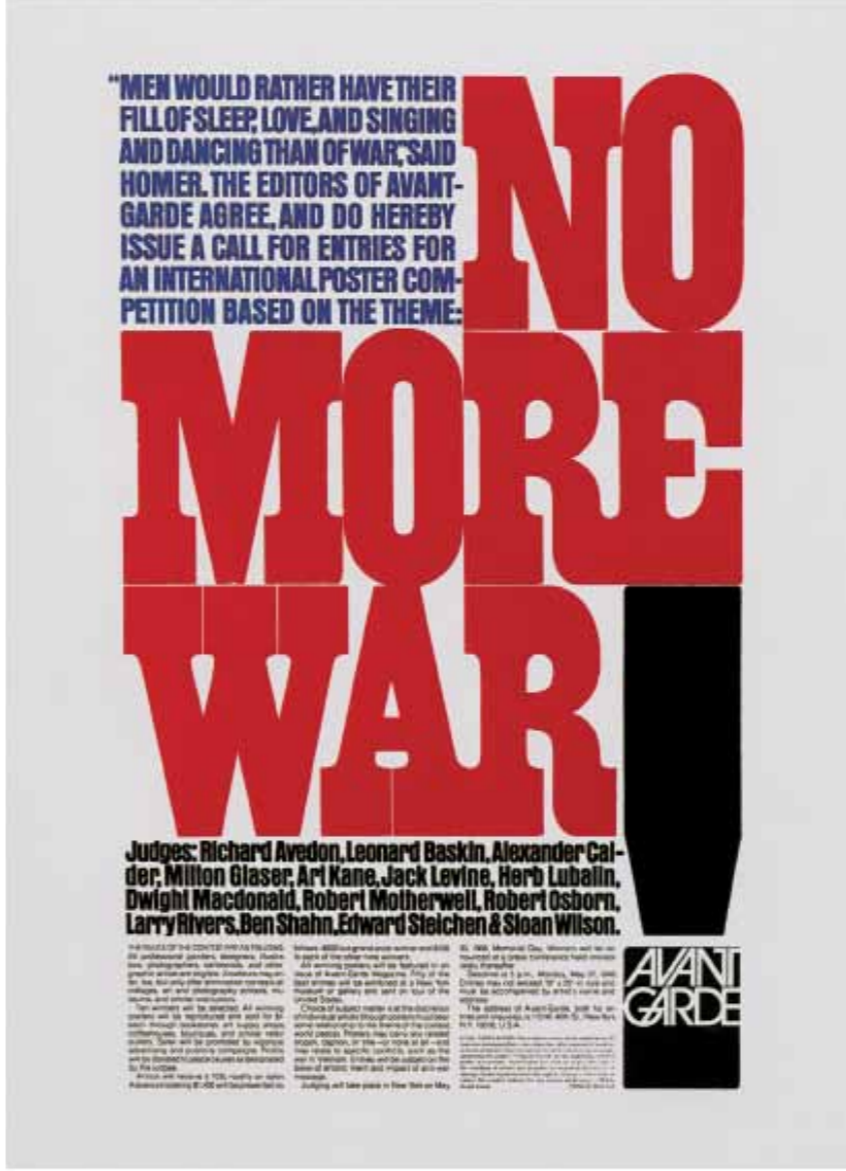


1970, o design de tipos começou a ocupar mais tempo de Lubalin. Para ele, a tarefa do designer era projetar uma mensagem a partir de uma superfície usando três meios de expressão interdependentes: fotografia, ilustração e letras.

À medida que a fotocomposição facilitava a produção de novas fontes, a pirataria tipográfica passou a ser uma questão premente. Os projetos de tipos

originais que exigiam centenas de horas de trabalho podiam agora ser fotocopiados por operadores inescrupulosos que produziam fontes instantâneas em filme, mas não remuneravam os designers. Para permitir que os designers fossem devidamente recompensados por seu trabalho e ao mesmo tempo autorizar e produzir fontes-mestras disponíveis para todos os fabricantes, Lubalin, Rondthaler, o pioneiro da fotocomposição, e o tipógrafo Aaron Burns (1922-1991) criaram em 1970 a International Typeface Cor-

poration (ITC). Trinta e quatro famílias de tipos plenamente desenvolvidas e cerca de sessenta tipos *display* adicionais foram desenhados e licenciados durante a primeira década da ITC. Seguindo os exemplos da Univers e Helvetica, as fontes da ITC tinham grandes alturas-x e pequenas ascendentes e descendentes; estas se tornaram as características dominantes das fontes projetadas durante os anos 1970 e início dos 1980. Com Lubalin como diretor de design, a ITC lançou um periódico, *U&Ic*, para divulgar e demonstrar

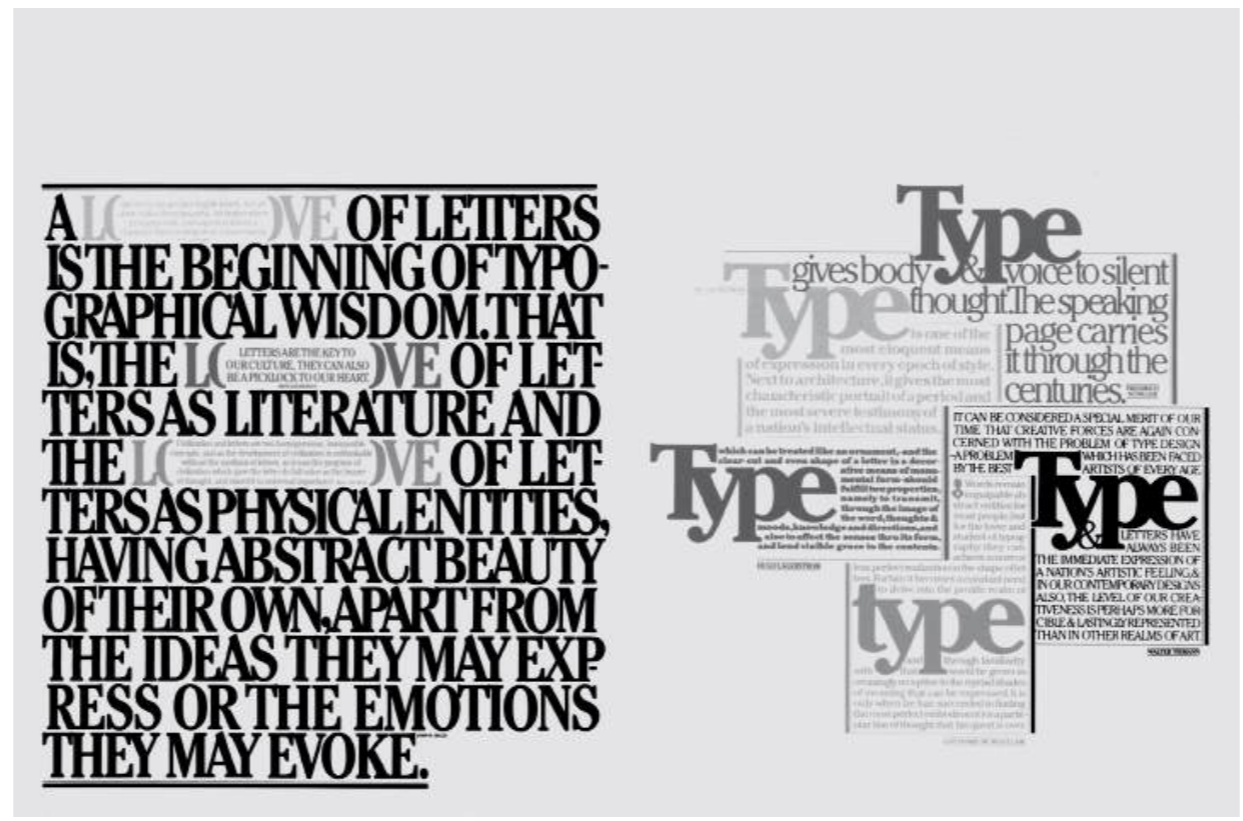


19.66 Herb Lubalin, anúncio para concurso de cartazes contra a guerra de *Avant Garde*, 1967. Unidade e impacto resultam da compressão de informações complexas em um retângulo dominado pela grande manchete em vermelho.

19. **68** Herb Lubalin, capa para *U&Ic*, 1974. Cinquenta e nove elementos tipográficos, sete ilustrações e dezesseis fios – um total de 82 elementos – são integrados em uma página preenchida de informações.



19. **70** Herb Lubalin, página dupla (aqui reproduzida em preto e branco) de amostras de tipos da *U&Ic*, 1978. Um leiaute informal ganha coesão com palavras grandes orbitando um eixo central implícito.



19. **69** Herb Lubalin, página dupla de amostras de tipos da *U&Ic*, 1978. Um quadrado denso de tipografia é contido por aspas enormes nas margens generosas.

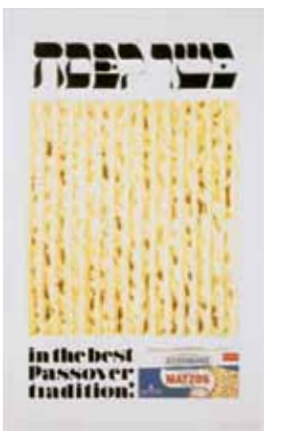
seus tipos. O estilo complexo e dinâmico dessa publicação de formato tabloide e a popularidade dos tipos da RTC influenciaram muito o design tipográfico dos anos 1970 [19.68 – 19.70].

Depois que Lubalin deixou seu cargo de vice-presidente e diretor criativo da agência de publicidade Sudler and Hennessey em 1964, formou parcerias e associações com vários colaboradores, entre os quais os designers gráficos Ernie Smith e Alan Peckolick (n. 1940) e os letristas Tony DiSpigna (n. 1943) e Tom Carnase (n. 1939). Seus trabalhos compartilham semelhanças visuais com a obra de Lubalin, embora alcançando soluções originais para uma gama diversificada de problemas.

GEORGE LOIS

Entre os jovens diretores de arte e redatores que passaram pela Doyle Dane Bernbach durante o final dos anos 1950, George Lois (n. 1931) se tornou o *enfant terrible* da comunicação de massas nos Estados Unidos. Os esforços enérgicos de Lois para vender seu trabalho, inclusive empregando táticas lendárias como a de ameaçar se jogar do terceiro andar do escritório do presidente da A. Goodman & Company caso sua proposta de cartaz não fosse aprovada [19.71], combinados com uma tendência a radicalizar os conceitos até o limite do socialmente aceitável, granjearam-lhe essa reputação. Lois adotou a filosofia de Bernbach de que conceitos visuais e verbais inteiramente integrados eram vitais para o sucesso na transmissão da mensagem. Ele escreveu que um diretor de arte deve tratar as palavras “com a mesma reverência que presta às ilustrações, porque os elementos verbais e visuais da comunicação moderna são tão indivisíveis quanto a letra e a música de uma canção”. Seus

19. **71** George Lois, cartaz de anúncio em metrô para Goodman’s Matzos, 1960. O biscoito em grande escala antecipa o fascínio da arte pop dos anos 1960 por objetos do cotidiano ampliados.



projetos são enganosamente simples e diretos [19.72, 19.73]. Os fundos são normalmente removidos para possibilitar que os elementos verbais e visuais portadores de conteúdo interajam desimpedidos, técnica que ele aprendeu na Bernbach, sua terceira agência. Aos 28 anos, Lois deixou a Bernbach para ser cofun-



19.72 George Lois, anúncio para Coldene, 1961. Ao contrário da grosseira propaganda apelativa da maioria dos medicamentos, este anúncio mostra uma simples página preta com doze palavras sugerindo uma conversa no meio da noite entre pais preocupados.

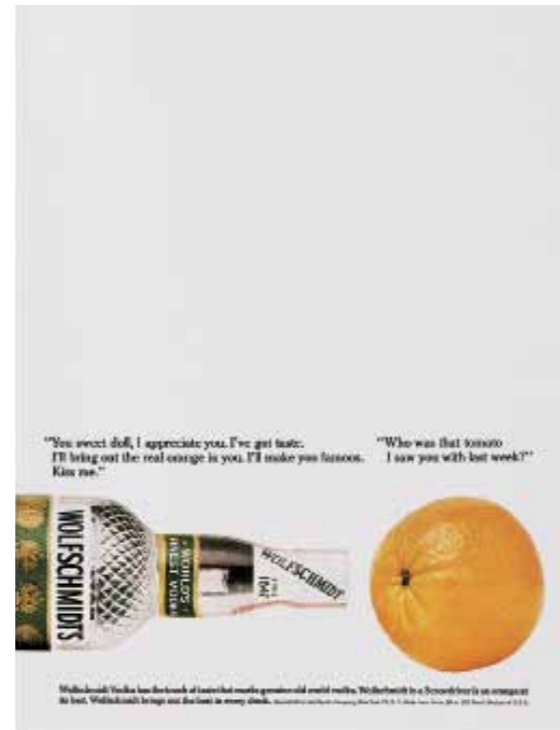
gador da Papert, Koenig and Lois, que em sete breves anos cresceu e chegou a um faturamento de 40 milhões de dólares por ano. Em várias ocasiões subsequentes, Lois deixou a sociedade de uma agência para formar outra.

Em 1962 a revista *Esquire* estava em sérias dificuldades. Se duas edições consecutivas ficassem deficitárias na venda em banca, a revista entraria em falência. Depois de ser a revista masculina dos Estados Unidos, a *Esquire* estava perdendo seu público mais jovem para a *Playboy*, lançada pelo ex-membro de sua equipe, Hugh Hefner, em 1960. O editor da *Esquire* Harold Hayes pediu a Lois que desenvolvesse projetos de

19.73 George Lois, anúncio para a Wolfschmidt's, 1962. Um simbolismo ostensivo é combinado com humor atrevido. Esta campanha publicitária tem continuidade, pois o anúncio anterior apresentava a garrafa loquaz conversando com um tomate.

capa eficazes para a culta mas quase falida revista. Lois achava que o design – a harmonia de elementos – não tinha lugar numa capa de revista. Contudo, optou pela capa como expressão capaz de cativar o leitor com um comentário espirituoso sobre um artigo importante. A capacidade de permanecer em contato estreito com o próprio tempo é um requisito vital para alguém que se dedica à comunicação visual e muitos dos conceitos mais inovadores de Lois nasceram de sua habilidade para entender e responder às pessoas e aos acontecimentos de sua época. Durante a década seguinte, ele projetou mais de 92 capas da *Esquire* em colaboração com o fotógrafo Carl Fischer (n. 1924). Essas capas ajudaram a reconquistar o público da revista e em 1967 a *Esquire* registrava um lucro de 3 milhões de dólares.

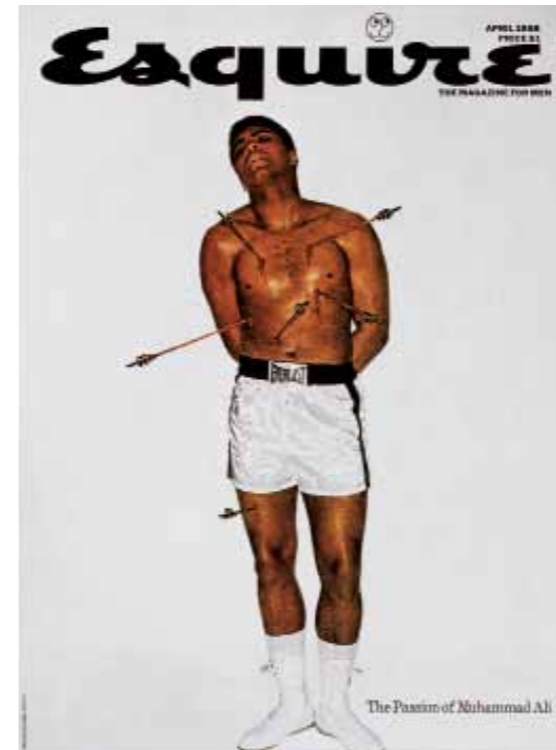
Lois considerava Fischer um dos poucos fotógrafos que entendiam ideias. Suas parcerias criaram capas que desafiavam, chocavam e muitas vezes provocavam seu público. Inesperadas combinações de imagens e técnicas de montagem fotográfica serviam para intensificar um evento ou produzir uma expressão satírica.



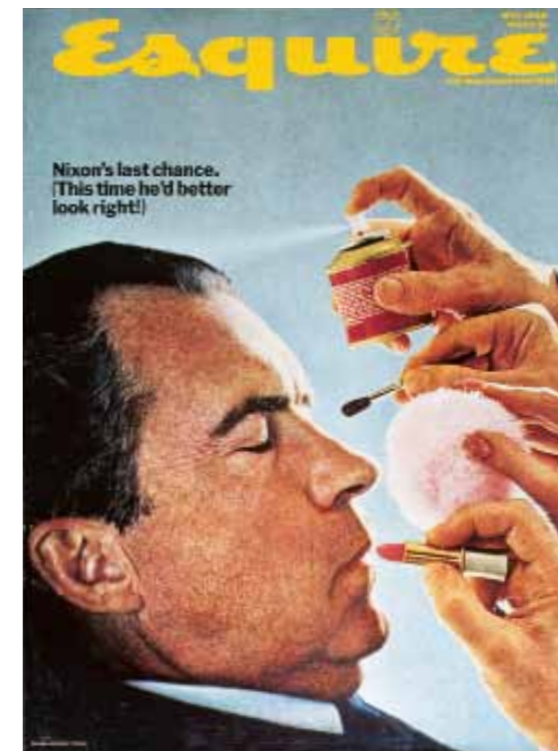
"You sweet doll, I appreciate you. I've got taste. I'll bring out the real orange in you. I'll make you famous. Kiss me." "Who was that tonight I saw you with last week?"

Wolfschmidt's You like the look of taste that makes you want to eat it? Wolfschmidt's is a second beer in an orange at the best. Wolfschmidt's brings out the best in every drink. Wolfschmidt's is a second beer in an orange at the best. Wolfschmidt's brings out the best in every drink. Wolfschmidt's is a second beer in an orange at the best.

19.74 George Lois (designer) e Carl Fischer (fotógrafo), capa da *Esquire*, abril de 1968. Muhammad Ali posou como São Sebastião, que foi condenado pelo imperador romano Diocleciano e flechado por arqueiros.



A habilidade de Lois para convencer as pessoas a participar das fotos resultou em imagens poderosas. Ele persuadiu o pugilista Muhammad Ali – que havia sido destituído de seu título mundial de peso-pesado porque, como opositor engajado, se recusara a prestar o serviço militar – a posar como um famoso mártir religioso [19.74]. Quando Richard Nixon montava sua segunda campanha presidencial em 1968, Lois combinou uma foto de arquivo do candidato com a foto feita por Fischer de quatro mãos aplicando maquiagem [19.75]. Esse conceito era uma referência à campanha presidencial de 1960, quando Nixon perdeu a disputa para John F. Kennedy em parte porque



19.75 George Lois (designer) e Carl Fischer (fotógrafo), capa da *Esquire*, maio de 1968. Esta composição fotográfica do candidato Richard M. Nixon sendo maquiado para aparecer na televisão é típica da ousadia de Lois.

“a barba de oito horas de Nixon o fez parecer maligno”. Depois que a capa foi publicada, Lois recebeu um telefonema de um membro da equipe do candidato que o repreendeu porque o batom atacava a masculinidade de Nixon.

A Escola de Nova York nasceu de uma agitação em torno do modernismo europeu e foi nutrida pela expansão econômica e tecnológica; tornou-se uma força dominante no design gráfico dos anos 1940 até os anos 1970. Muitos de seus praticantes, jovens revolucionários que alteraram o curso da comunicação visual norte-americana nos anos 1940 e 1950, continuavam atuantes nos anos 1990.

20

Identidade corporativa e sistemas visuais

Os avanços tecnológicos empreendidos durante a Segunda Guerra Mundial foram imensos. Depois da guerra, a capacidade produtiva voltou-se para os bens de consumo, e muitos acreditavam que a perspectiva para a estrutura econômica capitalista era de interminável expansão e prosperidade econômica. Com essa promissora visão de futuro em mente, “bom projeto é bom negócio” tornou-se palavra de ordem na comunidade do design gráfico nos anos 1950. A prosperidade e o desenvolvimento tecnológico pareciam estreitamente ligados a empresas cada vez mais importantes, e os dirigentes mais perspicazes compreendiam a necessidade de desenvolver imagem e identidade corporativas para públicos diversos. O design era visto como um caminho importante para formar uma reputação de qualidade e confiabilidade.

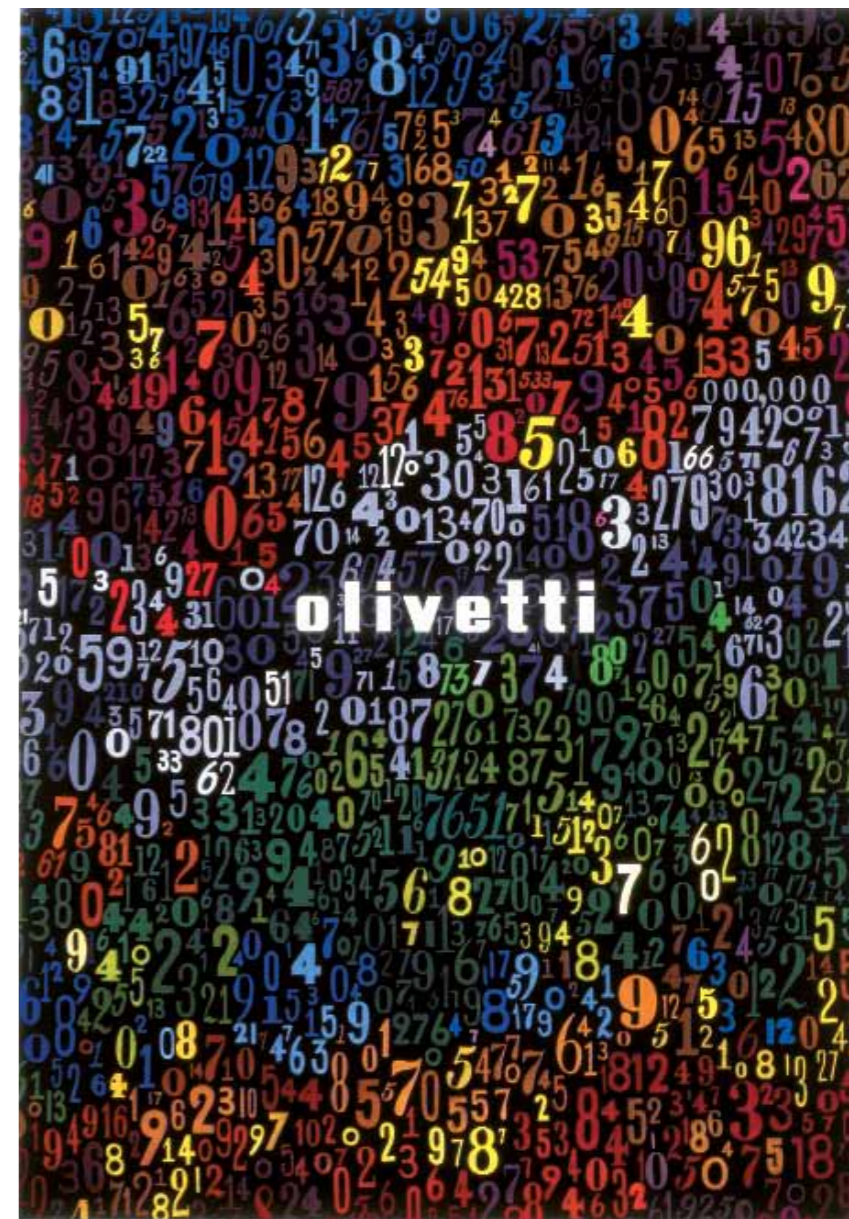
Durante séculos se utilizaram marcas visuais para identificação. Na Idade Média, as marcas proprietá-

rias eram obrigatórias e possibilitavam que as guildas controlassem o comércio. No século XVIII praticamente todo comerciante ou negociante tinha um selo ou uma marca registrada. A Revolução Industrial, com sua fabricação e comercialização em massa, aumentou o valor e a importância de marcas registradas para identificação visual. Porém os sistemas de identidade visual que surgiram nos anos 1950 iam muito além das marcas ou dos símbolos. O âmbito nacional e multinacional de muitas corporações dificultava que elas mantivessem uma imagem coesa, mas ao unificar de modo coerente todas as comunicações de uma dada empresa tal imagem podia ser projetada, e o design foi convocado para ajudar a alcançar objetivos específicos dessas organizações.

PINTORI NA OLIVETTI

A primeira fase do desenvolvimento de identidade visual do pós-guerra foi um desdobramento dos esforços pioneiros de zelosos designers que colocavam sua marca pessoal na imagem projetada para um cliente. Foi esse o caso de Behrens na AEG (ver capítulo 12) e da Olivetti Corporation, companhia italiana de máquinas de escrever e de escritório cuja dualidade de compromisso com os ideais humanistas e o progresso tecnológico datava de sua fundação, em 1908, por Camillo Olivetti. Adriano Olivetti (1901-1970), filho do fundador, tornou-se presidente em 1938. Tinha uma percepção aguda da contribuição que o design e a arquitetura podiam dar a uma organização. Em 1936 contratou Giovanni Pintori (1912-1998), com 24 anos de idade, para o departamento de publicidade. Por um período de 31 anos, Pintori após sua marca pessoal às imagens da Olivetti. O logotipo que projetou para a empresa em 1947 consistia no nome Olivetti em letras caixa-baixa sem serifa, ligeiramente espaçadas. A identidade foi alcançada não por um programa sistematizado, mas pela aparência geral dos materiais promocionais.

Em um dos mais celebrados cartazes de Pintori [20.1], a missão da Olivetti é sugerida de forma sutil por uma colagem criada exclusivamente com números e o logotipo da empresa. A capacidade de Pintori



20.1 Giovanni Pintori, cartaz da Olivetti, 1949. Os produtos da empresa são sugeridos por uma miscelânea de números.



20.2 Giovanni Pintori, cartaz para a Olivetti Elettrosomma 22, 1956. Uma estrutura informal de cubos e números sugere o processo de construção matemática que ocorre quando se usa essa calculadora.



20.3 Giovanni Pintori, cartaz para a Olivetti 82 Diaspron, c. 1958. Um diagrama representando a ação mecânica da tecla de uma máquina de escrever é combinado com uma foto para comunicar dois níveis de informação.

de gerar metáforas gráficas para os processos tecnológicos é evidenciada em um cartaz de 1956 para a Olivetti Elettrosomma 22 [20.2]. Há uma qualidade casual e quase relaxada na organização espacial usada por Pintori. Mesmo seus projetos mais complexos possuem um toque de simplicidade, porque ele consegue combinar pequenos elementos em estruturas unificadas, graças a uma repetição de tamanho e ritmos visuais. Essa complexidade de forma era bem adequada às necessidades de publicidade da Olivetti durante os anos 1940 e 1950, pois a empresa buscava uma imagem de alta tecnologia para promover seu avançado projeto industrial e de engenharia. Pintori era particularmente hábil no uso de formas gráficas simplificadas para ilustrar mecanismos e processos [20.3]. Suas configurações abstratas sugerem a função ou o propósito do produto que está sendo anunciado. A Olivetti recebeu reconhecimento internacional por seu compromisso com a excelência.

O DESIGN NA CBS

A Columbia Broadcasting System (CBS), de Nova York, passou para a vanguarda do design de identidade corporativa em consequência de dois agentes cruciais: o presidente da CBS Frank Stanton (1908-2006), que entendia de arte e design e tinha potencial nas questões empresariais, e William Golden (1911-1959), diretor de arte da CBS por quase duas décadas. Golden trouxe padrões visuais sem concessões e discernimento perspicaz para o processo da comunicação. A eficácia da identidade corporativa da CBS não dependia de um programa ou da aplicação disciplinada de elementos gráficos específicos, como uma fonte tipográfica única para todas as comunicações da empresa, mas de uma sequência de soluções projetuais de qualidade e inteligência.

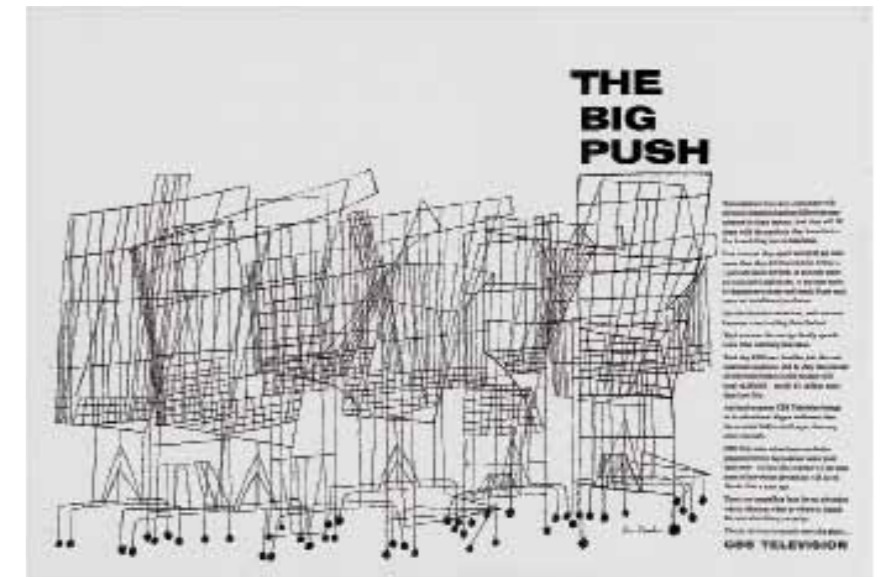
Golden projetou para a CBS uma das marcas mais bem-sucedidas do século XX [20.4].* Quando o olho simbólico da CBS foi para o ar pela primeira vez como

marca em 16 de novembro de 1951, estava sobreposto a um céu cheio de nuvens e projetava uma sensação quase surrealista de um olho no céu. Depois de um ano, Golden sugeriu a Frank Stanton que poderiam abandoná-lo e buscar outra marca. Stanton lembrou-o do velho ditado da publicidade: “Quando você começa a se entediar com algo que fez é que o seu público, provavelmente, vai começar a notá-lo”. O olho ficou. A aplicação dessa marca aos impressos da CBS, desde etiquetas de remessa até comunicados à imprensa, era feita com atenção e cuidado, mesmo nas peças mais modestas. Mas a coerência dogmática no modo de usar a marca não era considerada necessária. Ela era usada com diversas versões da assinatura da empresa, e Golden e sua equipe evitavam empregá-la onde não era cabível. Mesmo em anúncios impressos, ocasionalmente ela era omitida se estivesse em conflito com o resto do projeto. A eficácia do símbolo da CBS demonstrou para uma ampla comunidade de administradores que uma marca gráfica contemporânea podia competir com sucesso com marcas mais tradicionais, tanto as figurativas como as alfabéticas.

20.4 William Golden, marca da CBS Television, 1951. Dois círculos e dois arcos formam um olho pictográfico. Translúcido e pairando no céu, simboliza o impressionante poder das imagens de vídeo.



No final dos anos 1940 e início dos 1950, surgiram uma filosofia e um enfoque corporativos da publicidade. Os anúncios eram criados não por uma agência externa, mas por pessoal interno; isso permitiu que a CBS mantivesse uma abordagem unificada em marketing e outros trabalhos gráficos. Ótimos artistas como Feliks Topolski, René Bouche e Ben Shahn foram contratados para criar ilustrações para anúncios da CBS. O clima de liberdade criativa os animou a aceitar essas encomendas e resultou em alto nível artístico comparado aos anúncios típicos de jornais e publicações especializadas do período. Um exemplo clássico dessa diretriz é “The Big Push” (O grande



20.5 William Golden (designer) e Ben Shahn (ilustrador), anúncio para a CBS Television, 1957. A textura dos carrinhos de supermercado e os tipos do texto estão unificados numa faixa horizontal. Essa complexidade tonal contrasta com um título espesso no espaço branco acima e a repetição em staccato das rodas pretas abaixo.

impulso) [20.5], que figurou em publicações especializadas em negócios e publicidade durante o boom de crescimento econômico. O texto diz que os norte-americanos comprarão mais que em qualquer outro verão da história e recomenda publicidade em televisão durante esse período. O desenho de Shahn acrescenta uma atmosfera de qualidade e distinção à mensagem comercial.

Em uma palestra num seminário em 1959, Golden conclamava os designers a ter um senso de responsabilidade e um entendimento racional da função de seu trabalho. Definiu a palavra *design* como um verbo “que significa projetar algo para ser comunicado

*No Brasil, tanto a marca da rede Bandeirantes (década de 1970) como a da Globo (1972) dão uma medida da poderosa influência mundial do olho da CBS. [N.E.]



20.6 Georg Olden, título de televisão para *I've Got a Secret* (Tenho um segredo), anos 1950. A boca fechada com zíper se torna expressão simbólica imediata e inequívoca.

a alguém” e acrescentou que a função principal do designer é garantir que a mensagem seja comunicada precisa e adequadamente.

O reconhecimento da importância do design por Stanton ajudou os profissionais da área a conquistar autoridade executiva e administrativa. Em 1951, Golden foi nomeado diretor encarregado de publicidade e promoção de vendas da CBS Television Network.

Em 1945 a CBS contratou Georg Olden (1920-1975) para implantar um departamento de artes gráficas com a função de projetar material visual para uma nova divisão da empresa. A televisão dava então seus primeiros passos, e estava pronta para crescer rapidamente nos anos seguintes. Apenas cerca de 10 mil televisores se encontravam em uso em 1946, quando as restrições impostas pela guerra sobre sua fabricação foram suspensas; esse número cresceu rapidamente para 1 milhão de aparelhos em 1949 e saltou acima da marca dos 50 milhões quando Olden deixou a CBS para tornar-se diretor de arte da equipe de televisão na BBDO Advertising, em 1960. Durante seus quinze anos no cargo na CBS, Olden desempenhou papel fundamental na gestação dos primeiros elementos gráficos para a transmissão televisiva.

Ele percebeu as limitações da antiga televisão em preto e branco. A mídia era incapaz de separar contrastes sutis de cor e tom, e com frequência se observava que os televisores cortavam as extremidades do sinal. Títulos bidimensionais ficavam no ar apenas por alguns segundos, exigindo compreensão rápida do espectador. Para superar esses problemas, Olden

projetou do centro para a borda, usando imagens simbólicas simples com fortes silhuetas e propriedades lineares. A ênfase era colocada em conceitos que captassem rapidamente a essência de cada programa, empregando o poder conotativo de signos, símbolos e imagens simples [20.6].

Olden, neto de escravo de uma fazenda no norte do Kentucky que fugira para o norte quando eclodiu a Guerra de Secessão e acabou entrando para o exército da União, foi o primeiro afro-americano a alcançar renome como designer gráfico. Conseguiu isso na era anterior ao movimento de direitos civis, quando bem poucos negros ocupavam postos profissionais nos Estados Unidos. Outro afro-americano a alcançar proeminência precoce no design gráfico, Reynolds Ruffins (n. 1930), foi sócio-fundador do Push Pin Studios [21.17].

Os Correios dos Estados Unidos contrataram Olden para projetar um selo postal para o centenário da Proclamação de Emancipação [20.7], fazendo dele o primeiro designer afro-americano a ter a honra de receber esse tipo de encomenda naquele país. Esse projeto possui a economia e o caráter direto de seus grafismos para televisão.



Lou Dorfsman (1918-2008) tornou-se diretor de arte da CBS Radio em 1946. Ele combinava clareza conceitual com apresentação direta e provocativa [20.8]. Tipografia e imagem eram organizadas em relações bem ordenadas, usando o espaço em branco como elemento do projeto. Nos anos 1950, Dorfsman elaborou uma abordagem de projeto pragmática e criativa. Em 1954 foi nomeado diretor de marketing e promoção da CBS Radio Network. Ele não preconizava

20.8 Lou Dorfsman (designer) e Andy Warhol (ilustrador), anúncio de programa para CBS Radio, 1951. A apresentação aberta, direta, é típica do trabalho de Dorfsman.



a continuidade nos tipos, leiautes espaciais ou imagens; mas a alta qualidade de suas soluções para problemas de comunicação, nas quatro décadas em que ficou na CBS, o capacitou a construir uma imagem exemplar para a empresa.

Depois da morte súbita de Golden aos 48 anos, Dorfsman se tornou o diretor de criação da CBS Television [20.9, 20.10]. Foi nomeado diretor de design para toda a CBS em 1964 e vice-presidente em 1968, em conformidade com a filosofia de Stanton, de que o design é uma área vital que deve ser gerida por profissionais.

Em 1966, quando a CBS instalou-se em seu edifício-sede, projetado pelo arquiteto Eero Saarinen (1910-1961), Dorfsman concebeu todos os aspectos da sinalização, dos números nos relógios de parede aos botões e certificados de inspeção dos elevadores. Ele também



20.9 Lou Dorfsman (designer) e Edward Sorel (ilustrador), anúncio para a CBS Reports, 1964. Para superar a selva gráfica do jornal norte-americano, os anúncios de programas de Dorfsman eram simples, atraentes e inconfundíveis.

aplicou seu senso de design gráfico a filmes, animações computadorizadas para chamadas promocionais, materiais informativos e vinhetas da emissora.

O enfoque da CBS para a imagem e design corporativos não dependia de um sistema ou estilo, mas sim da política gerencial em relação ao design e ao talento criativo de seu pessoal. A vantagem dessa diretriz é um projeto corporativo variado e dinâmico, que pode mudar em função das necessidades da empresa e evolução das sensibilidades; o perigo potencial é a falta de alternativa caso a responsabilidade pela gestão ou pelo design passe para mãos menos astutas. Na CBS a era de liderança do design durou até o final dos anos 1980. Depois que novos proprietários compraram a empresa, sua filosofia do design mudou, e Dorfsman se demitiu.

20.10 Lou Dorfsman, anúncio para uma série de programas, 1968. A combinação de imagens tinha a capacidade de chocar, conquistando espectadores para importantes noticiários.



20.11 Herbert Matter, marca para a New York, New Haven and Hartford Railroad, 1954. A harmonia matemática das partes demonstra como se podem integrar formas alfabéticas numa Gestalt única.

20.12 Herbert Matter, aplicações da marca da New York, New Haven and Hartford Railroad, 1954. A marca de Matter se mostrou muito adequada quando aplicada a equipamento ferroviário pesado.



O DESIGN DA NEW HAVEN RAILROAD

Um esforço de vida curta, mas notável, de identidade corporativa foi promovido em 1954 por Patrick McGinnis, presidente da New York, New Haven e Hartford Railroad. A New Haven Railroad estava em meio a uma atualização tecnológica, com novas locomotivas, vagões e sistemas de sinalização. McGinnis acreditava que uma marca contemporânea e um programa de design substituindo o antigo logotipo e a paleta de cor verde-oliva e vermelhotoscana possibilitariam que a empresa projetasse uma imagem moderna e progressista para a indús-



tria e os passageiros. Herbert Matter foi contratado para desenhar a nova marca. Ele desenvolveu um *N* versal geométrico acima de um *H* e uma paleta de cores vermelho, preto e branco [20.11, 20.12]. A conotação industrial tradicional dos tipos com serifas retangulares [ou egípcias], por muito tempo associada à indústria ferroviária, foi atualizada para uma aparência mais moderna, baseada na harmonia matemática das partes.

Marcel Breuer foi contratado para desenhar os interiores e exteriores dos novos trens. Usando a paleta e o logotipo de Matter, Breuer projetou um trem de passageiros que parecia uma pintura construtivista russa rugindo ao longo dos quase 3 mil quilômetros de trilhos de New Haven. Os sombrios tons acinzentados e terrosos, anteriormente usados para vagões de carga, foram substituídos por vermelho ou preto contínuos. Planejava-se a implementação de um programa completo de identidade corporativa, abrangendo das estações até às caixas de fósforos, mas a empresa entrou em dificuldades financeiras e sofreu protestos dos consumidores contra seus trens atrasados, horários insatisfatórios e elevação de tarifas. No dia 20 de janeiro de 1956, McGinnis renunciou à presidência, e o programa de identidade sofreu uma interrupção abrupta. Entretanto, a nova direção continuou a aplicar o logotipo e as cores sempre que possível. O material impresso projetado por Matter propiciou alguma medida de orientação e a força da identidade mesmo inacabada garantiu certa aparência de continuidade.

Um dos mestres por muito tempo negligenciados do design corporativo é Norman Ives. Suas marcas cuidadosamente construídas refletem com clareza as lições de um de seus principais mentores, Josef Albers [20.13]. Em 1960 Ives descreveu a missão do designer no projeto de identidades:



20.13 Norman Ives, marca para a Eastern Press, New Haven, Connecticut, 1958. A influência de Joseph Albers é absolutamente evidente nesta marca.

Um símbolo é uma imagem de uma companhia, uma instituição ou uma ideia que deve transmitir, por afirmação clara ou por sugestão, a atividade que ela representa [...]. O símbolo, além de ser pregnante e legível, deve ser projetado de modo a poder ser usado em muitos tamanhos e situações, sem perder sua identidade. O designer deve distorcer, unificar e criar uma nova forma para a letra, para que seja única, mas tenha os atributos necessários para ser reconhecida como letra. Não há nenhuma parte do símbolo que possa ser eliminada sem destruir a imagem que ele cria. É uma verdadeira *Gestalt*, na qual o efeito psicológico da imagem total é maior do que sugeriria a soma de suas partes.

MAIORIDADE DA IDENTIDADE CORPORATIVA

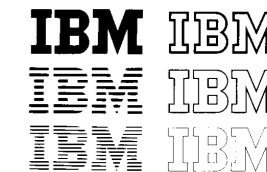
Enquanto a Segunda Guerra Mundial deixou devastada a maioria dos países industrializados, a capacidade produtiva dos Estados Unidos escapou ilesa. Teve início uma era de expansão industrial sem precedentes, com grandes corporações desempenhando papel importante na criação e comercialização de produtos e serviços. Durante os anos 1950 e 1960 muitos designers norte-americanos (como Rand, Beall, Bass) e escritórios de design (como o Lippincott & Margulies e o Chermayeff & Geismar) adotaram a identidade visual corporativa como principal atividade.

Depois de desempenhar papel central na evolução do design gráfico e publicitário norte-americano durante os anos 1940 e início dos 1950, Rand passou a se envolver mais com o projeto de marcas e sistemas de identidade visual em meados da década de 1950. Ele percebeu que, para funcionar por um longo período de tempo, uma marca devia ser reduzida a formas elementares que fossem universais, visualmente únicas e estilisticamente atemporais.

A marca de Rand para a International Business Machines (IBM) [20.14] foi desenvolvida a partir de um tipo raramente usado chamado City Medium, projetado por Georg Trump em 1930. Esse tipo geométrico com serifa retangular foi projetado com princípios similares aos do Futura. Redesenhado no logotipo da IBM, foi transformado numa imagem poderosa e única, pois as serifas e os espaços quadrados negativos no “B” conferiam unidade e distinção à marca. Nos anos 1970 Rand modernizou o logotipo introduzindo faixas para unificar as três letras e evocar as linhas de varredura dos terminais de vídeo. Os desenhos de embalagem feitos por ele mostram a aplicação do logotipo nos anos 1950 [20.15] e após sua reconfiguração nos anos 1970 [20.16]. Seu cartaz de 1981 “Eye Bee M”



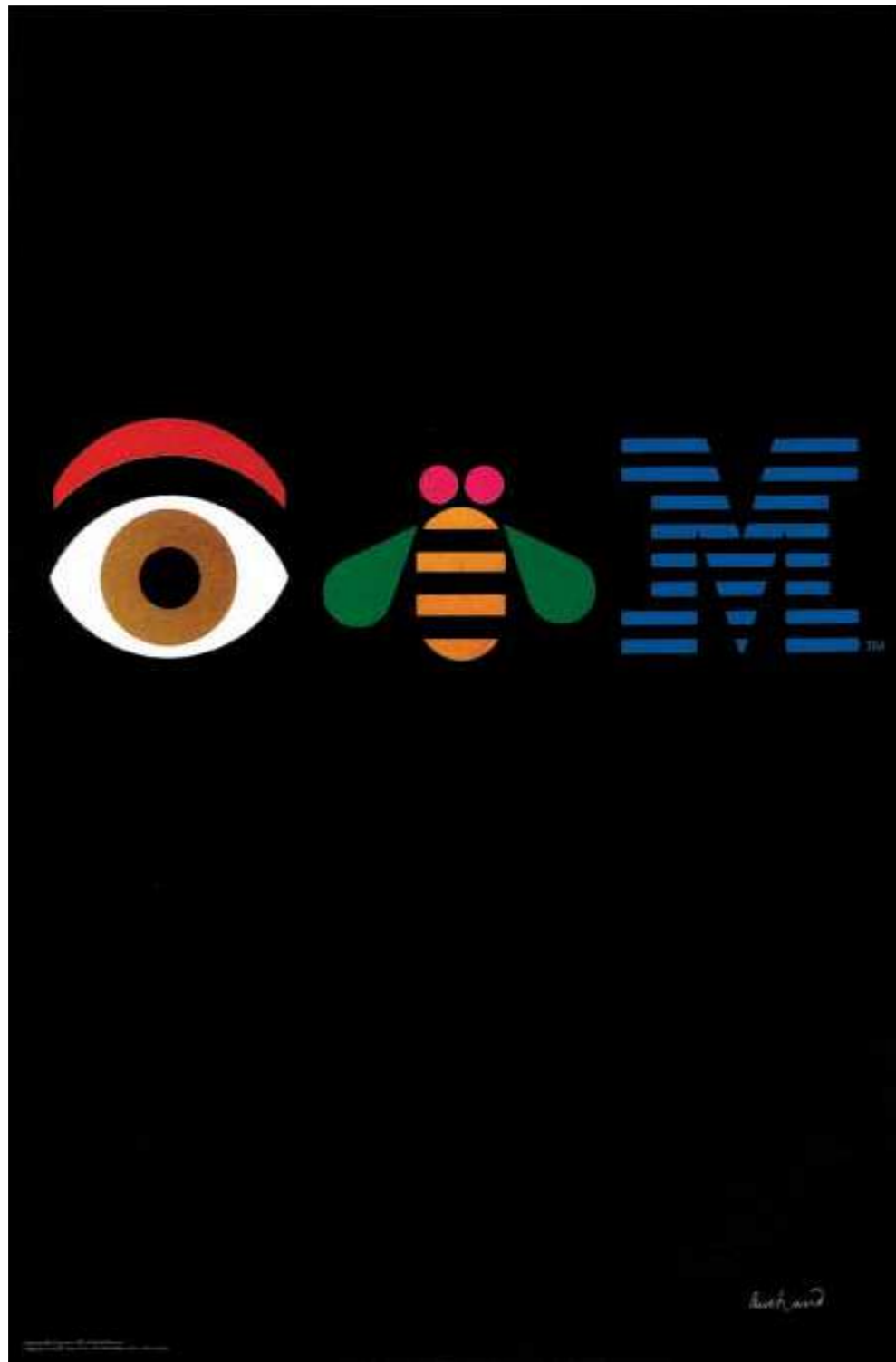
20.14 Paul Rand, marca da IBM, 1956. O projeto original é mostrado nas versões contornadas e nas de oito e treze linhas em uso atualmente.



20.15 Paul Rand, projetos de embalagem da IBM, final dos anos 1950. Uma forte identificação corporativa era alcançada por meio do padrão repetitivo de letras versais em azul, verde e magenta sobre embalagens pretas, do nome dos produtos manuscritos em branco e dos topos e laterais das embalagens em azul.

20.16 Paul Rand, projeto de embalagem da IBM, 1975. Após duas décadas, o programa original de embalagens foi substituído por um projeto atualizado usando o logotipo de oito linhas.

20.17 Paul Rand, cartaz “Eye Bee M”, 1981. Usando o princípio do rébus, Rand projetou este cartaz para a apresentação do prêmio Golden Circle, evento interno da IBM. Embora o projeto de Rand tenha sido finalmente aceito, o cartaz foi temporariamente proibido, pois se considerou que poderia incentivar os designers da empresa a tomar liberdades excessivas com o seu logotipo.



(literalmente “Olho Abelha M”, que em inglês tem a mesma pronúncia que a sigla IBM) [20.17] demonstra que ele estava preparado para afastar-se da marca original se um conceito de projeto o exigisse.

Eliot Noyes (1910-1977), diretor consultivo em design da IBM durante o final dos anos 1950, escreveu que o programa de design da empresa procurava

expressar o caráter extremamente avançado e atualizado de seus produtos. Para esse fim, não estamos procurando um tema, mas uma coerência projetual que se torne efetivamente uma espécie de mote, mas um mote muito flexível.

O programa de design da IBM era flexível o bastante para evitar sufocar a criatividade dos designers que trabalhavam dentro das diretrizes estabelecidas. O modelo desenvolvido pela IBM, com consultores como Rand e os departamentos internos de design, cujos gerentes detêm a autoridade para manter a identidade visual corporativa, produziu um programa de design com qualidade cada vez maior.

Após um estudo de 1959 das “faces públicas” da Westinghouse Corporation, tomou-se a decisão de reformular sua marca do “Círculo-w”. Rand foi contratado para incorporar simbolicamente a natureza dos negócios da empresa numa nova marca que seria simples, prenhe e distinta [20.18]. Formas gráficas genéricas, em lugar de sinais ou símbolos específicos, sugerem produtos da Westinghouse mediante a evocação de cabos, plugues, diagramas, circuitos eletrônicos e estruturas moleculares. Rand, que desenvolveu também uma fonte para a Westinghouse, aplicou esses novos elementos a embalagens, sinalização e publicidade.

A reformulação da marca efetuada por Rand em 1965 para a American Broadcasting Company (ABC) [20.19] reduziu as informações a sua essência, alcançando ao mesmo tempo uma imagem memorizável e exclusiva. O logotipo dos computadores Next [20.20] foi projetado em 1986, depois que a IBM concordou em emprestar seu consultor de longa data para uma empresa de computadores concorrente. A caixa preta em um ângulo de 28 graus simbolizava o computador Next, que parecia ele mesmo uma caixa preta.



20.18 Paul Rand, marca da Westinghouse, 1960. A marca é mostrada como poderia ser construída em uma sequência animada de filme.

O relatório anual aos acionistas, publicação exigida por lei federal, evoluiu de um árido relatório financeiro para um importante instrumento de comunicação no pós-guerra. Entre os marcos nessa evolução estão os relatórios anuais da IBM projetados por Rand no final dos anos 1950. O relatório anual da IBM de 1958 [20.21] definiu um novo padrão para publicações corporativas. As imagens incluíam fotos em *close-up* de componentes eletrônicos que quase se tornavam desenhos abstratos, convivendo com fotos simples e atraentes de produtos e pessoas.

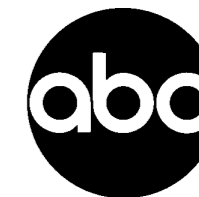
Beall ajudou a introduzir o movimento moderno no design norte-americano durante o final dos anos 1920 e início dos anos 1930. Nos seus últimos vinte anos de carreira, criou programas pioneiros de identidade para muitas empresas, como a Martin Marietta, a Connecticut General Life Insurance e a International Paper Company. Contribuiu também para o desenvolvimento do manual de identidade corporativa, livro com as diretrizes e normas para a empresa implementar seu programa. Os manuais de Beall prescreviam especificamente os usos permitidos e os abusos proibidos da marca. Se um gerente de fábrica numa cidadezinha mantivesse um funcionário para

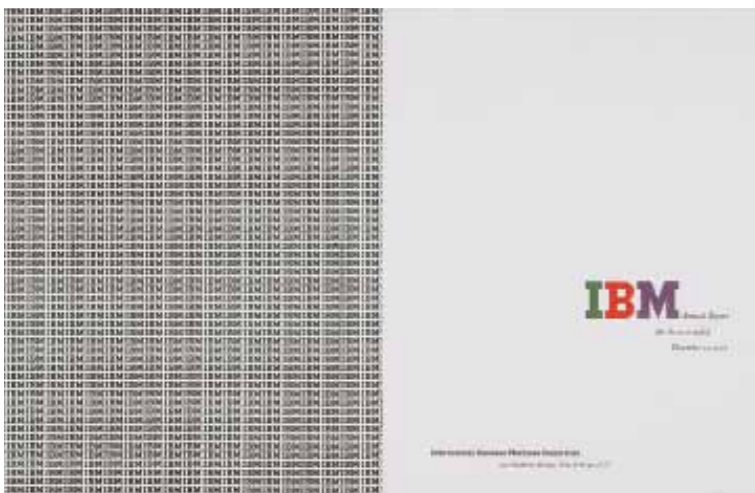
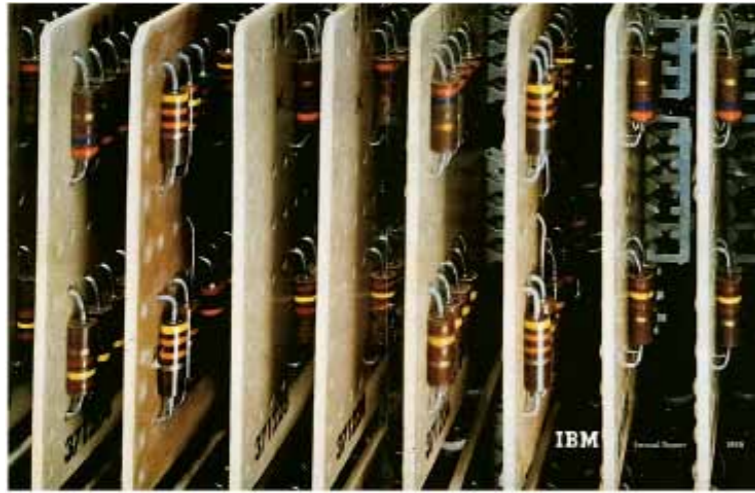


20.20 Paul Rand, marca da Next, 1986. O nome de quatro letras é separado em duas linhas para surpreender o espectador, dando a uma palavra comum uma imagem incomum.

pintar a marca e a assinatura numa placa, por exemplo, o manual de design corporativo especificava suas exatas proporções e disposição. Ao discutir sua marca para a International Paper Company, um dos maiores fabricantes de papel do mundo, Beall escreveu:

20.19 Paul Rand, marca da American Broadcasting Company, 1965. O legado da Bauhaus e do alfabeto universal de Herbert Bayer inspira esta solução, na qual cada letra é reduzida a sua configuração mais elementar.





20.21 Paul Rand, relatório anual da IBM, 1958. O projeto expressava tecnologia avançada e eficiência organizacional.

Nossa tarefa era fornecer à direção uma marca forte que pudesse ser prontamente adaptada a imensa variedade de aplicações. Essa variedade ia do uso ostensivo em cascas de árvores até seu complexo desdobramento em padronagens, caixas de papelão, etiquetas e caminhões. Além de sua vantagem funcional, a nova marca é uma força poderosa no estímulo e na integração da identidade divisional e corporativa com efeitos psicológicos positivos nas relações humanas. [20.22, 20.23]



20.22 Lester Beall, marca da International Paper Company, 1960. Iniciais, árvore e seta ascendente se combinam em uma marca cuja simplicidade – um triângulo equilátero num círculo – assegura harmonia atemporal.



20.23 Lester Beall, marca da International Paper Company, 1960. Para uma empresa de produtos florestais, imprimir em árvores a estêncil é uma das múltiplas aplicações que devem ser consideradas.

A princípio, a marca da International Paper Company foi objeto de controvérsia: as letras *I* e *P* estão distorcidas para formar um símbolo de árvore e os críticos questionavam se as letras podiam ser alteradas a esse extremo. A contínua viabilidade dessa marca desde seu surgimento sugere que a cautela dos críticos de Beall era exagerada.

A Chermayeff & Geismar Associates passou para a vanguarda do movimento da identidade corporativa em 1960 com um programa completo para o Chase Manhattan Bank de Nova York. A nova marca do Chase Manhattan era composta de quatro cunhas geométricas girando ao redor de um quadrado central para formar um octógono externo [20.24]. Era uma forma abstrata em si mesma, livre de conotações alfabéticas, pictográficas ou figurativas. Embora sugerisse segurança ou proteção, porque quatro elementos con-



finavam o quadrado, mostrou que uma forma inteiramente abstrata podia funcionar com sucesso como identificador visual de uma grande organização.

Um tipo distintivo sem serifa foi projetado para ser usado com a marca. A escolha de uma letra expandida



20.24 Chermayeff & Geismar Associates, marca do Chase Manhattan Bank, 1960. O uso coerente de marca, cores e tipos construiu valor de reconhecimento pela redundância visual.

derivou do estudo feito pela empresa sobre as necessidades de design e comunicação do banco. A sinalização urbana, por exemplo, é em geral vista pelos pedestres em ângulos extremos, mas uma letra larga retém seu reconhecimento mesmo quando visualizada nessas condições. A presença incomum dessa modalidade de tipo no sistema lançou uma nova moda durante a primeira metade dos anos 1960. Coerência e uniformidade na aplicação tanto da marca como da tipografia possibilitavam que a redundância, de certo modo, se tornasse um terceiro elemento de identificação.

O sistema de identidade corporativa do Chase Manhattan Bank tornou-se um paradigma para o gênero. Outras instituições financeiras reavaliaram seriamente sua imagem corporativa e a necessidade de um identificador visual eficaz. O poder de reconhecimento da marca do Chase Manhattan indicava que um signo bem-sucedido podia efetivamente se tornar um componente adicional no repertório de formas simbólicas que cada pessoa carrega mentalmente. Tom Geismar observou que um símbolo deve ser pregnante e ter “em si alguma farpa que o faça grudar em nossa mente”. Ao mesmo tempo deve ser “atraente, agradável e adequado. O desafio é combinar tudo isso numa coisa simples”.

Um dos programas de identidade corporativa mais abrangentes da Chermayeff & Geismar foi o realizado para a Mobil Oil, multinacional que atua em mais de cem países. Executado em um tipo geométrico elementar sem serifa, a marca da Mobil Oil é o extremo da simplicidade [20.25]. O nome *Mobil* é resolvido em cinco traços verticais, as diagonais do *M* e dois círculos. O nome se tornou a marca, quando o *O* redondo, vermelho, o particularizou.

A Chermayeff & Geismar já produziu mais de cem programas de identidade corporativa, incluindo as marcas apresentadas na figura 20.26. A firma continua a aceitar um fluxo constante de projetos menores, como cartazes, que exijam soluções imediatas, inova-



20.25 Chermayeff & Geismar Associates, marca da Mobil Oil, 1964.

doras. Em vez de manter uma concepção constante de um projeto para outro, a empresa deixa que cada solução se desenvolva a partir de seu problema.

O domínio da forma elementar demonstrado por Bass pode ser visto nas marcas icônicas e amplamente imitadas de sua firma Saul Bass & Associates, mais tarde rebatizada de Saul Bass/Herb Yeager & Associates. Bass acreditava que uma marca deve ser prontamente entendida e ainda possuir elementos metafóricos e ambíguos que reiteradamente atraiam o espectador. Muitas marcas de Bass, como a da Minolta, tornaram-se importantes ícones culturais [20.27]. Dois anos depois que Bass redesenhou a marca do sino da Bell Telephone System, o reconhecimento público do símbolo se elevou de 71% para mais de 90%. Depois que a rede telefônica de longa distância da AT&T foi separada das companhias telefônicas locais do sistema Bell em 1984, Bass projetou uma

20.26 Chermayeff & Geismar Associates, marcas para (da esquerda para a direita) American Film Institute, 1964; Bicentenário da Independência Americana, 1971; Burlington Industries, 1965; Rockefeller Center, 1985; Time Warner, 1990; Screen Gems, 1966; National Broadcasting Company, 1986; e o National Aquarium de Baltimore, 1979.



20.27 Saul Bass & Associates, marca da Minolta, 1980.

nova marca, com *bits* de informação circundando um globo, para reposicionar a empresa como “uma companhia mundial de comunicações” em vez “do sistema de telefonia nacional”. Esse conceito foi expresso na realização, em animação por computação gráfica, da vinheta de identificação dos comerciais televisivos da AT&T [20.28].

Muriel Cooper (1925-1994) teve duas carreiras – a primeira como designer tipográfica para publicações e livros do MIT, e a segunda como fundadora e diretora do VLW, Visible Language Workshop. Em seus anos como estudante no Massachusetts College of Art, ficou fascinada com a animação e tensionou a fronteira entre o meio estático dos impressos e os eixos x, y e z da tela do computador. Em 1963 ela projetou a marca da MIT Press, uma série de linhas verticais sugerindo meia dúzia de livros numa estante e soletrando a forma gestáltica *mitp* [20.29].

Muriel Cooper projetou mais de quinhentos livros, entre os quais o fundamental *Bauhaus* de Hans Wingler, em 1969, talvez seu projeto mais conhecido [20.30]. Foi o primeiro livro completo sobre a escola em inglês. Após a entusiástica recepção do primeiro texto competente sobre o assunto, Muriel fez um filme baseado no calhamaço Bauhaus, uma versão em leitura dinâmica do que foi apelidado por um historiador do design como King James Version (Versão do rei James).* Foi a adoção da mídia dinâmica por Muriel que levou à fundação da VLW em 1978 no MIT, que ela dizia ser uma tentativa de recriar a atmosfera da Paris dos anos 1920. Na oficina, cujas estações de trabalho ficavam ao ar livre, Muriel incentivava seus alunos de pós-graduação interdisciplinar a antes formular boas perguntas que buscar respostas convenientes.

Enquanto a maioria dos designers gráficos se limitava aos *softwares* prontos, o trabalho de Muriel

era acelerado por poderosos computadores em fase de teste no MIT que permitiam que ela criasse praticamente tudo o que pudesse imaginar. Ela foi a primeira designer gráfica a empregar novas mídias eletrônicas, como o texto em 3D, que possibilitava que enormes quantidades de dados complexos fossem lidos em contexto, a camada superior bem definida, as camadas de baixo sucessivamente mais suaves. Desse modo ela podia combinar os tradicionais eixos x e y da tela chapada com o eixo z da profundidade, mas não parou aí. Confiando em seu olho de designer, ela instigava seus programadores a buscar ferramentas adicionais – cor, transparência e, por último, tipos que pudessem pulsar e mover-se. Seu objetivo, até sua morte prematura em 1994, era passar o design gráfico da forma para o conteúdo; ser capaz de criar comunicação clara e convincente que pudesse ser destacada e digerida do oceano de impressos e do mar eletrônico da World Wide Web (rede mundial de computadores). Muriel Cooper também foi sócia fundadora do Laboratório de Mídia do MIT (1985), talvez o programa mais avançado do mundo de pós-graduação em pesquisa de novas mídias.

SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL

Durante os anos 1960, o ímpeto do Estilo Tipográfico Internacional e o movimento de identidade visual se juntaram com o desenvolvimento de programas de design altamente sistematizados para combinar partes complexas e diversificadas em um todo unifi-



20.29 Muriel Cooper, marca da MIT Press, 1963. As linhas verticais sugerem livros e podem ser lidas como *MITP*.

20.30 Muriel Cooper, *Bauhaus*, livro de Hans Wingler, 1969.



cado. O sistema de identidade visual da companhia aérea alemã Lufthansa de 1962 foi concebido e produzido na Escola de Ulm. Os princípios do Estilo Tipográfico Internacional foram estendidos a um sistema que contemplava todas as necessidades de comunicação visual e design de produto de uma corporação. Esse programa foi concebido por Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda (1926-1988), Fritz Querengässer e Hans “Nick” Roericht. Aicher acreditava que uma grande empresa podia ter uma identidade corporativa uniforme e, portanto, significativa, mediante o controle sistematizado do uso de elementos constantes. A marca com uma garça voando, usada desde os anos 1930, foi mantida, mas encerrada num círculo e subordinada ao nome *Lufthansa* com espaçamento entre letras coerente [20.31]. O serviço de cargas aéreas combinava o ícone da garça com uma caixa isométrica e linhas mais espessas que formavam uma seta [20.32].

Os formatos de papel foram padronizados, tornando mais econômica a produção de material impresso. Sistemas de grid [20.33] e especificações tipográficas detalhadas foram trabalhados para levar em conta todas as necessidades de comunicação visual, da embalagem do serviço de bordo a horários e identificação das aeronaves. Aplicou-se em tudo uma paleta de cores azul e amarelo. Uniformes, embalagem, o caráter das fotos a serem usadas em anúncios e cartazes e os interiores e exteriores das aeronaves [20.34] foram todos tratados por esse sistema abrangente. O programa de identidade corporativa da Lufthansa se tornou um protótipo internacional para sistemas fechados de identidade, com todos os detalhes e especificações dirigidos para a uniformidade absoluta.

A Container Corporation of America (CCA) foi a primeira adepta da identidade corporativa sistematizada nos anos 1960. Uma nova marca [20.35] foi

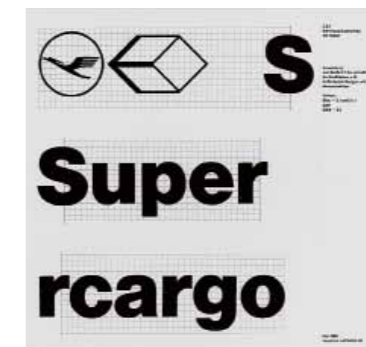


20.35 Ralph Eckerstrom, marca para a Container Corporation of America, 1957. Uma imagem chapada causa uma ilusão de ótica isométrica, simbolizando embalagem e ao mesmo tempo despertando interesse visual.

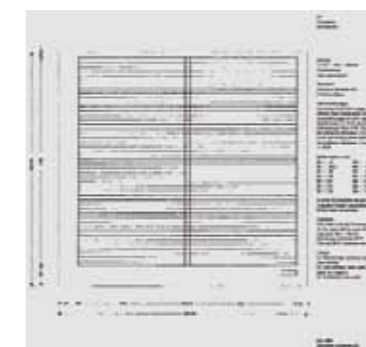
20.34 Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, identificação de aeronave do manual de identidade da Lufthansa, 1962. As cores e insígnias são padronizadas.



20.31 Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, páginas do manual de identidade da Lufthansa, 1962. Todos os detalhes tipográficos foram rigorosamente especificados.



20.32 Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, página do manual de identidade da Lufthansa, 1962. A dupla marca da Supercargo ganha unidade graças ao peso de linha constante.



20.33 Otl Aicher em colaboração com Tomás Gonda, Fritz Querengässer e Nick Roericht, páginas do manual de identidade da Lufthansa, 1962. Um grid cuidadosamente construído regulamentava todas as publicações.

20.28 Saul Bass & Associates, vinheta de identificação da AT&T por computação gráfica, 1984. Um globo giratório junta bits eletrônicos de informação e depois se transforma na marca da AT&T.

*Referência à edição da Bíblia em inglês autorizada pela Igreja Anglicana, promovida pelo rei James I e publicada em 1611. [N.E.]



20.36 Massimo Vignelli e a equipe do escritório da Unimark de Nova York, material gráfico da Knoll, 1966 até os anos 1970. A Knoll é reconhecida pelo projeto de mobiliário, por isso o programa gráfico denota forte orientação pelo design.

elaborada pelo diretor de design Ralph Eckerstrom (c. 1920-1996) e sua equipe. As iniciais da empresa foram envolvidas num retângulo com dois cantos chanfrados em um ângulo de 45 graus para sugerir uma caixa cúbica. Eckerstrom estabeleceu os requisitos de um programa de identidade corporativa:

Como uma função de gerenciamento, o design deve ser parte integrante das atividades da empresa como um todo e sobretudo de seus negócios e atividades comerciais. Deve ter continuidade como força criativa. Deve refletir o caráter corporativo total. A menos que atenda a esses requisitos, a imagem da empresa que o design busca criar nunca se fundirá em um todo unificado, mas permanecerá um mosaico de fragmentos desconexos.

A campanha publicitária “Great Ideas of Western Man” (“Grandes ideias do homem ocidental”) havia variado muito em suas abordagens tipográficas durante os anos 1950; agora ela ingressava num período de duas décadas de continuidade tipográfica. Em 1964 a CCA estabeleceu o Center for Advanced Research in Design (Centro para Pesquisa Avançada em Design), estúdio independente que trabalhava em projetos avançados e experimentais e recebia encomendas de outras empresas. O centro desenvolveu um sistema de identidade visual completo para a Atlantic Richfield, importante companhia de derivados de petróleo cujo nome posteriormente mudou para Arco. A CCA foi comprada pela Mobil Oil em 1976, depois vendida para a Jefferson Smurfit em 1986. Descentralizada e carecendo de autonomia, a era da CCA como mecenas do design chegava ao fim.

A Unimark, firma internacional de design que chegou a ter 402 empregados em 48 escritórios em diversos países, foi fundada em Chicago em 1965 por um grupo de sócios que incluía Ralph Eckerstrom, James K. Fogleman e Massimo Vignelli (n. 1931). A Unimark rejeitava o design individualista e acreditava que ele podia ser um sistema, um princípio ordenador construído de modo que outras pessoas pudessem implementá-lo eficazmente. A ferramenta básica para esse esforço foi o grid, que padronizava todos os materiais de divulgação para dezenas de grandes clientes

da Unimark, como Alcoa, Ford, JCPenney, Memorex, Panasonic, Steelcase e Xerox. A Helvetica era o tipo preferido para todos os sistemas de identidade visual da Unimark, já que era considerada a família de tipos mais legível. A objetividade era o alvo da Unimark, à medida que ela difundia uma semelhança genérica entre as comunicações corporativas das multinacionais. Os programas de design que ela criava eram racionais e tão rigorosamente sistematizados que se tornavam praticamente infalíveis, desde que as regras fossem obedecidas.

A filosofia da Unimark perdurou enquanto seus fundadores e a legião de designers por eles treinados continuaram a implementar seus ideais. Quando o escritório de Nova York fechou em 1971, Massimo e Leila Vignelli fundaram a Vignelli Associates. Sua gama tipográfica expandiu-se para além do Helvetica e incluiu tipos clássicos como Bodoni, Century, Garamond e Times Roman, mas a ordem racional dos grids e a ênfase na comunicação lúcida e objetiva permaneceram uma constante. Vignelli continua a colocar sua marca na evolução do design de informações.

O PROGRAMA FEDERAL DE MELHORIA DO DESIGN

Em maio de 1974, o governo dos Estados Unidos iniciou o Federal Design Improvement Program (Programa Federal de Melhoria do Design) em resposta a uma crescente consciência de que o design podia ser uma ferramenta eficaz para alcançar objetivos. Essa iniciativa foi coordenada pelo Architectural and Environmental Arts Program (Programa de Artes Arquitetônicas e Ambientais) (mais tarde rebatizado como Design Arts Program [Programa de Artes do Design]) do National Endowment for the Arts (Fundo Nacional para as Artes). Todos os aspectos do design federal, como arquitetura, planejamento de espaços interiores, paisagismo e design gráfico, foram melhorados pelo programa. O Graphics Improvement Program (Programa da Melhoria Gráfica), sob a direção de Jerome Perlmutter, propôs-se a melhorar a qualidade da comunicação visual e a capacidade das agências do governo de comunicar-se com os cidadãos de forma eficaz.

O protótipo do sistema federal de normas gráficas foi projetado por John Massey para o Departamento do Trabalho. Entre os problemas identificados por esse estudo de caso estavam as imagens antiquadas, frias e impessoais, a falta de políticas de comunicação uniformes e eficazes e a continuidade insuficiente das imagens. As metas de Massey para o novo programa de design eram

uniformidade de identificação; padrão de qualidade; modelo mais sistematizado e econômico para o design de publicações; relação mais estreita entre o design gráfico (como meio) e o desenvolvimento de programas (como fim) para que o sistema gráfico proposto se torne uma ferramenta eficaz para ajudar o departamento a alcançar os objetivos programáticos.



20.37 John Massey, marca para o Departamento do Trabalho dos Estados Unidos, 1974. As faixas nas formas em “L” sugerem as estrelas e listras da bandeira norte-americana.

Um manual de normas gráficas estabeleceu um sistema coeso para identificação visual e formatação de impressos. As normas para formato, tipografia, sistemas de grid, especificações de papel e cores realizaram

enormes economias de material e tempo. Essas normas, porém, eram cuidadosamente estruturadas para que a criatividade e a receptividade a cada projeto de comunicação não fossem seriamente bloqueadas. Com a mecânica da digramação predeterminada, os designers da equipe do Departamento do Trabalho podiam dedicar seu tempo aos aspectos criativos do problema em pauta.

A marca de comunicação do Departamento do Trabalho [20.37] é composta de dois “Ls” entrelaçados que formam um losango ao redor de uma estrela. Uma modulação de formatos para as publicações permitia economia de produção e minimizava o desperdício de papel, enquanto uma série de grids e especificações tipográficas garantiam coerência [20.38].

Mais de quarenta departamentos e agências federais iniciaram programas de identidade visual e muitos dos principais designers nos Estados Unidos eram chamados a desenvolvê-los. Um dos mais bem-sucedidos é o sistema Unigrig, desenvolvido em 1977 para o United States National Park Service (Serviço Nacional de Parques dos Estados Unidos) por Vignelli Associates em colaboração com a Park Service Division of Publications (Divisão de Publicações do Serviço de Parques), chefiada por Vincent Gleason.

O Unigrig [20.39, 20.40] unificou as centenas de folhetos informativos usados em cerca de 350 parques

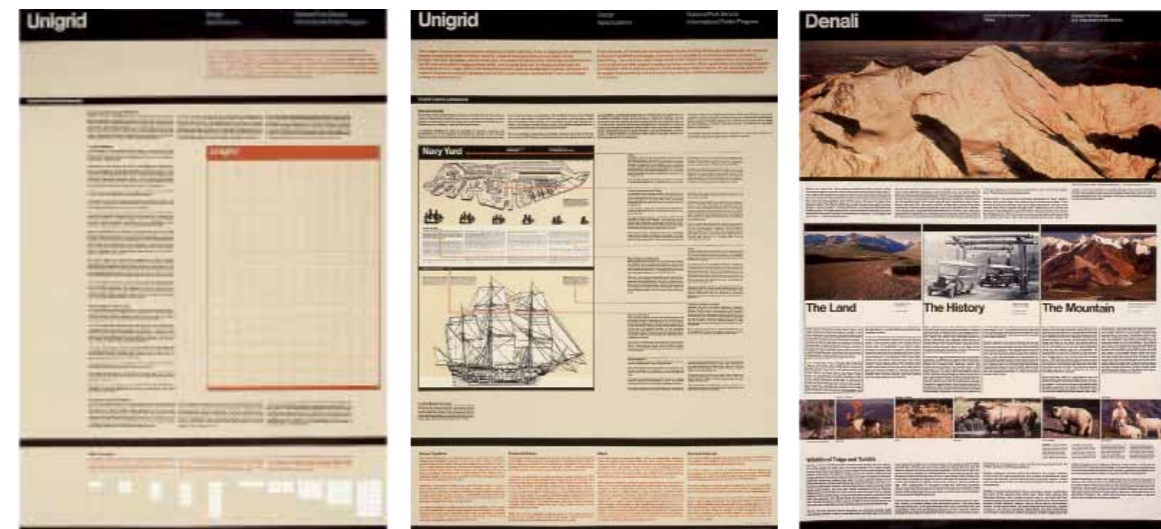
20.38 John Massey, formatação tipográfica da capa do manual de normas gráficas do Departamento do Trabalho dos Estados Unidos, 1974.



20.39 Massimo Vignelli (designer consultor), Vincent Gleason (diretor de arte) e Dennis McLaughlin (designer gráfico), sistema Unigrig para o National Park Service, 1977. As especificações de projeto para o sistema Unigrig e formatos-padrão são apresentados em um amplo prospecto.

20.40 Massimo Vignelli (designer consultor), Vincent Gleason (diretor de arte) e Dennis McLaughlin (designer gráfico), sistema Unigrig para o National Park Service, 1977. O verso da figura 20.39 exemplifica e especifica todos os componentes gráficos de um prospecto-modelo.

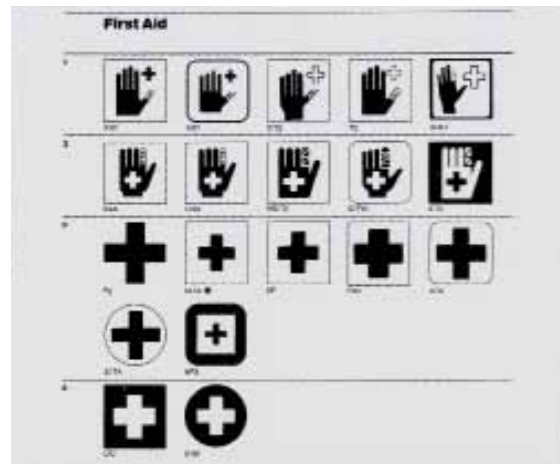
20.41 Equipe editorial do National Park Service, composta por Vincent Gleason (chefe) e os designers Melissa Cronyn, Nicholas Kirilloff, Dennis McLaughlin, Linda Meyers, Phillip Musselwhite e Mitchell Zetlin, publicação criada a partir do Unigrig, 1977-1990.



nacionais. É baseado em elementos básicos: dez variações de formatos, todos derivados do Unigríd; fôlderes organizados como folhas abertas, em vez de leiautes estruturados em painéis dobrados; as faixas pretas do título com o nome dos parques servindo como logotipo; organização horizontal das ilustrações, mapas e texto; especificações tipográficas padronizadas; e um grid-mestre coordenando o projeto com a produção. A tipografia se restringe ao Helvetica e ao Times Roman em um número limitado de tamanhos e pesos.

O formato padronizado do Unigríd permite que a equipe editorial da Park Service se concentre em alcançar excelência no desenvolvimento e na apresentação de informações ilustradas e escritas [20.41]. O programa se mostrou tão bem-sucedido que se desenvolveu também um formato para a série de 150 manuais da Park Service.

Para atrair conceituados arquitetos e designers para trabalharem para o governo, os procedimentos tradicionais da seleção pública foram complementados por análise de portfólio efetuada por profissionais. Os designers foram recrutados pela campanha publicitária “Excellence attracts excellence” (Excelência atrai excelência). Entretanto, em 1980 o ímpeto para a excelência em design na esfera federal caiu vítima dos cortes de impostos e dos enormes déficits federais. Muitos programas de design definidos para agências como a Park Service foram mantidos, ao passo que outros voltaram a naufragar na mediocridade.



20.42 Vários artistas/designers, dezenove pictogramas de primeiros socorros extraídos de sistemas usados no mundo inteiro. Foram avaliados os valores semânticos, sintáticos e pragmáticos dos programas existentes.

SINALIZAÇÃO NOS TRANSPORTES

Importantes eventos internacionais, grandes aeroportos e outras empresas de transporte que lidam com passageiros contratam designers gráficos para criar programas de sinalização pictográfica para informar e orientar de maneira rápida e simples. O desenvolvimento desses sistemas de sinais e símbolos implicava considerável tempo e despesa, e muitas vezes ocorria praticamente a duplicação de esforços. Em 1974 o Departamento dos Transportes dos Estados Unidos contratou o American Institute of Graphic Arts (Instituto Americano de Artes Gráficas) (AIGA), a mais antiga organização profissional de design gráfico do país, para criar um conjunto-mestre de 34 símbolos voltados a passageiros e pedestres para uso em espaços destinados ao transporte em todo o mundo, com o objetivo de transpor barreiras culturais linguísticas e simplificar mensagens básicas.

O primeiro passo foi o levantamento e a compilação dos pictogramas desenvolvidos até então para instalações de transporte individual e eventos internacionais [20.42]. Um comitê de cinco designers gráficos de renome, encabeçado por Thomas H. Geismar, atuou na avaliação do projeto e em sua consultoria. O Departamento de Transporte forneceu ao AIGA uma lista de espaços para mensagem. Cada membro do comitê consultivo avaliou soluções prévias para as 34 áreas temáticas e foi preparado um conjunto conciso de recomendações para orientar o design de pictogramas. Alguns deles foram mantidos, enquanto em outras categorias foram desenvolvidos símbolos inteiramente novos, tendo como meta primordial a clareza da imagem. O conjunto final de pictogramas [20.43] foi projetado e desenhado por Roger Cook (n. 1930) e Don Shanosky (n. 1937), da Cook and Shanosky Associates, de Princeton, Nova Jersey. Esses sinais combinavam a harmonia geral com uma coerência visual de linha, configuração, peso e forma. Esse esforço representou um primeiro passo importante rumo à meta de unificar as comunicações gráficas em um mundo cada vez menor. Um livro de 288 páginas publicado pelo Departamento dos Transportes fornecia informações valiosas sobre o design e o processo de avaliação utilizados.



DESIGN PARA OS JOGOS OLÍMPICOS

Ao final dos anos 1960 o conceito de sistemas completos de design tornou-se realidade. Os gestores percebiam que o planejamento completo para grandes empresas e eventos não só era funcional e desejável como necessário. Isso se aplicou particularmente no caso de eventos internacionais, como as feiras mundiais e os Jogos Olímpicos, onde era preciso orientar e informar um público internacional e multilíngue. Entre muitas campanhas excelentes, os programas de design para a 19ª Olimpíada na Cidade do México, em 1968, a 20ª Olimpíada em Munique, em 1972, e a 23ª Olimpíada em Los Angeles, em 1984, foram marcos na evolução dos sistemas gráficos.

Um tema – “Os jovens do mundo unidos pela amizade e compreensão” – foi adotado pelo comitê organizador da 19ª Olimpíada, presidido pelo arquiteto mexicano Pedro Ramírez Vázquez. Percebendo que era necessário um sistema de informações eficaz, que abrangesse orientações sobre o local, identidade

visual e publicidade, Vázquez reuniu uma equipe internacional de design, tendo como diretor de design gráfico o norte-americano Lance Wyman (n. 1937) e como diretor de produtos especiais o designer industrial britânico Peter Murdoch (n. 1940).

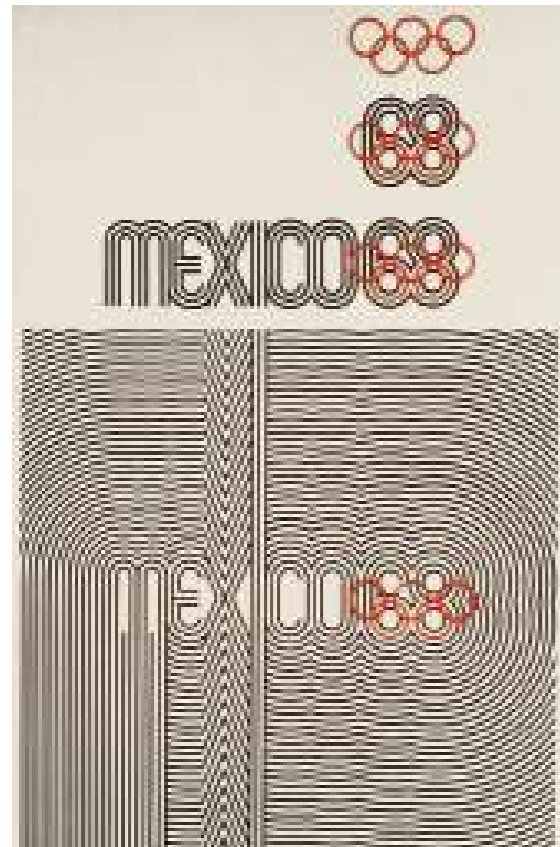
Como a 19ª Olimpíada aconteceria na Cidade do México e ao seu redor, e não num espaço especialmente construído para o evento, o sistema de design tinha de ser desenvolvido por toda a cidade, uma das maiores do mundo. Controle de tráfego, logística urbana e um público multilíngue compunham o desafio. A análise inicial do problema por Wyman determinou que a solução deveria refletir a herança cultural do México. Um estudo exaustivo de antigos artefatos astecas e arte popular mexicana o levou a adotar duas ideias de design: o uso de linhas múltiplas repetidas para formar padrões e de matizes vivos e puros. Em todo o país, artes e artesanato, casas de adobe, flores de papel, mercados e roupas exibiam cores alegres e intensas, e esse exuberante espírito colorido figurou de modo proeminente no planejamento de Wyman.

A concepção de uma marca para os Jogos Olímpicos [20.44] constituiu a base para a evolução posterior do programa de design. Os cinco anéis do símbolo dos Jogos Olímpicos foram sobrepostos e fundiram-se com o número 68; depois foram combinados com a palavra *Mexico*. A padronagem de faixas repetidas observada na arte mexicana tradicional foi usada para formar as letras. Após o desenvolvimento do logotipo, Wyman o estendeu para uma fonte fantasia [20.45] que poderia ser aplicada a ampla gama de peças gráficas, de ingressos até *outdoors* e de insígnias de uniforme até gigantescos balões com a paleta de cores pairando sobre as arenas. O sistema abrangia pictogramas para eventos esportivos [20.46] e culturais [20.47], formatos para o Departamento Editorial, identificação de locais, sinais direcionais que seriam implementados pelo Departamento de Projetos Urbanos em toda a cidade, cartazes informativos, mapas, selos postais [20.48], letreiros de filmes e chamadas na televisão.

Para a sinalização ambiental exterior, Wyman e Murdoch colaboraram no desenvolvimento de um sistema completo de módulos, com peças intercambiá-

20.43 Roger Cook e Don Shanosky, sistema de pictogramas de identificação para o Departamento dos Transportes dos Estados Unidos, 1974. Este cartaz apresentava os 34 símbolos para um público amplo.

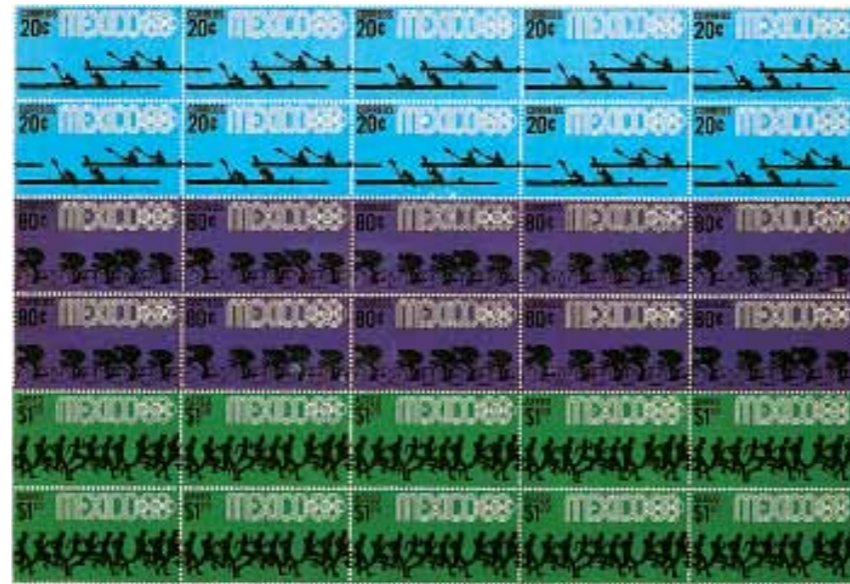
20.44 Lance Wyman, logotipo para a 19ª Olimpíada, 1966. Esta sequência mostra o desenvolvimento do logotipo e como ele foi desdobrado em um filme de animação.



20.46 Lance Wyman, Eduardo Terrazas e Manuel Villazon, pictogramas dos esportes para a 19ª Olimpíada, 1967. Estes símbolos possibilitavam que o público internacional os identificasse imediatamente.



20.45 Lance Wyman, alfabeto para a 19ª Olimpíada, 1967. Composto por cinco faixas ou listras, o alfabeto ecoa os motivos da antiga arte popular mexicana.



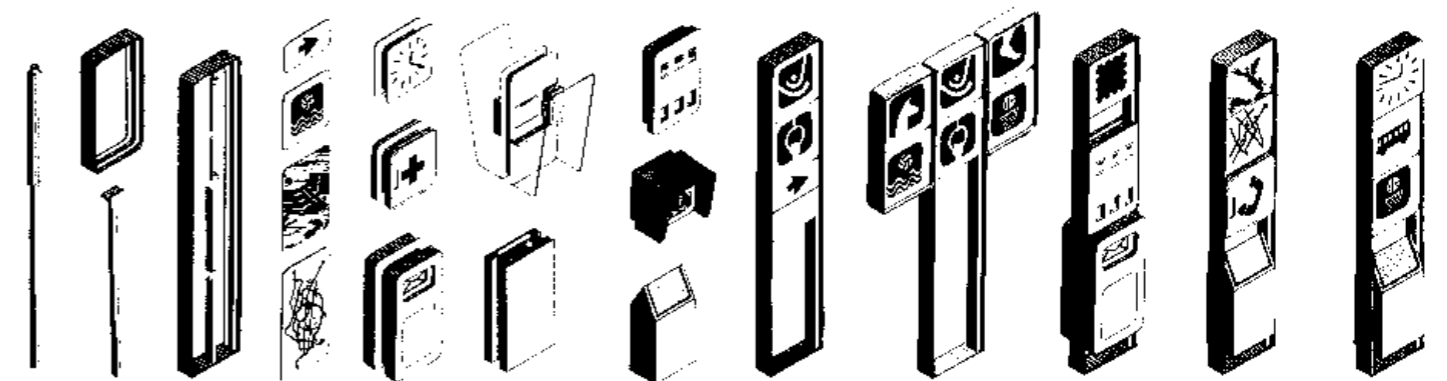
20.48 Lance Wyman, selos dos Jogos Olímpicos no México, 1967-1968. Silhuetas de atletas são impressas sobre fundos de cores vivas. As imagens foram projetadas para fluir de um selo para outro em um desenho contínuo.



veis [20.49]. Essas peças combinavam sinalização direcional e de identificação com equipamentos como caixas de correio, telefones e bebedouros. Esse sistema de design foi tão eficaz que o *The New York Times* proclamou: “Você pode ser analfabeto em todas as línguas e ainda assim se deslocar pelos ambientes, desde que não seja daltônico”.

Medido em termos de originalidade gráfica, aplicação funcional inovadora e empatia para os milhares de visitantes dos Jogos Olímpicos mexicanos, o sistema de design gráfico desenvolvido por Wyman e seus colegas no México foi um dos mais bem-sucedidos na história da identidade visual. Depois de concluir o projeto de dois anos dos Jogos Olímpicos, Wyman retornou à cidade de Nova York e retomou sua firma de design, onde a experiência conquistada no projeto mexicano foi aplicada a programas completos de design para centros comerciais e jardins zoológicos.

Em 1972, para a 20ª Olimpíada, em Munique, Alemanha, Otl Aicher dirigiu uma equipe no desenvol-



vimento e na implementação de um programa de design mais formal e sistematizado. Um manual de identidade [20.50] definia padrões para o uso do símbolo do evento, um desenho de raios de sol em espiral sob os aros olímpicos, ladeados por duas linhas verticais. O tipo escolhido foi o Univers, e definiu-se um grid para publicações. A paleta de cor consistia em um espectro parcial composto de dois azuis, dois verdes, amarelo, laranja e três tons neutros (preto, branco e um cinza médio). A exclusão de um segmento do espectro criava harmonia e projetava um ar festivo.

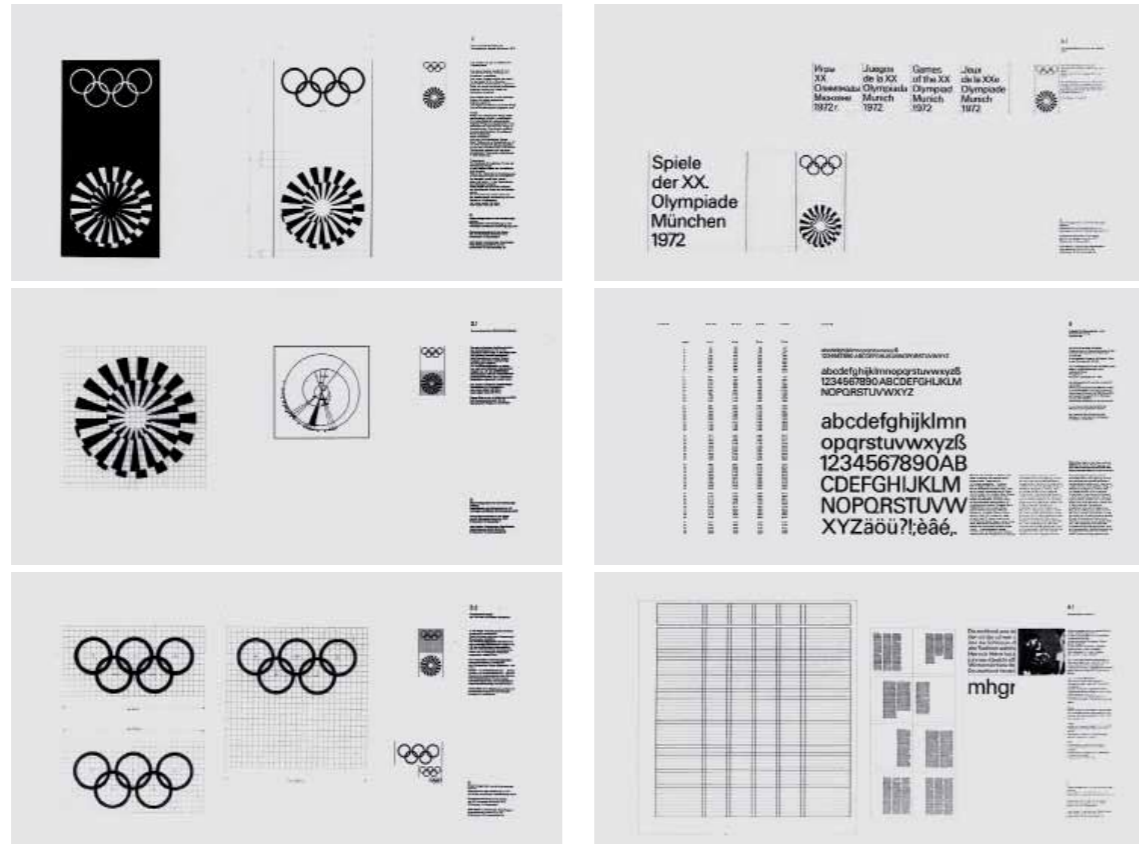
Uma extensa série de pictogramas foi desenhada num grid quadrado dividido por linhas horizontais, verticais e diagonais [20.51]. Para cada esporte olímpico foi criado um pictograma [20.52], que enfatizava o movimento dos atletas e seus equipamentos. Obteve-se identificação imediata, apesar das barreiras linguísticas. Esses pictogramas foram amplamente usados em impressos [20.53] e placas de identificação. A geometria dos pictogramas servia de contraponto a outro tipo de imagens: fotos em alto contraste de atletas usadas em publicações [20.54] e em uma série de 22 cartazes comemorativos representando os principais esportes olímpicos. Os cartazes tiravam partido da paleta de quatro cores frias e duas cores quentes. O cartaz para os esportes na pista de atletismo [20.55], por exemplo, define a pista e os corredores com verdes mais claros e dois tons de azul contra um campo verde-escuro.

A 23ª Olimpíada, em 1984, em Los Angeles, assistiu a uma cidade em expansão transformada num ambiente jovial de cor e forma, que unificava 28 locais para a prática de esportes, 42 pontos culturais, e três

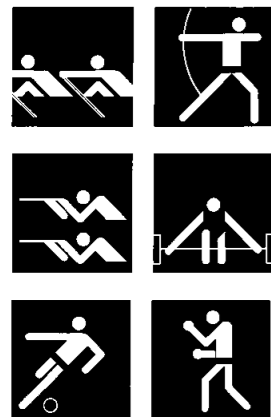
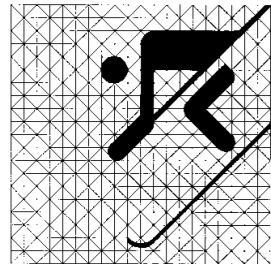
20.47 Lance Wyman e Eduardo Terrazas, pictogramas culturais para a 19ª Olimpíada, 1967. Os eventos culturais expressos como pictogramas são Recepção da Juventude, Festival de Cinema, Acampamento de Jovens, Exposição de Arte Mundial, Festival de Música e Artes Cênicas, Conferência dos Escultores, Reunião de Poetas, Festival de Arte Infantil, Festival de Folclore, Balé, Festival de Artes Populares, Chama Olímpica, Exposição de Selos, Exposição de História dos Jogos Olímpicos, Exposição de Energia Nuclear, Exposição de Pesquisa Espacial, Genética e Biologia Humana, Exposição de Instalações dos Jogos Olímpicos, Propaganda a Serviço da Paz e Filmes dos Jogos Olímpicos.

20.49 Peter Murdoch, estudos preliminares para a sinalização e equipamentos dos Jogos Olímpicos no México, 1968. Componentes modulares foram montados em unidades por toda a cidade.

20.50 Otl Aicher e equipe, páginas do manual de normas gráficas dos Jogos Olímpicos de Munique, c. 1970. Eram definidos todos os detalhes do programa gráfico.



20.51 Otl Aicher, grid para os pictogramas dos Jogos Olímpicos de Munique, c. 1972. A complexidade do grid possibilitava uma gama infinita de permutações.

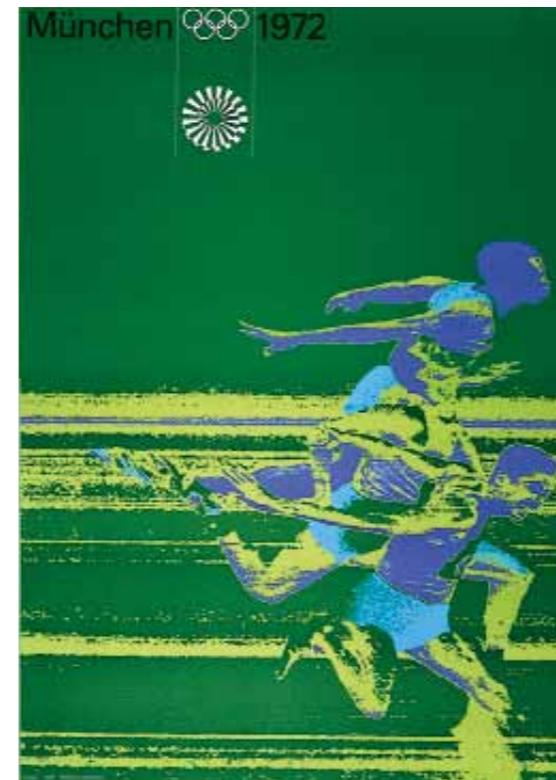


20.52 Otl Aicher e equipe, pictogramas de esportes para a Olimpíada de Munique, c. 1970.

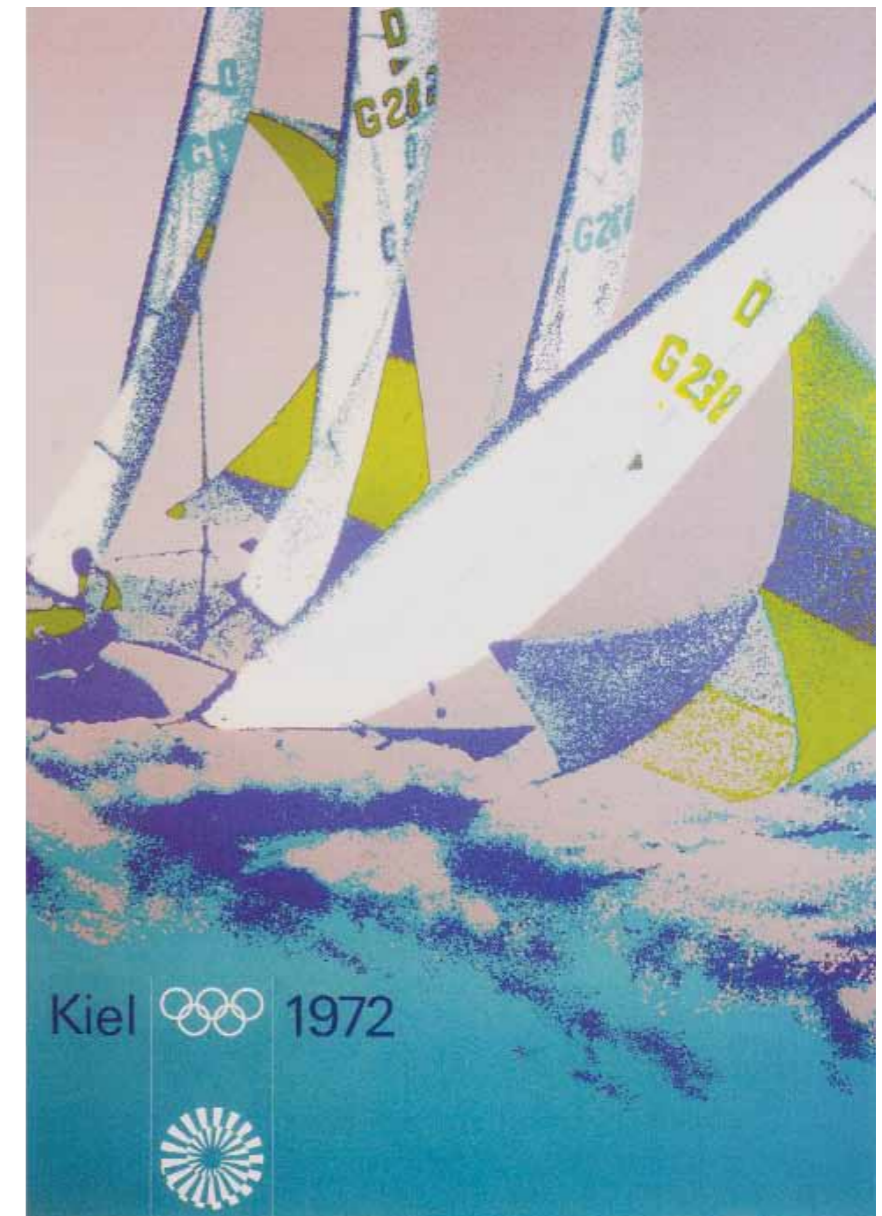
20.53 Otl Aicher e equipe, peças informativas para os Jogos Olímpicos de Munique, 1972. Os pictogramas funcionam como simbolizadores e ilustrações.

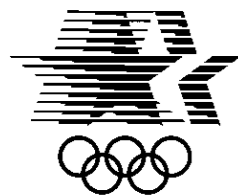


20.54 Otl Aicher e equipe, capas para o Bulletin of the XXTH Olympiad (Boletim da 20ª Olimpíada), 1971. Uma diversidade criativa é alcançada com um formato coerente. No número 6, o grid se torna parte da ilustração.



20.55 Otl Aicher e equipe, cartazes para os Jogos Olímpicos de Munique, 1972. Cada cartaz tinha uma cor dominante como fundo para uma foto posterizada da competição esportiva.





20.56 Jim Berté (designer) e Robert Miles Runyan (diretor de arte), marca para os Jogos Olímpicos de Los Angeles, 1980. A “estrela em movimento” é gerada por três pesos de linhas horizontais.

20.57 Debra Valencia (designer) e Deborah Sussman (diretora de arte), guia de design para os Jogos Olímpicos de Los Angeles, 1983. Os parâmetros do projeto permitem diversidade dentro de uma gama fixa de possibilidades.

vilas olímpicas. Centenas de designers e arquitetos trabalharam para mais de sessenta escritórios de design. Continuando a prática de combinar um símbolo concebido especificamente para uma edição dos Jogos Olímpicos com os tradicionais aros interligados, o Comitê de Organização dos Jogos Olímpicos de Los Angeles escolheu, por meio de um concurso realizado em 1980, uma configuração dinâmica de estrela em movimento [20.56], que envolveu os principais escritórios de design da cidade.

Carecendo dos enormes subsídios governamentais de muitos Jogos Olímpicos anteriores, o comitê organizador decidiu usar 26 instalações esportivas existentes, adicionando apenas uma nova piscina e uma pista de ciclismo. O problema de design era bem claro: como transformar temporariamente essas instalações para criar um sentido celebratório comum, expressar o caráter internacional dos jogos e projetar um ambiente que funcionasse de modo eficaz tanto no local como para espectadores no mundo todo. Para ajudar a enfrentar esses desafios, o comitê organizador solicitou a dois escritórios de design que liderassem o esforço. Uma firma de arquitetura, a Jerde Partnership, dirigida por Jon Jerde (n. 1940) e David Meckel, colaborou com um escritório de design ambiental e gráfico, o Sussman/Prejza & Co., chefiado por Deborah Sussman (n. 1931) e Paul Prejza, no pla-

20.58 Deborah Sussman, capa de *Design Quarterly*, 1985. Esta capa de periódico capta a ressonância gráfica criada para os Jogos Olímpicos de Los Angeles.



nejamento do repertório visual – arquitetura, cor, grafismos e sinalização – para esse gigantesco evento.

Um “kit de peças” foi montado para fornecer uma linguagem uniforme no projeto ambiental e de componentes. As formas eram simples e básicas. Colunas Sonotube, normalmente usadas como moldes para colunas de concreto, eram decoradas com listras coloridas pintadas. Os “sonotubes” eram enfileirados para formar colunatas, combinados com barracas alugadas formando pavilhões coloridos ou coroados com frontões gráficos chapados, repetindo as formas dos anti-

gos Jogos Olímpicos. Um guia em formato de cartaz [20.57] fornecia a todos os participantes instruções de como usar o *kit* de peças. Portais e torres monumentais foram construídos de andaimes em tom *aqua* e magenta e destacados com ornamentos e *banners*.

Sussman selecionou uma paleta viva, vibrante, com magenta quente como a cor-chave. Sua paleta primária de apoio consistia em *aqua* vívido, amarelo-cromo e vermelho-alaranjado. Uma paleta secundária incluía amarelo, verde, lavanda e azul-claro, além de tons violeta, azul e rosa. As formas gráficas eram derivadas das estrelas e faixas da bandeira norte-americana, combinadas com as faixas da marca da estrela em movimento. Esses elementos eram livremente separados, recriados na deslumbrante paleta de cores e combinados em camadas listradas – claras contra escuras, espessas contra finas e quentes contra frias. O programa era infinitamente adaptável, enquanto as cores, os motivos listra e estrela e o partido da organização espacial possibilitavam que materiais diversos [20.58] evocassem os Jogos Olímpicos de Los Angeles.

Esses temas gráficos foram amplamente usados em portais e arenas de esportes, fornecendo um fundo dinâmico para eventos televisionados para milhões de espectadores no mundo inteiro. Cada arena esportiva era transformada com suas próprias combinações de cores e motivos visuais desenvolvidos a partir das diretrizes do projeto. Portais de acesso aos eventos esportivos se tornavam colunatas festivas [20.59].



20.60 Sussman/Prejza & Co., sinalização de identificação para os Jogos Olímpicos de Los Angeles, 1984. Cores e formas decorativas transformaram o material informativo em parte da celebração.

O sistema de sinalização de informações [20.60] era coerente, porém flexível. Uniformes, faixas de rua e embalagem de alimentos levavam o tema gráfico a todos os aspectos do evento. Um grande número de designers e escritórios de design projetaram as peças gráficas e os ambientes dos Jogos Olímpicos em conformidade com o manual desenvolvido pelos escritórios líderes. De certo modo, as artes gráficas ajudaram a restaurar a ideia dos Jogos Olímpicos como celebração internacional após as atividades terroristas (1972) e os boicotes políticos (1980, 1984) que haviam maculado as competições.

20.59 The Jerde Partnership, Sussman/Prejza & Co., e Daniel Benjamin, entrada para a arena de competição de natação dos Jogos Olímpicos de Los Angeles, 1984.



20.61 Manhattan Design, logotipo da MTV, 1981.



20.62 Pat Gorman e Frank Olinsky, do Manhattan Design (projeto), e Broadcast Arts (fabricação), logotipo "táxi" da MTV, 1981. Como objeto tridimensional, o logotipo aparece em disfarces e ambientes ilimitados.



20.63 Pat Gorman e Frank Olinsky, do Manhattan Design, logotipo "formas coloridas" da MTV, 1985. Os padrões de formas geométricas ao acaso insinuam diversão.

O LOGOTIPO DA MTV

A Music Television (MTV) foi ao ar pela primeira vez em 1981. O visionário de mídia Bob Pittman lançou a ideia de uma emissora de TV musical 24 horas numa época em que os videoclipes ainda não haviam desabrochado plenamente como suporte criativo e apenas 18 milhões de domicílios nos Estados Unidos eram assinantes de TV a cabo. A rede principiante encomendou um projeto de marca ao Manhattan Design, escritório de Nova York reconhecido por sua ousada experimentação independente, sobretudo para clientes da indústria musical. Todos os sócios, Pat Gorman (n. 1947), Frank Olinsky (n. 1950) e Patti Rogoff (n. 1945), tinham formação em artes plásticas; além disso, cada um tinha um enfoque audacioso e iconoclasta, proveniente do interesse pela arte das histórias em quadrinhos. O pai de Olinsky era desenhista de animação e ilustrador, enquanto o pai de Pat Gorman era ator. Pat tinha sido criada dentro de estúdios, brincando com equipamentos, e com isso a televisão se tornou sua língua materna.

Durante o processo de projetar, Pat Gorman achou que o esboço de Olinsky de um espesso *M* tridimensional sem serifa precisava ser mais elaborado, e então rabiscou um grande *tv* em estilo grafite sobre a letra, criando uma marca pregnante e influente [20.61].

O grande *insight* foi perceber que a marca, com a larga superfície plana do *M* e a vigorosa *TV* podiam sofrer infinitas variações de cor, decoração, material, dimensões, ângulo de visualização e movimento [20.62 – 20.64]. O logotipo podia assumir diferentes personalidades, participar de eventos animados e até ser demolido. Esse conceito de uma marca com personalidade sempre mutável se contrapunha à convicção generalizada de que identificadores visuais deveriam ser absolutamente fixos e usados de maneira coerente. Uma vez resolvido o conceito, o Manhattan Design produziu centenas de esboços para mostrar as variações possíveis.

Durante seus primeiros anos, o logotipo da MTV aparecia de hora em hora numa inserção de dez segundos para identificação da rede. O Manhattan Design, o pessoal interno da MTV e vários estúdios de animação desenvolveram uma série interminável de vinhetas para

o canal. A criação constante de novas sequências levou a uma colaboração contínua envolvendo animação, ilustração, fotografia e manipulação direta do vídeo.

Pat Gorman observou que o logotipo da MTV "mudou a *cara*, a *ideia* e a *velocidade* do design gráfico"; desempenhou papel importante na redefinição da identidade visual na era eletrônica. Durante os anos 1980 as artes gráficas começaram a refletir a influência da televisão no uso da cor, textura, elementos decorativos e sequência.

O logotipo da MTV foi um precursor do mundo da animação gráfica, que logo seria inaugurado à medida que a televisão a cabo, *videogames* e a computação gráfica expandiam a diversidade e o alcance das mensagens em movimento. No dia 8 de setembro de 1996, o *The New York Times* observava:

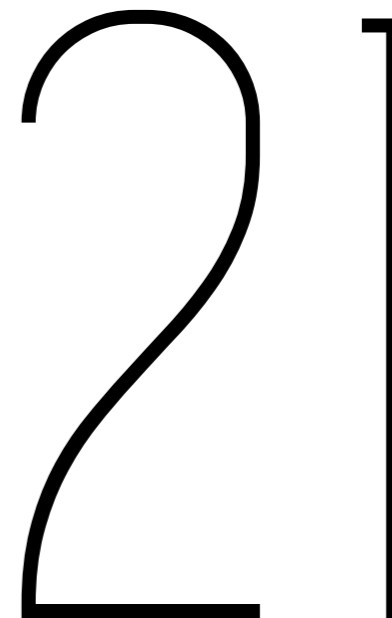
A passagem das informações da página impressa para outras mídias mudou a natureza da identidade gráfica. O logotipo da MTV, que surge de uma metamorfose inesperada, é provavelmente a culminância da identidade animada.

Em 1995 a MTV alcançava mais de 250 milhões de lares em 58 países, e o reconhecimento mundial do logotipo apenas era superado pelo da Coca-Cola.

Na última metade do século xx, a identidade visual ganhou crescente importância à medida que o mundo entrava na era da informática. Eventos internacionais complexos, grandes órgãos públicos e multinacionais exigiram que designers gráficos desenvolvessem sistemas complexos para gerenciar o fluxo de informações e a identidade visual. Ao buscarem esses objetivos pragmáticos, os sistemas também geraram um espírito ou uma ressonância, ajudando a expressar e definir a própria natureza da organização ou evento, mostrando assim que a imagem de uma empresa pode ser criada ou redefinida pelo design.



20.64 Pat Gorman e Frank Olinsky, do Manhattan Design, logotipo "quebra-cabeça" da MTV, 1985. O logotipo é despedaçado sem perder sua capacidade de conferir identidade.



A imagem conceitual

Após a Primeira Guerra Mundial, os designers perceberam que a ilustração narrativa tradicional já não atendia às necessidades da época e reinventaram a comunicação gráfica para expressar a era da máquina e ideias visuais mais complexas. Numa busca similar por novas formas de expressão, as décadas após a Segunda Guerra Mundial assistiram ao desenvolvimento da imagem conceitual no design gráfico. Essas imagens transmitiam não a mera informação narrativa, mas ideias e conceitos. As ideias associaram-se ao conteúdo percebido, que passou a ser tematizado. O ilustrador que simplesmente interpretava o texto de um escritor deu lugar a um profissional preocupado com o projeto total do espaço, que trata palavra e imagem de forma integrada e, sobretudo, cria suas próprias afirmações.

Na explosiva cultura da informação da segunda metade do século xx, toda a história das artes visuais passou a estar disponível ao artista gráfico como uma biblioteca de formas e imagens potenciais. Uma das principais fontes de inspiração eram os movimentos



21.1 Armando Testa, cartaz para a Pirelli, 1954. A força de um elefante é conferida ao pneu pela técnica surrealista da combinação de imagens.

artísticos do século xx: as configurações espaciais do cubismo; as justaposições, deslocamentos e mudanças de escala do surrealismo; a cor pura, livre da referência natural graças ao expressionismo e ao fauvismo; e a reciclagem das imagens dos meios de comunicação de massa da arte pop. Os designers tinham maior oportunidade de autoexpressão, criavam imagens mais pessoais e exploravam novos estilos e técnicas. Não era mais possível identificar as tradicionais fronteiras entre as artes plásticas e a comunicação visual.

A criação de imagens conceituais passou a ser um enfoque importante do design na Polônia, Estados Unidos, Alemanha e Cuba. Elas também apareceram pelo mundo na obra de indivíduos cuja busca por imagens relevantes e eficazes os levava nessa direção. Nos trabalhos mais originais do designer gráfico italiano Armando Testa (1912-1992), por exemplo, combinações metafísicas eram usadas para transmitir verdades elementares sobre um tema. Testa fora um pintor abstrato até depois da guerra, quando montou um



21.2 Armando Testa, cartaz para exposição de borracha e plásticos, 1972. A mão feita de material sintético segura uma bola de plástico numa imagem inconfundível e apropriada.

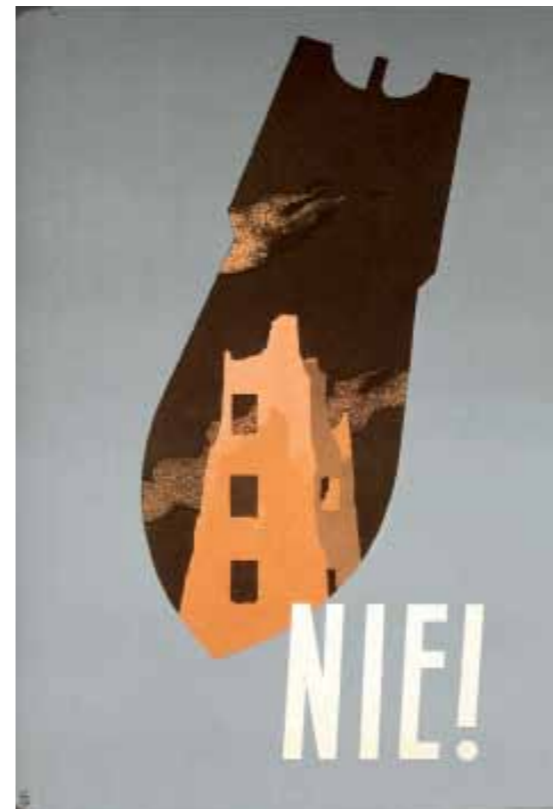
estúdio de design gráfico em sua cidade natal, Turim. Suas campanhas publicitárias dos anos 1950 para os pneus Pirelli produziram impacto no pensamento internacional do design gráfico [21.1]. Testa tomou emprestado o vocabulário do surrealismo, combinando a imagem de um pneu com símbolos de identificação imediata. Em seus cartazes e anúncios, a imagem é o meio primordial de comunicação, e ele reduz o conteúdo verbal a umas poucas palavras ou apenas ao nome do produto. Testa usou de modo eficaz deslocamentos mais sutis, como imagens feitas de materiais sintéticos [21.2], causando efeitos inesperados.

O CARTAZ POLONÊS

A violência da Segunda Guerra Mundial varreu a Europa no dia 1º de setembro de 1939 com a invasão relâmpago, sem declarar guerra, da Polônia por Hitler, de norte, sul e oeste. Dezesete dias depois, do leste, tropas soviéticas invadiam o país e seguiu-se um período de seis anos de devastação. A Polônia saiu da guerra com enormes perdas humanas, sua indústria arrasada e a agricultura em ruínas. A capital, Varsóvia, foi quase inteiramente destruída. A impressão e o design gráfico, como tantos aspectos da sociedade e cultura polonesas, praticamente deixaram de existir. Tributo monumental à resistência do espírito humano foi o surgimento, em meio a essa devastação, de uma escola polonesa de renome internacional na arte do cartaz.

Na sociedade comunista estabelecida na Polônia após a guerra, os clientes eram instituições e indústrias controladas pelo Estado. Designers se associaram a cineastas, escritores e artistas plásticos no Sindicato Polonês dos Artistas, que definia normas e fixava honorários. O ingresso no sindicato ocorria após a conclusão do programa educacional na Academia de Arte de Varsóvia ou Cracóvia. As normas para admissão a essas escolas eram rigorosas e o número de formandos cuidadosamente controlado para corresponder à demanda.

O primeiro artista do cartaz polonês a surgir após a guerra foi Tadeusz Trepkowski (1914-1956). Logo na primeira década, Trepkowski expressava as lembran-



ças trágicas e aspirações para o futuro que estavam profundamente impressas na psique nacional. Seu enfoque envolvia a redução de imagens e palavras até que o conteúdo fosse destilado em sua formulação mais simples. Em seu famoso cartaz contra a guerra, de 1953 [21.3], Trepkowski usou formas sintéticas para simbolizar uma cidade devastada, sobrepostas à silhueta de uma bomba caindo.

Henryk Tomaszewski (1914-2005) tornou-se o líder espiritual do design gráfico polonês após a morte precoce de Trepkowski e converteu-se num estimulador importante do movimento em função de sua posição como professor na Academia de Belas-Artes de Varsóvia. O cartaz passou a ser fonte de grande orgulho nacional na Polônia; seu papel na vida cultural do país é único. Os meios de rádio e teledifusão careciam de frequência e diversidade, se comparados aos ocidentais, e a competição econômica era menos pronunciada num país comunista. Assim, cartazes para eventos culturais, circo, filmes e política serviam de

importantes meios de comunicação. Em 1964, teve início a Bienal Internacional do Cartaz de Varsóvia, e o Muzeum Plakatu (Museu do Cartaz) foi instalado em Wilanow, próximo da capital.

O cartaz polonês passou a receber atenção internacional durante os anos 1950. Tomaszewski liderou um redirecionamento para um enfoque mais agradável esteticamente, distanciando-se do sombrio mundo da tragédia e das duras recordações para um mundo claro e decorativo de cores e formas [21.4, 21.5]. Por meio de colagens quase casuais, criavam-se projetos a partir de pedaços de papel colorido rasgado e cortado, depois impressos em serigrafia. Característico desse estilo é o cartaz para o filme *Rzeczpospolita Babska* (República de mulheres) [21.6] de Jerzy Flisak (n. 1930). A figura feminina simbólica tem a cabeça rosada de uma boneca com bochechas redondas, maquiadas com *rouge* e a boca em forma de coração. O cartaz de circo floresceu como expressão da magia e do encanto desse entretenimento tradicional a partir de 1962, quando a preocupação com a publicidade até então medíocre dos circos inspirou um programa em que um júri selecionava uma dúzia de cartazes por ano para publicação pelos Editores de Artes Gráficas de Varsóvia. Nesses cartazes, a palavra *cyrk* (circo) é a única informação verbal [21.7]; tiras impressas com as informações completas da programação eram coladas abaixo deles em quiosques e muros.

A próxima corrente importante nos cartazes poloneses surgiu durante os anos 1960 e se consolidou nos anos 1970. Foi uma tendência rumo à metafísica e ao surrealismo, à medida que era abordado um lado mais escuro e sombrio do caráter nacional. Especulou-se que isso representava uma reação sutil às restrições sociais do regime ditatorial ou um desespero e anseio pela autonomia que tão frequentemente fora negada aos poloneses ao longo de sua história. Um dos primeiros designers gráficos a incorporar essa nova sensibilidade metafísica a seu trabalho foi Franciszek Starowiejski (n. 1930). Em seu cartaz de 1962 para o Teatr Dramatyczny (Teatro Dramático), de Varsóvia, uma serpente paira no espaço, enrolando-se em volta de dois círculos que se tornam apertados de mãos [21.8]. Essa imagem enigmática era um prenúncio de seu trabalho subsequente, que ocasionalmente

21.3 Tadeusz Trepkowski, cartaz contra a guerra, 1953. Uma expressão apaixonada é reduzida a apenas uma palavra: Nie! (Não!).



21.6 Jerzy Flisak, cartaz de cinema para *Rzeczpopolita Babska*, sem data. Cores vivas e silhuetas informais transmitem a encantadora ressonância do cartaz polonês dos anos 1950.

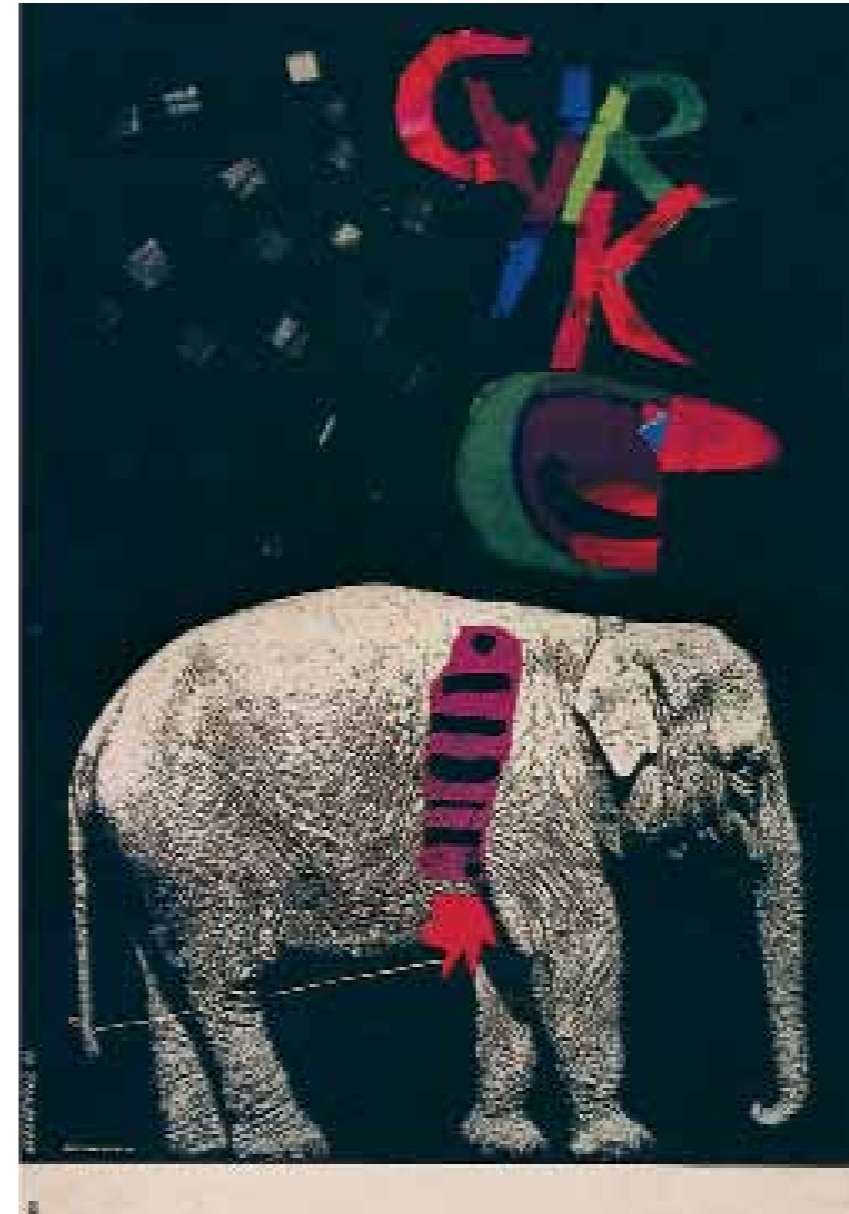


21.4 Henryk Tomaszewski, cartaz de futebol para os Jogos Olímpicos em Londres, 1948.



21.5 Henryk Tomaszewski, cartaz para a peça *Marysia i Napoleon* (Maria e Napoleão), 1964. Tomaszewski levou o design gráfico polonês à expressão alegre e artística.

21.7 Roman Cieslewicz, cartaz de circo, 1962. Elementos de colagem sobrepõem a palavra *cyrk* e um palhaço à foto contrastada de um elefante.

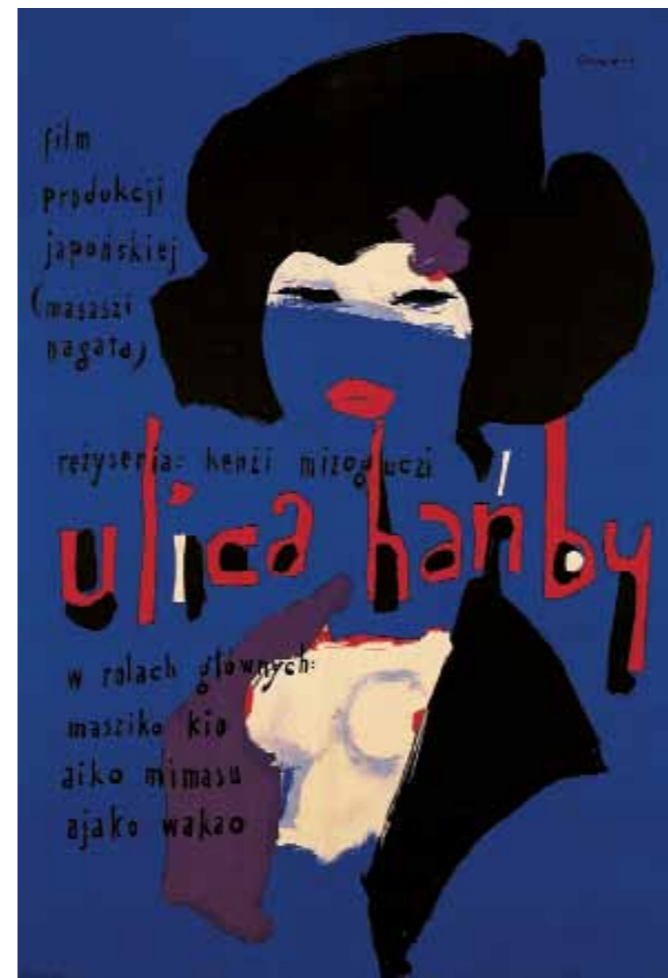


21.8 Franciszek Starowiejski, cartaz do Teatr Dramatyczny, de Varsóvia, 1962. O cubo desenhado em perspectiva transforma a página chapada num espaço com profundidade, forçando o estranho arranjo acima dele a flutuar.

21.10 Jan Lenica, cartaz para *Wozzeck*, de Alban Berg, 1964. Como em muitos cartazes de Lenica, é evidente o espírito do *art nouveau*.



21.9 Jan Lenica, cartaz da Bienal do Cartaz de Varsóvia, 1976. Arabescos sinuosos se metamorfoseiam num ser alado.



21.11 Waldemar Swierzy, cartaz de *Ulica Hanby*, versão polonesa do filme *Akasen Shitai*, de Kenji Mizoguchi, 1959. O *lettering* pintado se torna uma extensão do batom.

tende à escola “lama e sangue” das artes gráficas, e do trabalho de uma série de outros designers gráficos poloneses. Jan Lenica (n. 1928-2001) levou a colagem a uma comunicação mais ameaçadora e surreal nos cartazes e filmes experimentais de animação. Depois, em meados dos anos 1960, começou a usar linhas de contorno fluidas e estilizadas, que ondulam pelo espaço e o dividem em zonas coloridas que formam uma imagem [21.9, 21.10].

Em sua ruptura com a corrente dominante, Lenica e Starowiejski foram seguidos por vários outros da nova geração, que percebia que o cartaz polonês estava em risco de fossilizar-se num estilo nacional acadêmico. Essa potencial armadilha foi evitada quando

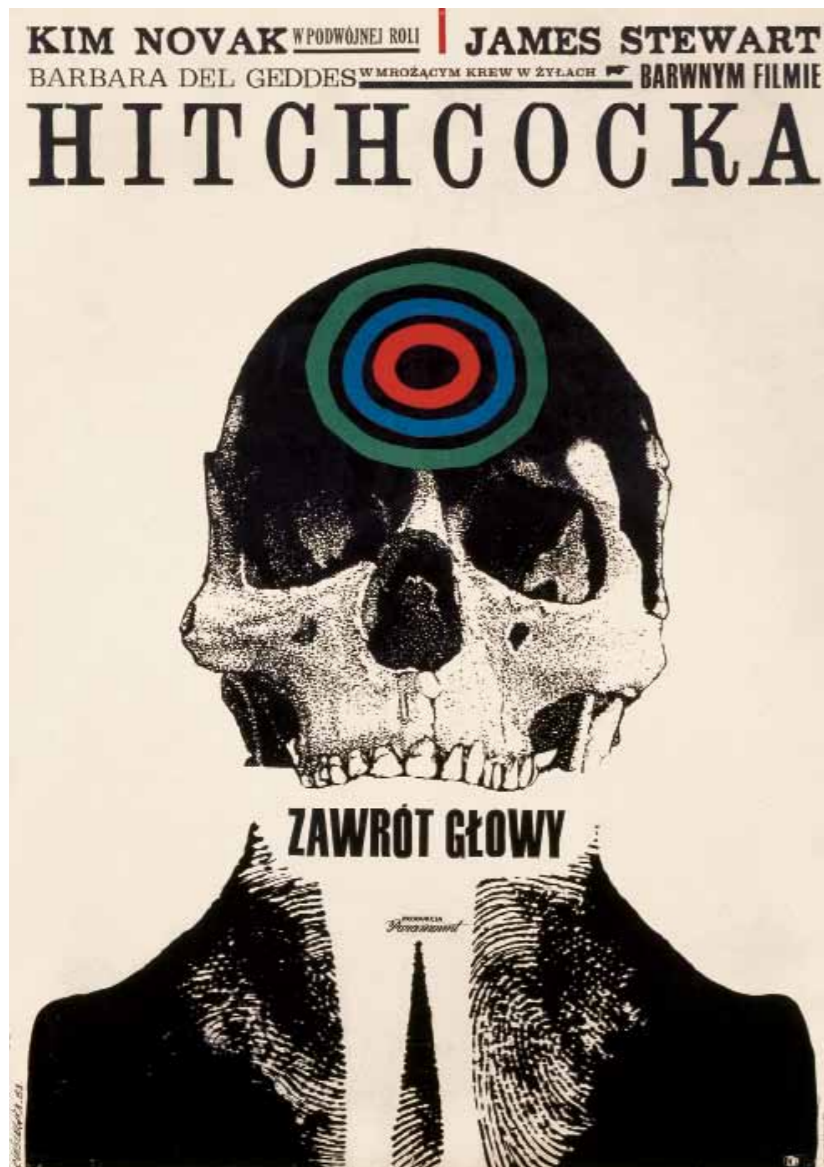
designers como Waldemar Swierzy (n. 1931) chegaram a visões pessoais únicas. Abordando o design gráfico de um ponto de vista pictórico, Swierzy buscou inspiração na arte popular e nas artes plásticas



21.12 Waldemar Swierzy, cartaz de Jimi Hendrix, 1974. A vitalidade elétrica das pinceladas gestuais sobre o retrato em azul cobalto sugere a energia vigorosa do rock.

do século XX [21.11]. Esse prodígio artista criou mais de mil cartazes numa multiplicidade de meios. Com frequência, incorpora acrílico, *crayon*, lápis e aquarela em seus trabalhos. Em seu famoso cartaz para o músico de *rock* norte-americano Jimi Hendrix [21.12], Swierzy animou o grande retrato com vigorosos traços retorcidos. A qualidade espontânea de grande parte de seu trabalho é enganosa, pois Swierzy às vezes passava três semanas fazendo um cartaz e chegava a executá-lo cinco vezes ou mais até ficar satisfeito com o resultado.

Um polonês no exílio, o artista do cartaz Roman Cieslewicz (1930-1996) viveu em Paris dos anos 1960 em diante. Estreitamente vinculado ao teatro polonês de vanguarda, Cieslewicz tomou o cartaz como forma



21.14 Roman Cieslewicz, cartaz do Teatr Współczesny we Wrocławiu (Teatro Temporário da Cracóvia), 1974. Com esta imagem surreal, o observador pode tentar completar o retrato procurando uma imagem nas nuvens, mas o esforço se mostra infrutífero.

21.13 Roman Cieslewicz, cartaz para *Zawrót Głowy*, versão polonesa do filme *Vertigo* (*Um corpo que cai*), 1963. Um alvo na frente de uma caveira, também aludindo ao título do filme, combina-se com uma impressão digital nessa interpretação enigmática do filme de Hitchcock.

pública de arte e o transformou num meio metafísico para expressar ideias inescrutáveis, que seriam difíceis de articular verbalmente [21.13]. Suas técnicas abrangem colagem, montagem e imagens reticuladas numa escala que converte os pontos em textura, configurando uma interação entre dois níveis de informação: a imagem e os pontos que a criam [21.14].

Em 1980, a escassez de alimentos, energia elétrica e habitação levou a greves e à formação do sindicato



trabalhista ilegal Solidariedade, cujo logotipo [21.15], concebido por Jerzy Janiszewski, se tornou símbolo internacional da luta contra a opressão. Em consequência da censura do governo durante a agitação social na Polônia, os cartazes do país costumavam abordar questões que estavam além de suas fronteiras, em vez das lutas políticas internas, como a proscrição do Solidariedade. Uma questão internacional é o tema de um cartaz de Marian Nowinski (n. 1944), lamentando eloquentemente [21.16] a censura ao poeta chileno Pablo Neruda. Para muitos espectadores expressa também a solidariedade com a luta chilena pela democracia e independência. Imagens vigorosas como essa transcendem seu tema imediato para se tornarem expressões universais sobre a censura e a repressão em geral.

A legalização do Solidariedade e sua vitória esmagadora nas eleições de maio de 1989 encerraram o governo comunista de partido único e marcaram o início de uma nova era na história polonesa. Durante meio século, o cartaz polonês se desenvolvera em consequência de uma decisão consciente do governo de sancionar e apoiar essa arte como forma maior de expressão e comunicação. Os cartazes eram afirmações criativas, fazendo circular antes ideias que mercadorias. Apesar das mudanças políticas, uma tradição de excelência, reforçada pela sólida educação em design, pôde garantir a continuidade dessa forma artística na Polônia. O espírito inventivo continua sendo demonstrado por designers mais jovens que ingressam na profissão.

IMAGENS CONCEITUAIS NORTE-AMERICANAS

Durante os anos 1950, a era de ouro da ilustração norte-americana chegou ao fim. Durante mais de cinquenta anos, a ilustração narrativa havia comandado o design gráfico nos Estados Unidos, mas os avanços tecnológicos no papel, na impressão e na fotografia rapidamente abreviaram as vantagens do ilustrador sobre o fotógrafo. Os ilustradores haviam exagerado os contrastes de brilho, intensificado as cores e tornado os contornos e detalhes mais nítidos que o real para criar imagens mais convincentes que a foto. Mas,



21.16 Marian Nowinski, cartaz político, 1979. Um livro trazendo o nome do poeta chileno Pablo Neruda, cujas obras foram proibidas e queimadas pelo regime de Pinochet, é fechado por grandes pregos de metal.



21.15 Jerzy Janiszewski, logotipo do Solidariedade, c. 1980. Letras grosseiras evocam o grafite e seu caráter tumultuado é uma referência ao povo agrupando-se na rua.

agora, melhorias nos materiais e processos possibilitavam à fotografia expandir sua gama de recursos de luz e fidelidade da imagem. A morte da ilustração era sombriamente vaticinada à medida que a fotografia invadia rapidamente os nichos tradicionais da profissão, mas, conforme ela roubava a função tradicional da ilustração, esta ressurgia com um novo enfoque.

A abordagem mais conceitual da ilustração começou com um grupo de jovens artistas gráficos de Nova York. Os estudantes de arte Seymour Chwast (n. 1931), Milton Glaser (n. 1929), Reynolds Ruffins (n. 1930) e Edward Sorel (n. 1929) se juntaram e passaram a dividir um estúdio. Ao formar-se pela Cooper Union em 1951, Glaser conseguiu uma bolsa de estudos Fulbright para estudar água-forte com Giorgio Morandi na Itália, e os outros três amigos encontraram emprego em publicidade e no ramo editorial em Nova York. Trabalhos como *freelancer* eram divulgados por meio de uma publicação conjunta chamada *Push Pin Almanack*. Publicada bimestralmente, apresentava material editorial interessante de antigos almanaques ilustrados pelo grupo. Quando Glaser voltou da Europa em agosto de 1954, formou-se o Push Pin Studios. Após algum tempo, Ruffins deixou o estúdio e tornou-se um renomado decorador e ilustrador de livros infantis [21.17]. Em 1958, Sorel começou a trabalhar como au-



21.17 Reynolds Ruffins, ilustração para a revista *Amtrak Express*, 1983. Cores decorativas e formas abstratas caracterizam mais de meio século de trabalho de Ruffins.

tônomo e mais tarde despontou como um dos maiores autores de sátiras políticas de sua geração. Glaser e Chwast continuaram sua parceria por duas décadas; depois, Glaser saiu para se dedicar a uma ampla gama de interesses, como design de revistas, design corporativo e ambiental. Chwast continuou como diretor do grupo, rebatizado de Pushpin Group. O *Push Pin Almanak* tornou-se *Push Pin Graphic*, e essa revista experimental era um veículo para a apresentação de novas ideias, imagens e técnicas.

A filosofia e a visão pessoal dos artistas do Push Pin Studios alcançaram influência mundial. O design gráfico vinha sendo em geral fragmentado em tarefas distintas, a produção de imagens e o leiaute ou projeto. Mas assim como fizeram os designers gráficos Mucha e Bradley na virada do século, Glaser e Chwast uniram esses componentes num único personagem, que estava simultaneamente envolvido na concepção geral e no desenho da página impressa. Usando a história da arte e do design gráfico, das pinturas do Renascimento às histórias em quadrinhos, como repertório formal e conceitual, os artistas do Push Pin parafraseavam livremente e incorporavam uma multiplicidade de ideias a seu trabalho, muitas vezes

21.18 Milton Glaser, capa de disco para *The Sound of Harlem* (O som do Harlem), 1964. Neste exemplo do uso inicial feito por Glaser da linha de contorno e da cor chapada, as figuras são formas sem peso que fluem em ritmo musical.

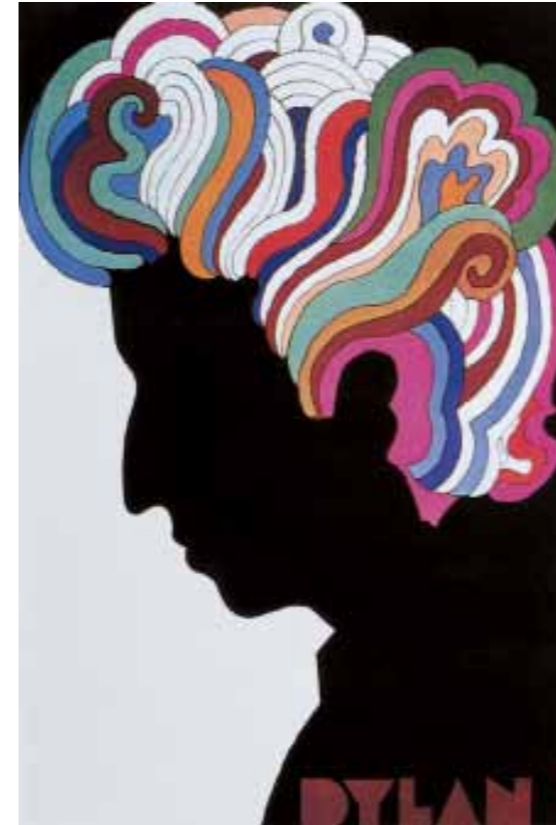
transformando essas fontes ecléticas em formas novas e inesperadas.

O gênio singular de Glaser é difícil de ser classificado, pois no curso de várias décadas ele “reinventou-se como uma força criadora” pela exploração de novas técnicas e motivos gráficos. Durante os anos 1960 criou imagens utilizando figuras planas contornadas por linhas finas de nanquim, adicionando cores pela aplicação de películas adesivas coloridas [21.18]. Esse estilo quase esquemático de desenho ecoava a iconografia sintética dos quadrinhos, o sinuoso desenho curvilíneo dos arabescos persas e *art nouveau*, a cor chapada das gravuras japonesas



e dos recortes de Matisse, além da dinâmica da arte pop. Como outros designers gráficos cujo trabalho captava e expressava as sensibilidades de seu tempo, Glaser foi amplamente imitado. Somente sua capacidade de manter um fluxo constante de soluções inovadoras, unida à incansável exploração de diferentes técnicas, impediu que fosse consumido por seus seguidores.

Enquanto as imagens descritas anteriormente são formadas pelos contornos, outro enfoque desenvolvido por Glaser evoluiu da massa. Inspirado no final dos anos 1950 pela caligrafia oriental e pelas águas-tintas de Picasso, Glaser começou a fazer aguadas de



silhuetas gestuais que incitam o observador pela simples sugestão do objeto, exigindo que ele preencha os detalhes com a própria imaginação.

Os cartazes de shows e projetos de capas de discos de Glaser manifestam uma capacidade singular para combinar sua visão pessoal com a essência do tema. A imagem que ele fez de Bob Dylan em 1967 [21.19] – uma silhueta preta com cabelos em cores claras, inspirados no *art nouveau* – foi encartada no disco e teve uma tiragem de quase 6 milhões de cópias. Como aconteceu com o cartaz do Tio Sam de Flagg, tornou-se um ícone gráfico norte-americano. Um fotógrafo contou a Glaser que, quando esteve trabalhando no rio Amazonas, viu o cartaz de Dylan na cabana de uma distante aldeia indígena.

Num projeto rejeitado de cartaz para uma exposição sobre o dadaísmo e o surrealismo no Museum of Modern Art (MOMA), as próprias palavras assumem, transformadas em objetos, uma metafísica vida após

a morte [21.20]. “Dada” atravessa o tampo da mesa e paira acima de sua cria rebelde, o “surrealismo”. Como os movimentos artísticos que representa, esse desenho desafia a interpretação racional. Milton Glaser muitas vezes incorpora recursos espaciais e imagens do surrealismo para expressar conceitos complexos [21.21].

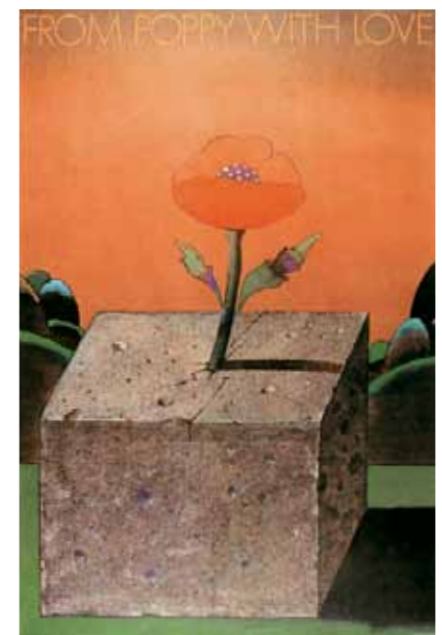
Durante os anos 1980 e 1990, Glaser passou a se interessar cada vez mais por ilusionismo e tridimensionalidade. Seus desenhos dessa época são apresentados como objetos volumétricos [21.22]. Para ele, formas geométricas, palavras e números não são meros signos abstratos, mas entidades tangíveis com uma existência própria que permite que sejam interpretados como temas, tal como figuras e objetos inanimados são interpretados por um artista. Em alguns trabalhos, é explorado o diálogo entre a iconografia perceptual e a conceitual [21.23].

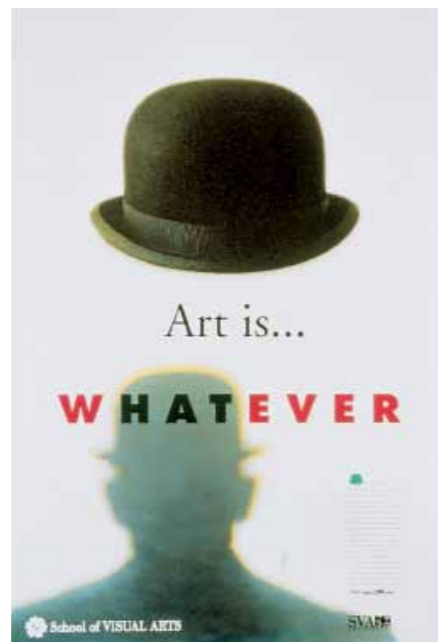
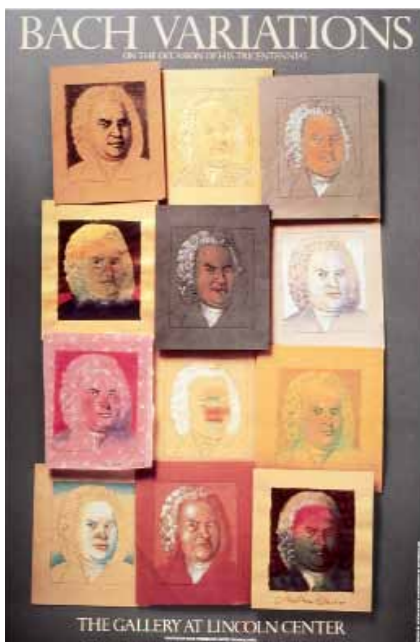
Com uma linguagem ao mesmo tempo pessoal e de comunicação universal, Chwast emprega muitas vezes a técnica dos desenhos a traço revestidos com películas adesivas coloridas, além de uma multiplicidade de meios e substratos com os quais experimenta. Traços de arte infantil, arte primitiva, arte popular, gravuras expressionistas e histórias em quadrinhos

21.19 Milton Glaser, cartaz de Bob Dylan, 1967. Transcendendo objeto e função, esta imagem se tornou uma cristalização simbólica de sua época.

21.20 Milton Glaser, cartaz de exposição Dada and Surrealism, 1968. A mesa menor isola a palavra *real* na palavra maior *surrealism*.

21.21 Milton Glaser, cartaz da Poppy Records, 1968. Uma papoula florescendo de um cubo de granito simboliza uma empresa nova, independente, rompendo as convenções monolíticas da indústria fonográfica.





21.22 Milton Glaser, cartaz de "Bach Variations" (Variações de Bach), 1985. Diversas modalidades de desenho traduzem a diversidade da obra musical de Bach.

21.23 Milton Glaser, cartaz "Art is..." (Arte é...), 1996. Significados visuais e verbais são explorados exibindo um chapéu como uma foto, uma sombra, uma palavra, um pictograma e uma definição escrita.

se manifestam em suas imaginativas reinvenções do mundo. Sua cor é frontal e intensa. Em contraste com a profundidade espacial de Glaser, no trabalho de Chwast normalmente se mantém uma planaridade absoluta. A visão inocente de Chwast, o amor pelas letras vitorianas e figurativas e a capacidade de integrar informações figurativas e textuais o capacitaram a produzir soluções inesperadas. Sua capa de disco para *The Threepenny Opera* (A ópera dos três vinténs) [21.24] demonstra capacidade de sintetizar diversos recursos – a gravura expressionista alemã, deslocamentos espaciais surreais e cores dinâmicas encontradas na arte primitiva – numa expressão adequada do objeto. No anúncio para a Elektra Productions [21.25], cada letra da palavra atravessa o espaço, dotada de forma de transporte própria. Do protesto contra a guerra [21.26] à embalagem de alimentos e capas de revistas, Chwast reformulou a arte e a gráfica anteriores para expressar novos conceitos em novos contextos.

Tanto Chwast como Glaser desenvolveram uma série de tipos *display*. Geralmente esses tipos começaram como letras para trabalhos, depois foram desenvolvidos em alfabetos inteiros. A figura 21.27 mos-

tra o logotipo que Chwast desenvolveu para a Artone Ink; a versão *dégradé* do Blimp, baseada em antigos tipos de madeira; um tipo geométrico inspirado no logotipo que Glaser projetou para um estúdio cine-



21.26 Seymour Chwast, cartaz de protesto contra o bombardeio de Hanói, 1968. Um slogan publicitário comum ganha vida nova quando combinado com uma xilogravura azul e impressão offset de áreas verdes e vermelhas.



21.25 Seymour Chwast, anúncio móvel para Elektra Productions, c. 1965. A pé, sobre rodas ou levado pela força de uma locomotiva, o nome do cliente viaja para sua nova localização.

matográfico; um tipo baseado em letras inicialmente desenvolvidas para um cartaz para a revista *Mademoiselle*; e o tipo Buffalo, originalmente concebido para um produto francês chamado Buffalo Gum, que não chegou a ser produzido.

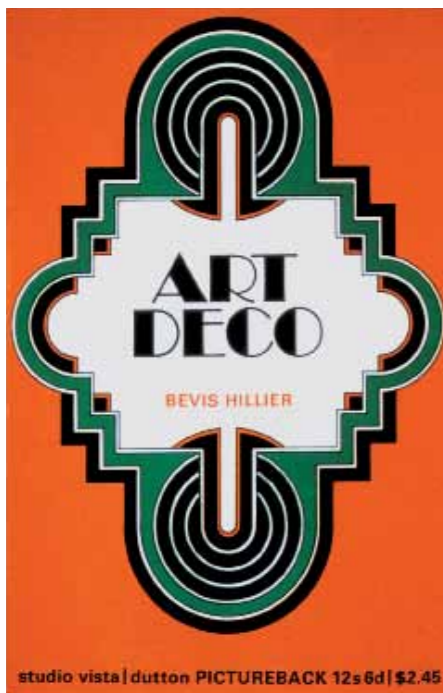
O termo "estilo *Push Pin*" começou a ser amplamente empregado em referência ao trabalho e à influência do estúdio, que se espalhou pelo mundo. Outros designers e ilustradores foram contratados além de Glaser e Chwast, e vários desses jovens, que depois passaram a trabalhar como autônomos ou assumiram outros empregos, ampliaram os limites da estética *Push Pin*. O enfoque *Push Pin* é menos um conjunto de convenções visuais, ou uma unidade de técnicas ou imagens, que uma atitude em relação à comunicação visual, uma abertura quanto a experimentar novas formas e técnicas, bem como reinterpretar trabalhos de períodos anteriores e uma capacidade para integrar palavra e imagem.

No final dos anos 1960 e início dos anos 1970, o então jovem e influente designer gráfico Barry Zaid (n. 1939) integrou o *Push Pin* durante alguns anos. Canadense que na faculdade se especializou inicialmente em arquitetura e depois em inglês antes de

21.27 Seymour Chwast, projetos de tipos *display*. Chwast repete alegremente formas vitorianas, *art nouveau*, *arte op* e *art déco*.



21.24 Seymour Chwast, capa de disco para *The Threepenny Opera*, 1975. Inspirações diversas se combinam para captar a ressonância da renomada peça alemã.



21.28 Barry Zaid, sobrecapa para o livro *Art Deco* de Bevis Hillier, 1970. A geometria decorativa dos anos 1920 é reinventada no contexto das sensibilidades de meio século depois.

tornar-se designer gráfico e ilustrador autodidata, Zaid trabalhou em Toronto e depois em Londres antes de ingressar no estúdio Push Pin. Como arqueólogo que baseava seu trabalho num estudo meticuloso da linguagem gráfica de épocas anteriores, Zaid se tornou uma força importante no revivalismo e no historicismo desse período. Foi particularmente importante na retomada das formas geométricas decorativas do *art déco* dos anos 1920 [21.28, 21.29], como a sobrecapa do livro de 1970, *Art Deco*, do historiador da arte inglês Bevis Hillier. O historicismo de Zaid não se reduzia à imitação de formas nostálgicas, uma vez que sua organização espacial, escala e cores eram atuais.

Entre os outros ilustradores e designers que passaram pelo Push Pin Studios, James McMullan (n. 1934) revitalizou a aquarela, técnica que nas artes plásticas e na ilustração perdia apenas para a pintura a óleo, mas que vinha passando por um declínio, e a restaurou como meio de expressão gráfica. McMullan alcançou destaque durante os anos 1960 com vigorosas ilustrações a traço e aquarela que em geral combinavam imagens múltiplas com mudanças marcan-

21.29 Barry Zaid, capa para a *Vogue* australiana, 1971. São evocadas as formas geométricas arredondadas de Léger e a arte figurativa modernista.



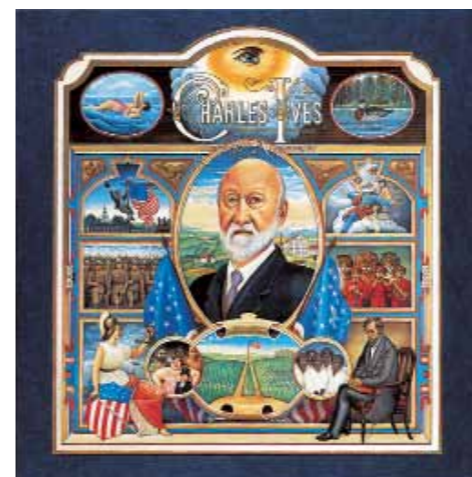
tes na profundidade e na escala. Entrando nos anos 1970, a técnica de aquarela de McMullan tornou-se cada vez mais magistral, e ele desenvolveu um enfoque foto-documental que enfatizava os detalhes e o realismo. Ao mesmo tempo, porém, afirmava-se uma preocupação com o projeto total, e McMullan começou a fazer da tipografia fluida um componente importante de suas imagens. Em seu cartaz de 1977 para a peça de Eugene O'Neill *Anna Christie* [21.30], o retrato solitário de uma figura sentada em um interior é combinado a uma cena marítima. A imagem dual comunica o contexto da peça e ao mesmo tempo cria uma interação espacial envolvente.

Outro egresso do Push Pin que evoluiu rumo a um enfoque do projeto total é Paul Davis (n. 1938), que figurou inicialmente na *Push Pin Graphic* com uma série de figuras primitivas pintadas em painéis ásperos de madeira com alvos sobrepostos. A partir daí, Davis avançou para um estilo de pintura detalhado que extraía inspiração da arte colonial norte-americana. Tornou-se mestre do naturalismo meticuloso;

as silhuetas sólidas de suas formas projetam peso e volume convincentes. Como McMullan, Davis muitas vezes se envolveu numa integração entre imagem e palavras. Seu trabalho demonstra grande inventividade em relacionar retratos delicados com fundos cenográficos e tipografia expressiva [21.31].

A escola Push Pin de ilustração e design gráfico apresentava uma alternativa à ilustração narrativa do passado, à orientação matemática e objetiva, com ênfase na tipografia e na fotografia, do Estilo Tipográfico Internacional, e às preocupações formais da escola de Nova York. Cálidos, amistosos e acessíveis, os trabalhos do Push Pin projetam vitalidade com cores luxuriantes e referências explícitas. Embora não formalmente associado ao estúdio Push Pin, o designer gráfico Richard Hess (1934-1991) voltou-se para a ilustração e desenvolveu uma técnica de pintura estreitamente ligada ao trabalho de Paul Davis. Hess tinha uma inclinação mais forte que Davis para o surrealismo e era inspirado pelas ilusões espaciais de René Magritte. Um conhecimento do folclore e da iconografia norte-americana do século XIX permitiu a Hess produzir uma série de imagens que captavam minuciosamente a essência desse período anterior [21.32].

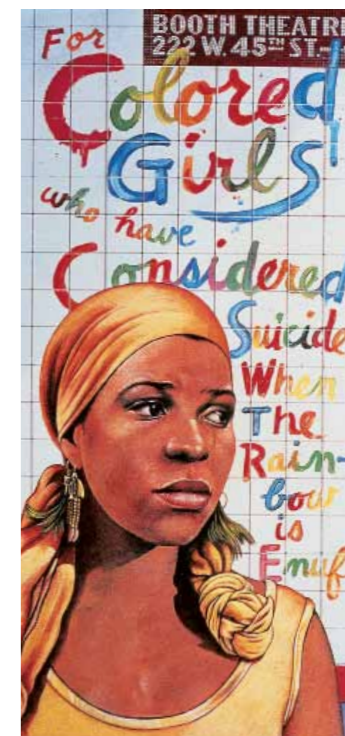
O grupo Push Pin não mantinha monopólio sobre a imagem conceitual nos Estados Unidos, pois vários designers autônomos tinham outros enfoques pessoais para solucionar problemas de comunicação ao mesmo tempo que combinavam o tradicional papel



21.32 Henrietta Condak (diretora de arte) e Richard Hess (ilustrador), capa de disco para *Charles Ives: The 100th Anniversary* (Charles Ives: centenário), 1974. A formatação de cartaz vitoriano emoldura imagens da época do compositor.



21.30 James McMullan, cartaz *Anna Christie*, 1977. McMullan frequentemente chama a atenção para as propriedades físicas do meio; o fundo vermelho se transforma em pinceladas e depois em letras.



21.31 Paul Davis, cartaz para *For Colored Girls* (Para moças negras), 1976. O ambiente urbano é evocado por um título semelhante ao grafite e pelo mosaico de sinalização de teatro presente nas estações de metrô.



21.33 Arnold Varga, anúncio de jornal para Joseph P. Horne, c. 1966. Evocam-se as alegrias da comida e da cozinha. (Reproduzido de uma prova, não aparecem a marca da Horne e o texto impressos na parte inferior da página.)

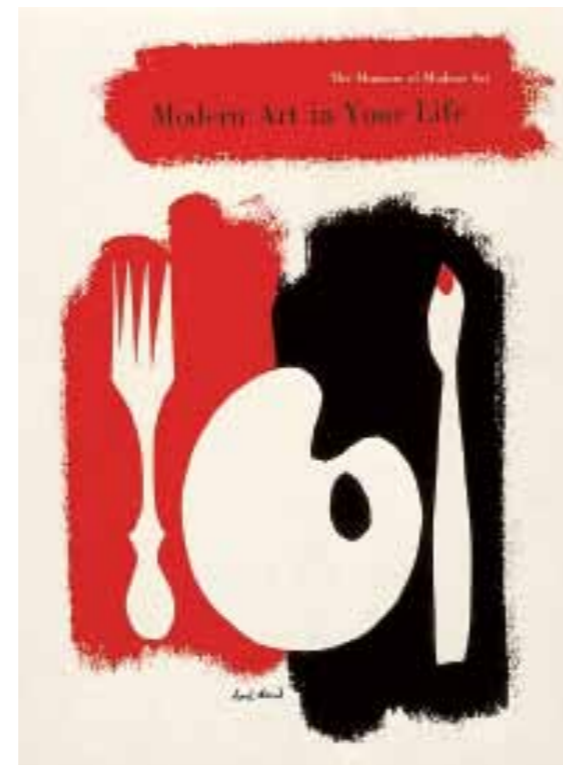
de conceitualização e leiaute, do designer gráfico, com o de produção de imagens, do ilustrador. Um desses designers, Arnold Varga (1926-1994), praticamente reinventou o anúncio em jornal. Varga começou a atuar em 1946. A partir de meados dos anos 1950, seus anúncios para duas lojas de departamentos de Pittsburgh, a Joseph P. Horne & Co. e a Cox's, transformaram essa forma normalmente prosaica de design visual em peças de comunicação memoráveis. Muitos de seus anúncios usavam espaço em branco e títulos cuidadosamente integrados com ilustrações grandes e simples para quebrar o cinza monótono da página de jornal. Imagens seriadas com figura e legenda, como o anúncio da mercearia *gourmet* para Joseph P. Horne [21.33], obtiveram notável resposta do público – as pessoas chegaram a comprar o anúncio e pendurá-lo na parede!

Designers como Paul Rand, Lou Danziger, Herbert Leupin e Raymond Savignac também incorporaram a técnica de criar uma imagem central para comunicar ideias visuais por meio da união de dois símbolos gerando uma “imagem fundida”. Era um meio de combinar forma e conteúdo e assim criar imagens prestantes para capas de livros, cartazes e anúncios.

O projeto de capa de Paul Rand para *Modern Art in Your Life* (Arte moderna na sua vida) [21.34] funde o

contexto de uma refeição doméstica com ferramentas de artistas numa única imagem, uma metáfora visual para comunicar com inteligência e reforçar o conteúdo do título. Lou Danziger combina a bandeira dos Estados Unidos e o pincel de um artista [21.35] para criar uma imagem memorável para a pintura norte-americana no Metropolitan Museum of Art. Tubos de tinta se convertem em arranha-céus [21.36], tornando-se uma capa para *The New York School: The First Generation* (Escola de Nova York: a primeira geração). O anúncio do cartaz de Herbert Leupin para a *Tribune de Lausanne* [21.37] combina o jornal com o bule de café para sugerir notícias oportunas a cada manhã. O cartazista francês Raymond Savignac (1907-2002) cria um cartaz publicitário bem-humorado para Gitanes usando cigarros como confete e alternando as cores da figura e do fundo [23.38] para comunicar a ideia de noite e dia.

Designers e diretores de arte convocam a gama inteira de possibilidades de produção de imagens para transmitir conceitos e ideias. Isso se aplica par-

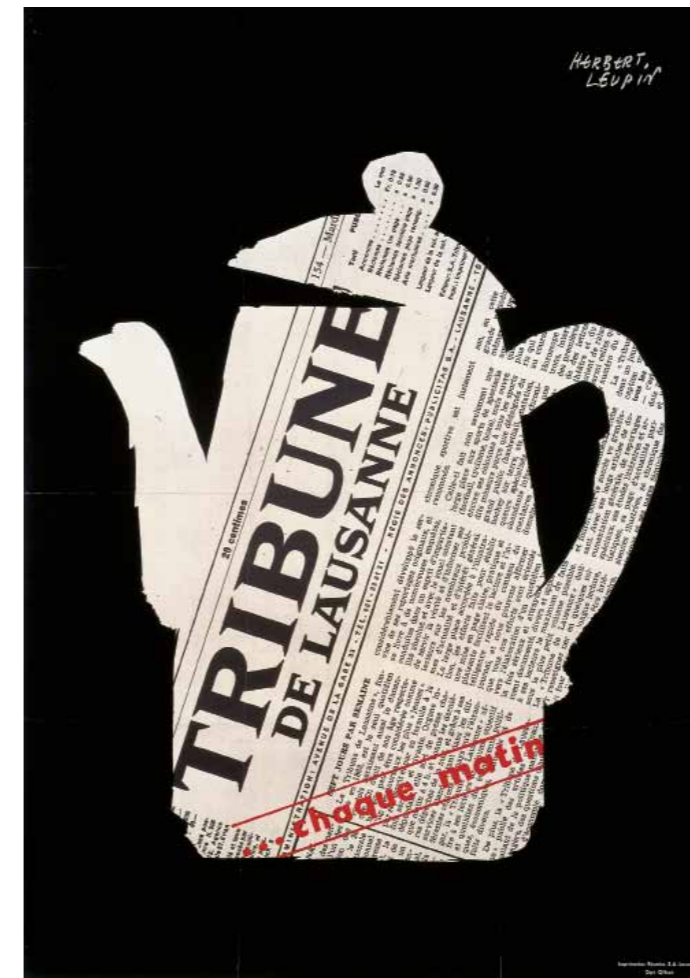


21.34 Paul Rand, projeto de capa de *Modern Art in Your Life*, 1949. Com essa publicação do MOMA, Rand faz a arte moderna parecer tão acessível quanto uma refeição diária. Como acertadamente afirmou Steven Heller em sua magnífica biografia de Rand, publicada em 1999: “As sobrecapas e capas de Rand eram minitelas e minicartazes. Ele compunha a área limitada da imagem de modo a obter impacto máximo”.



21.35 Lou Danziger, cartaz “American Paintings from the Metropolitan Museum of Art” (Pinturas norte-americanas do Metropolitan Museum of Art), 1966.

21.36 Lou Danziger, cartaz “New York School, The First Generation” (Escola de Nova York, a primeira geração), 1966.



21.38 Raymond Savignac, cartaz para Gitanes, 1954.

21.37 Herbert Leupin, cartaz para *Tribune de Lausanne*, 1955.



21.39 John Berg, capa de disco para *William Tell Overture*, 1963. Na “nova publicidade”, a complexa organização visual era substituída pela simples apresentação de um conceito.

21.40 John Bert (diretor de arte) e Virginia Team (designer), capa de disco para *Byrdsmaniax* dos Byrds, 1971. Uma imagem enigmática transcende o retrato habitual, e rostos parecidos com máscaras emergem de um fluido oleoso.

21.41 Woody Pirtle, logotipo para o Mr. e Mrs. Aubrey Hair, 1975. Nesse trocadilho gráfico, o pente e a palavra “hair” (cabelo) grafada em seus dentes remetem ao nome do cliente.



ticularmente a designers gráficos que trabalham na indústria fonográfica. Arte e música compartilham um idioma comum de expressão e experiência. As mesmas palavras (ritmo, textura, tom, cor e ressonância) são usadas para transmitir as dimensões perceptuais e espirituais tanto das experiências visuais como das auditivas.

A equipe de design da CBS Records operava na linha de frente da interpretação gráfica da música. A imagem conceitual surgiu como uma tendência importante no design de capas de discos durante o início dos anos 1960, depois que Bob Cato (1923-1999) se tornou chefe do departamento de criação e contratou John Berg (n. 1932), diretor de arte na CBS's Columbia Records até 1984. Fotos de músicos se apresentando e retratos de compositores deram lugar a imagens mais simbólicas e conceituais, como na capa de Berg para o disco da Orquestra Filarmônica de Nova York *William Tell Overture* (Guilherme Tell Abertura) [21.39]. Durante duas décadas, Berg e sua equipe extraíram o máximo do grande formato de 961 centímetros quadrados dos discos *long-play* de vinil que precederam a tecnologia dos CDs. O diretor de arte passou a conceber conceitos visuais e a colaborar com ilustradores e fotógrafos para expressar graficamente a experiência

21.42 Woody Pirtle, cartaz para os móveis Knoll, 1982. Uma pimenta se torna uma poltrona vermelha e verde, simbolizando a disponibilidade de mobília “quente” da Knoll no Texas.



musical. O fantástico, o real e o surreal se juntaram ao clássico e ao ousado no repertório gráfico da Columbia Records [21.40].

Imagens figurativas, conceituais e a influência do Push Pin Studios muitas vezes se mesclaram com motivos e cores do Velho Oeste, do México e dos nativos norte-americanos numa escola regional de design gráfico que surgiu no Texas durante os anos 1970 e ganhou força nos anos 1980. Alto nível de percepção estética, cordialidade franca e forte senso de humor caracterizam o design gráfico do estado texano. Abordagens intuitivas na solução de problemas são combinadas com uma ênfase pragmática no conteúdo. Os designers do Texas reconhecem a importância de Stan Richards (n. 1932), chefe do Richards Group em Dallas, como figura catalisadora na ascensão de seu estado como centro importante de design. O traba-



lho de Woody Pirtle (n. 1943), um dos muitos designers importantes do Texas que nos anos de formação trabalharam para Richards, sintetiza a originalidade das artes gráficas texanas. Seu logotipo para o Mr. and Mrs. Aubrey Hair [21.41] evidencia uma espiritualidade inesperada, enquanto seu cartaz da “hot seat” (cadeira quente) da Knoll [21.42] combina ironicamente o sóbrio tipo Helvetica e o generoso espaço em branco do modernismo com a iconografia regional. Em 1988, Pirtle ingressou no escritório em Manhattan do estúdio britânico de design Pentagram.

Os anos 1980 viram o design gráfico se tornar uma verdadeira profissão nacional nos Estados Unidos. Excelentes profissionais surgiram em todo o país, muitas vezes distantes dos centros tradicionais. A revista *Print*, o periódico do design gráfico norte-americano fundado em 1940, instituiu um anuário regional em 1981 para acompanhar a emergente disseminação da disciplina.



21.43 Wes Wilson, cartaz de concerto para The Association, 1966. O lettering se torna uma imagem, simbolizando uma mudança nos valores culturais e geracionais.

21.44 Wes Wilson, cartaz de concerto para o Grateful Dead, Junior Wells Chicago Blues Band e The Doors, 1966. O desenho feito à mão livre é impresso em cores intensamente vibrantes.

A MANIA DOS CARTAZES

Em contraste com os cartazes poloneses do pós-guerra, que eram patrocinados pelas agências do governo como forma cultural do país, a moda dos cartazes nos Estados Unidos durante os anos 1960 foi uma atividade de raízes populares fomentada por um clima de militância social. O movimento dos direitos civis, o protesto público contra a Guerra no Vietnã, os primeiros avanços do movimento de liberação das mulheres e uma busca por estilos de vida alternativos figuraram entre as agitações sociais da década. Cartazes do período eram pendurados nas paredes dos apartamentos com mais frequência do que eram afixados nas ruas, e estavam mais voltados às declarações de pontos de vista sociais do que à difusão de mensagens comerciais. A primeira onda de cartazes surgiu da subcultura *hippie* do final dos anos 1960 centrada no bairro Haight-Ashbury, de San Fran-

cisco. Como a mídia e o público em geral associavam esses cartazes a valores *antiestablishment*, ao *rock* e às drogas psicodélicas, eles eram chamados de *cartazes psicodélicos* [21.43].

O movimento gráfico que expressava esse clima cultural se valia de uma série de recursos: as curvas fluidas e sinuosas do *art nouveau*, a intensa vibração ótica de cores associada ao breve movimento *op*, popularizado por uma exposição no MOMA, e a reciclagem de imagens oriundas da cultura popular mediante a manipulação (como a redução de imagens ao alto contraste de preto e branco) que vigorava na arte *pop*.

Muitos dos artistas iniciais desse movimento eram autodidatas e seus principais clientes eram os promotores de concertos de *rock* e festas. As festas nos anos 1960 eram experiências perceptuais intensas de música barulhenta e espetáculos de luz que dissolviam o ambiente em campos pulsantes de cores e raios estroboscópicos. Essa experiência era graficamente

traduzida nos cartazes pela utilização de formas em redemoinho e letras arqueadas e distorcidas até a quase ilegibilidade, frequentemente impressas em cores complementares de valor próximo. Um cartaz para o Grateful Dead [21.44] de Robert Wesley “Wes” Wilson (n. 1937) contém linhas e letras sinuosas, que são variantes do *art nouveau* de Alfred Roller. Wilson foi o inovador do estilo cartaz psicodélico e criou muitas das imagens mais fortes desse estilo. Segundo os jornais, empresários respeitáveis e inteligentes eram incapazes de compreender os *letterings* desses cartazes, embora se comunicassem com desenvoltura suficiente para lotar auditórios de uma geração mais jovem que decifrava, e não apenas lia, a mensagem. Entre outros membros destacados desse breve movimento estavam o Kelly/Mouse Studios e Victor Moscoso (n. 1936), o único artista importante do movimento com educação artística formal [21.45, 21.46].

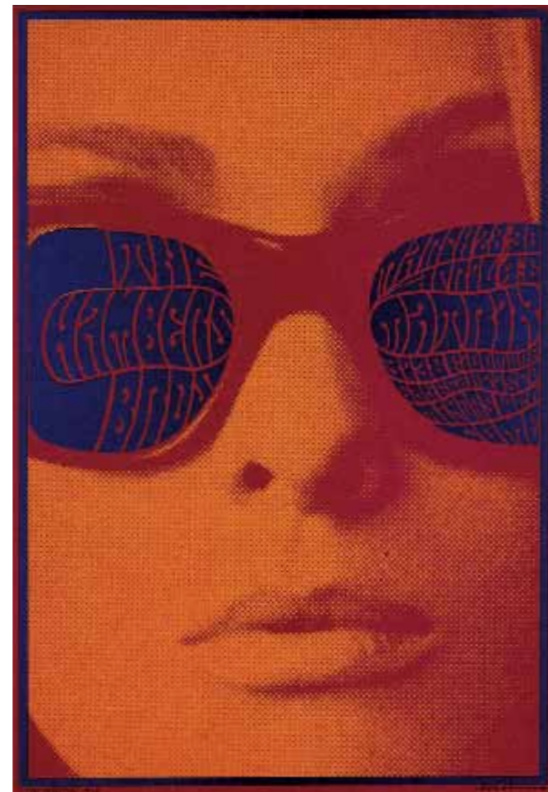
Alguns aspectos do movimento do cartaz psicodélico foram usados pelo designer nova-iorquino



direção pessoal e operar como forças criativas independentes, com controle total sobre o trabalho. Natural do Oregon, Goines teve interesse precoce por caligrafia, que floresceu em um estudo sério e formal na Universidade da Califórnia, em Berkeley. Aos 19 anos foi expulso da universidade por sua participação no movimento pela liberdade de expressão* e foi aprendiz de tipógrafo na radical Berkeley Free Press, onde escreveu, imprimiu e encadernou um livro sobre caligrafia. Quando a Berkeley Free Press faliu, em 1971, Goines a comprou, rebatizou-a de Saint Hieronymus Press e continuou a imprimir e publicar livros enquanto desenvolvia seu estilo de cartaz. A impressão em *offset* e o design gráfico se integram em seu trabalho, tornando-se um meio de expressão pessoal e comunicação pública. Ele concebia, ilustrava e fazia manualmente as letras dos cartazes, confeccionava os negativos e as chapas e depois operava a prensa para imprimir a edição. Esse designer zeloso e culto desenvolveu um estilo singular, que integra diversas

21.47 Peter Max, cartaz “Love”, 1970. A técnica de serigrafia em íris [várias cores aplicadas em uma única tela] de Max resultou em cores que liricamente se fundem.

* O *Free speech movement* começou na Universidade da Califórnia em 1964, quando centenas de estudantes protestaram contra a prisão de um colega que militava pelos direitos civis. [N.E.]

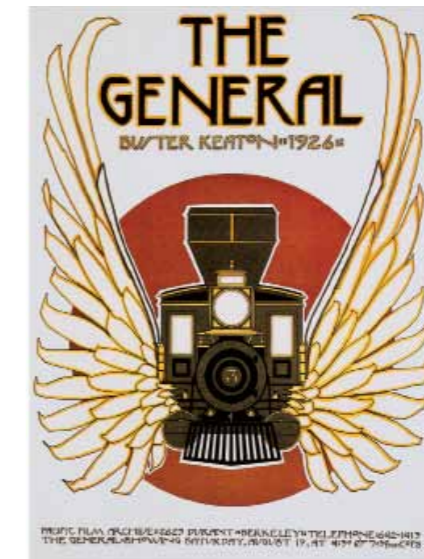


21.45 Victor Moscoso, cartaz para os Chambers Brothers, 1967. Os contrastes das cores vibrantes e a tipografia da Secessão Vienense nos óculos sugerem a cultura das drogas do período.

21.46 Victor Moscoso, cartaz de concerto da Miller Blues Band, 1967. A figura feminina nua e pulsante no centro do cartaz expressa a desinibição dos anos 1960.

Peter Max (n. 1937) cujos trabalhos ficaram extremamente populares. Em sua série de cartazes do final dos anos 1960, os aspectos *art nouveau* da arte psicodélica foram combinados com imagens mais acessíveis e cores mais suaves. Uma de suas imagens mais famosas, o desenho “Love” (Amor) de 1970 [21.47], combinava a linha orgânica fluida do *art nouveau* com o contorno espesso e duro dos quadrinhos e da arte *pop*. Em seu melhor trabalho, Max fez experiências com imagens e técnicas de impressão. Seus cartazes e produtos, de canecas a camisetas e relógios, ofereciam uma versão mais palatável da arte psicodélica e encontravam grande público entre os jovens de todo o país. Depois que a mania dos cartazes chegou ao seu pico no início dos anos 1970, exemplos criativos dessa arte retiraram-se para o *campus* das universidades, um dos poucos ambientes ainda para pedestres nos Estados Unidos. Como as universidades patrocinam grande número de eventos, o *campus* é o local ideal para a comunicação por cartazes.

David Lance Goines (n. 1945) demonstra que, mesmo na era de superespecialização do final do século xx, é possível a artistas e artesãos isolados definir uma

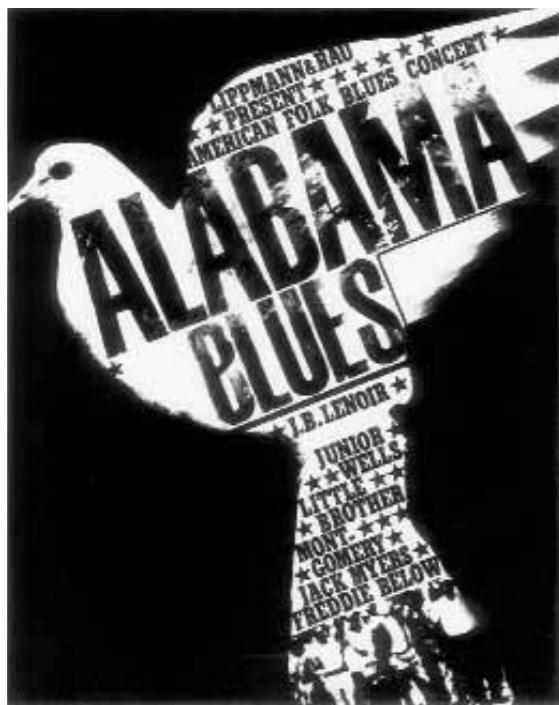


fontes de inspiração. Composição simétrica, traçado sintético, planos estáticos de cores chapadas e faixas sutis margeando os contornos das formas caracterizam seus projetos de cartaz [21.48].

Durante a conservadora década de 1980, marcada pela disparidade econômica entre ricos e pobres, indi-

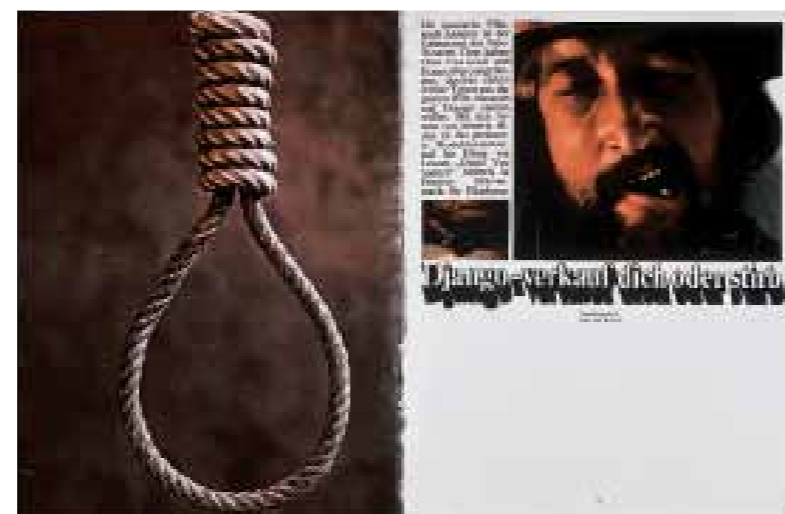
21.48 David Lance Goines, cartaz de projeção de um clássico do cinema, 1973. O caráter direto de imagem e composição ganha distinção gráfica a partir de um senso poético de cor e traçado.

21.49 Gunther Kieser, cartaz do concerto Alabama Blues, 1966. Este anúncio se torna um símbolo poderoso do anseio por liberdade e justiça contido na música.



21.51 Willy Fleckhouse (diretor de arte), capa para *Twen*, 1970. Comunicações gráficas frequentemente se tornam símbolos políticos no conflito entre gerações e sistemas de valores alternativos.

21.52 Willy Fleckhouse (diretor de arte), páginas de *Twen*, 1970. Corte inteligente, fotografia sangrada e espaço em branco criam um leiaute dinâmico e expansivo.



ferença com o meio ambiente e limitada militância social, muitos cartazes nos Estados Unidos foram produzidos como objetos de decoração. Fotos ou pinturas tornaram-se cartazes pois, em vez de reproduções diretas da obra, era acrescentado o nome do artista, e frequentemente um título – em geral com letras spacejadas em tipos versais elegantes. Eles eram vendidos em lojas especializadas e de departamentos. Entre os temas típicos havia flores, carros esportivos e frutas, apresentados contra fundos simples com bela composição e iluminação.

POETAS VISUAIS NA EUROPA

A poesia já foi definida como a reunião de elementos díspares para criar uma experiência nova ou evocar uma reação emocional inesperada. Na Europa, a partir dos anos 1960 e continuando até a década de 1990, surgiu uma abordagem poética do design gráfico baseada na colagem, na montagem e nas técnicas fotográficas e fotomecânicas. Os poetas gráficos esticavam o tempo e a tipografia, fundiam e faziam flutuar objetos e fraturavam e fragmentavam imagens de um modo às vezes perturbador, mas sempre envolvente. O conservador, o tradicional e o previsível eram rejeitados por esses designers, que definiam o processo da criação não como arranjos ou construção de formas, mas como a invenção de imagens inespe-



radas para transmitir ideias ou sentimentos. Público e clientes receptivos a essa postura aderiram a suas capas de livros e discos, projetos de revistas e cartazes para concertos, televisão e rádio.

Um mestre alemão desse movimento é Gunther Kieser (n. 1930), que iniciou sua carreira como *freelancer* em 1952. Kieser junta imagens ou ideias e estabelece uma nova vitalidade, outro arranjo ou síntese de objetos díspares. Seu cartaz do concerto Alabama Blues combina duas fotos, uma pomba e uma manifestação pelos direitos civis, com *lettering* inspirado pelos tipos de madeira do século XIX [21.49]; esses elementos diversos atuam em harmonia para compor uma poderosa expressão. As afirmações poético-visuais de Kieser sempre têm uma base racional, que vincula formas expressivas a conteúdo comunicativo. É essa capacidade que o separa dos profissionais de design que usam a fantasia ou o surrealismo mais como fim do que como meio.

No final dos anos 1970 e início dos 1980, Kieser começou a elaborar imagens fantásticas que são convincentemente reais. Os transeuntes interrompem o trajeto diante dos enormes cartazes com fotos coloridas para verificar se não estavam tendo alucinações. Num cartaz para o Festival de Jazz de Frankfurt de 1978 [21.50], Kieser e seu fotógrafo fazem o tronco de uma árvore assumir a forma de um trompete.



Lançado em Munique em 1959, o periódico alemão *Twen*, cujo nome – derivado da palavra inglesa *twenty* (vinte) – indicava a faixa etária de jovens sofisticados a quem a revista era dirigida, apresentava excelente fotografia usada em leiautes dinâmicos pelo diretor de arte Willy Fleckhouse (1925-1983). Com um dom para cortar imagens e usar tipografia e espaço em branco de maneiras inesperadas, ele fez das páginas corajosas e desinibidas de *Twen* um marco no design editorial. Enquanto a tradição de Brodovitch era sem dúvida um recurso para Fleckhouse, a dinâmica de escala, espaço e imagens poéticas em *Twen* compunha uma expressão provocadora e original [21.51, 21.52].

Um dos mais inovadores produtores de imagem do design do final do século XX é Gunter Rambow (n. 1938), de Frankfurt, que frequentemente colaborou com Gerhard Lienemeyer (n. 1936) e Michael van de Sand (n. 1945). Nos projetos de Rambow, a fotografia passa por manipulação, maquiagem, montagem e aerógrafo para converter o comum em extraordinário. Imagens cotidianas são combinadas ou deslocadas e depois impressas como imagens documentais objetivas, em preto e branco, gerando uma expressão metafísica original de poesia e profundidade. Numa série de cartazes encomendados pela editora de livros de Frankfurt S. Fischer-Verlag, para distribuição anual a partir de 1976 [21.53], o livro é usado como objeto

21.50 Gunther Kieser (designer) e Hartmann (fotógrafo), cartaz do Festival de Jazz de Frankfurt, 1978. Criações simbólicas são disseminadas por meio de fotos de objetos escultóricos.

21.53 Gunter Rambow (designer/fotógrafo) e Michael van de Sand (fotógrafo), cartaz da S. Fischer Verlag, 1976. A portabilidade do livro é traduzida de maneira notável.

21.54 Gunter Rambow (designer/fotógrafo) e Michael van de Sand (fotógrafo), cartaz da S. Fischer-Verlag, 1980. O livro e o conceito de leitura como janela para o mundo ganham intensidade com a luz solar que se irradia deste volume.



21.55 Gunter Rambow (designer/fotógrafo), Gunter Rambow e Gerhard Lienemeyer (tipógrafos), cartaz para a peça *Antigone* (Antígona), 1978. Emoção e isolamento são transmitidos pela cadeira em chamas fotografada no crepúsculo de um ângulo de visão baixo.



21.56 Gunter Rambow, cartaz para a peça *Die Hamletmaschine*, 1980. Uma sensação arrepiante de anonimato é produzida por esse ato de autovandalismo.



21.57 Gunter Rambow, cartaz para *Othello*, 1978. O emocional da peça é expresso por uma imagem dentro de uma imagem: um cartaz esfarrapado pendurado numa cerca de arame defronte a um lúgubre conjunto habitacional.



21.58 Gunter Rambow (designer/fotógrafo) e Michael van de Sand (fotógrafo), cartaz de teatro para *Südafrikanisches Roulette*, 1988. Uma mão enfaixada com uma mancha de sangue na forma da África transmite o *páthos* do sofrimento e da revolução.

simbólico, alterado e transformado para compor afirmações sobre si mesmo: um livro gigante que emerge da multidão, evocando seu potencial comunicativo; ou a capa de um livro como porta ou janela que se abrem para um mundo de conhecimentos novos [21.54]. Esses anúncios metafísicos e simbólicos não carregam informações textuais além da marca e do nome do cliente, entregando ao público de redatores e editores antes um fenômeno visual, marcante e provocativo, que uma mensagem de vendas.

Rambow muitas vezes impregna fotos convencionais de um sentido de magia ou mistério [21.55] e usa colagem e montagem como meio de criar uma realidade gráfica. As imagens são alteradas ou combinadas e então refotografadas. No cartaz de 1980 para a peça *Die Hamletmaschine* (A máquina de Hamlet) [21.56], a foto de uma parede foi colocada sob a foto de um homem em frente dela, depois parte da foto de cima foi rasgada. A imagem final refotografada apresenta ao espectador uma impossibilidade desconcertante. Em outro cartaz, para a peça *Othello*, a imagem parece ser capaz de autodestruição – parece possuir a capacidade existencial de negar a si mesma [21.57]. A força icônica de suas imagens pode ser vista no cartaz de teatro *Südafrikanisches Roulette* (Roleta sul-africana) [21.58], concebido por Rambow e fotografado por ele e Van de Sand.

Durante os anos 1960, os escritores e designers gráficos do mundo inteiro se assombraram e encantaram com a tipografia experimental do designer francês Robert Massin (n. 1925), que projetou edições de poesia e peças para a editora francesa Gallimard. Quando jovem, Massin foi aprendiz de escultor, gravador e abridor de letras com seu pai. Não buscou instrução formal em design gráfico, mas foi aprendiz do designer tipográfico Pierre Faucheux. Em suas configurações dinâmicas e uso de letras como forma visual concreta, o trabalho de Massin possui afinidades com a tipografia futurista e dadaísta, mas sua intensificação tanto do conteúdo literário narrativo como da forma visual numa unidade coesa é única.

Os projetos de Massin para as peças de Ionesco combinam as convenções figurativas da história em quadrinhos com o sequenciamento e o fluxo visual do cinema. O drama de *La Cantatrice chauve* (A can-

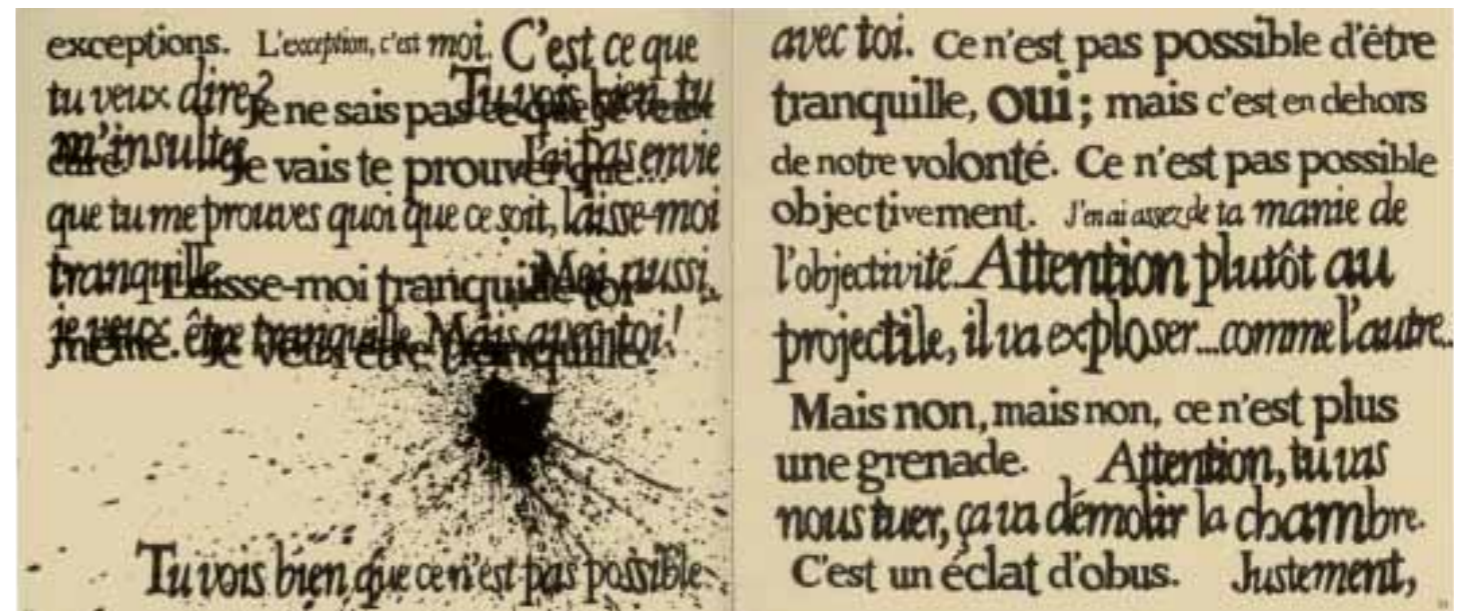
tora careca) é representado pelas fotos em alto-contraste de Henry Cohen [21.59]. Cada personagem tem um tipo atribuído a sua fala [21.60] e é identificado não pelo nome, mas por um pequeno retrato. Massin criou uma tipografia figurativa sem precedentes [21.61], como o arranjo explosivo que retrata uma grande discussão da peça [21.62], por meio da impressão tipográfica em lâminas de borracha que eram torcidas e esticadas e finalmente reproduzidas fotograficamente em alto-contraste. Vitalidade visual, tensão e confusão adequadas ao texto são traduzidas graficamente. Em seu projeto para *Délire à deux* (Delírio a dois) de Ionesco, as palavras se tornam imagem expressionista [21.63]. Suas manipulações de tipografia anteciparam as possibilidades espaciais inerentes à computação gráfica dos anos 1980. Seus muitos anos de pesquisa sobre as letras e sua história resultaram no importante livro de 1970, *La Lettre et l'image* (Letra e imagem), que explora as propriedades figurativas e gráficas do design de alfabetos ao longo dos séculos.

Durante os movimentos estudantis de maio de 1968 em Paris, as ruas foram tomadas por cartazes, a maioria feita à mão por amadores. Três jovens designers gráficos, Pierre Bernard (n. 1942), François Miehe (n. 1942) e Gerard Paris-Clavel (n. 1943), estavam profundamente envolvidos na política radical da época. Bernard e Paris-Clavel tinham passado um ano na Polônia estudando com Henryk Tomaszewski, que incentivava a atitude de unir a arte à cidadania. Seu ensino advogava rigor intelectual e lúcida convicção pessoal sobre o mundo. Esses três jovens designers acreditavam que a publicidade e o design estavam voltados para a criação de demandas artificiais a fim de maximizar lucros e, por isso, uniram forças para dirigir sua atividade mais para fins políticos, sociais e culturais que comerciais. Procurando abordar as necessidades humanas reais, formaram o estúdio Grapus em 1970 para realizar essa missão. O Grapus era um coletivo; um intenso diálogo ocorria sobre o sentido e os meios de cada projeto. Seu ponto de partida para a solução de problemas era uma análise metódica e discussão prolongada sobre conteúdo e mensagem. Os aspectos mais significativos do problema e o cerne da mensagem eram determinados e em seguida se buscava sua expressão gráfica. (Na-



21.59 a 21.62 Robert Massin (designer) e Henry Cohen (fotógrafo), capa e páginas duplas de *La Cantatrice chauve*, de Eugène Ionesco, 1964. A franqueza figurativa dos quadrinhos é combinada com a tipografia expressiva da poesia futurista.

21.63 Robert Massin, páginas de *Délire à deux*, de Eugène Ionesco, 1966. As palavras saltam, correm, se sobrepõem e borram em manchas de tinta em uma homenagem caligráfica às ideias surreais, sem caráter representativo, de Ionesco, mestre do teatro do absurdo.



quele tempo, os radicais franceses de esquerda eram chamados *crapules staliniennes* [crápulas stalinistas]. Essa expressão foi fundida com a palavra *gráfico* para produzir o nome do grupo.)

O Grapus preferia os símbolos universais com sentidos facilmente compreensíveis: mãos, asas, sol, lua, terra, fogos de artifício, sangue e bandeiras. O refinamento tipográfico e o acabamento técnico cediam lugar a títulos escritos à mão e rabiscos, criando uma vitalidade e energia cruas. Muitas vezes, uma paleta de cores primárias era escolhida por seu intenso poder gráfico.



O Grapus era motivado pela dupla meta de realizar mudança social e política e ao mesmo tempo empenhar-se em concretizar os impulsos artísticos. Um cartaz de 1982 [21.64] para uma exposição de seus próprios trabalhos gráficos apresenta uma figura central segurando uma seta com letras recortadas. Saltando para o espaço numa mola como a das caixas de surpresas, desdobra um surpreendente conjunto

de ícones culturais: o onipresente rosto amarelo sorridente, as orelhas do camundongo Mickey, o cabelo e o bigode de Hitler. Um olho traz a foice e o martelo, símbolos que remetem ao comunismo; o outro tem as três cores da França, e uma pequena antena de televisão brota do topo de sua cabeça. O Grapus gerou muitos imitadores. A verve chocante de suas formulações, especialmente a informalidade dinâmica de sua organização espacial e *lettering* casual, semelhante ao das pixações, foi copiada pela publicidade da época.

O CARTAZ NOS PAÍSES DO TERCEIRO MUNDO

Do fim da Segunda Guerra Mundial até o desmantelamento da Cortina de Ferro em 1989, as nações industrializadas formavam dois grupos: as democracias capitalistas da Europa Ocidental, América do Norte e Japão, e o bloco comunista liderado pela União Soviética. As nações emergentes da América Latina, Ásia e a África foram chamadas de Terceiro Mundo. Nas lutas sociais e políticas, ideias em geral são armas, e o cartaz é um veículo importante para disseminá-las. Nesses países, num período em que o acesso a jornais, rádio e televisão era limitado, o cartaz foi muitas vezes usado com a intensidade e a frequência dos cartazes europeus à época da Primeira Guerra Mundial.

Nesse contexto, os cartazes se tornam veículos para desafiar a autoridade e expressar discordância e escapar à censura tradicional do governo, das empresas e dos jornais. Alguns são expressões espontâneas, arte popular crua, produzida por mãos inexperientes, enquanto outros são criados por artistas consumados. Em ambos os casos, os artistas/preconizadores que criam tais cartazes possuem uma intenção e buscam alterar as perspectivas dos espectadores.

Os cartazes nos países do Terceiro Mundo se dirigem a dois públicos: em sua terra natal, atacam questões políticas e sociais, motivando as pessoas para a luta; há também um público secundário, nas democracias industrializadas, onde distribuidores como a Liberation Graphics em Alexandria, Virgínia, distribuem os cartazes entre pessoas engajadas nas questões internacionais.



21.65 Raul Martinez, cartaz de homenagem ao povo cubano, c. 1970. Os líderes e trabalhadores são retratados com animação em um desenho no estilo dos quadrinhos e em cores vivas, intensas.

Cuba se tornou um centro importante para o design de cartazes depois que a força revolucionária liderada por Fidel Castro derrotou o regime de Fulgêncio Batista no Dia do Ano-Novo em 1959. Nos dois anos seguintes, o curso marxista do país levou a uma ruptura completa das relações diplomáticas com os Estados Unidos e a uma estreita associação com o bloco soviético. As artes criativas haviam sido praticamente ignoradas no regime de Batista, mas três reuniões em junho de 1961 possibilitaram que artistas e escritores se encontrassem com o regime de Fidel Castro para estimular um mútuo entendimento. Na reunião final, no dia 30 de junho, Fidel Castro proferiu seu longo discurso “Palavras aos Intelectuais”, definindo sua política em relação às artes. Ele assegurou aos artistas e escritores “que a liberdade da forma deve ser respeitada”, mas a liberdade de conteúdo era vista como uma questão mais sutil e complexa. Ele disse que os artistas e intelectuais “podem encontrar na Revolução um lugar para trabalhar e criar, um lugar onde seu espírito criativo, mesmo que não sejam escritores e artistas revolucionários, tem a oportunidade e liberdade para se expressar. Ou seja: no âmbito da Revolução, tudo; contra a Revolução, nada”. Cada pessoa poderia “expressar livremente as ideias que quiser expressar”, mas “sempre avaliaremos sua criação do ponto de vista revolucionário”. Fidel Castro definia “o bem, o útil e o belo” como tudo o que é “nobre, útil e belo” para “a grande maioria das pessoas – isto é, as classes oprimidas e exploradas”. As formas de arte popular – cinema e teatro, cartazes e folhetos, canções e poesia – e a mídia de propaganda eram incentivadas. A pintura e a escultura tradicionais eram vistas como relativamente ineficientes para alcançar grandes públicos com a mensagem revolucionária.

Os artistas e escritores admitidos no sindicato dos trabalhadores criativos recebem salários, espaço de trabalho e materiais. Os designers gráficos trabalham para diversas agências do governo com missões específicas. Entre os principais designers gráficos cubanos se encontram Raul Martinez, pintor que faz ilustrações [21.65], e Félix Beltrán (n. 1938), com formação em Nova York. Beltran trabalhou como diretor de arte para o Comitê de Orientação Revolucionária (COR), que cria propaganda ideológica interna e man-

tém a consciência pública da revolução por meio da promoção de efemérides [21.66] e líderes do passado.

As agências e os institutos são responsáveis pelo cinema, eventos musicais e teatrais, publicações e programas de exposições, e usam as artes gráficas para promover esses eventos culturais. A ênfase está na extensão do serviço social – ao contrário do que ocorre em muitos países, onde os programas culturais são disponíveis apenas para a população urbana, em Cuba há uma tentativa séria de alcançar as áreas rurais. Os cartazes de filmes são temas animados e alegres, impressos por serigrafia numa paleta desinibida de cores vivas.

Os cartazes e folhetos para exportação por todo o Terceiro Mundo são produzidos pela Organização de Solidariedade com a Ásia, África e América Latina (OSPAAAL) com o objetivo de apoiar a atividade revolucionária e formar consciência política. Os cartazes da OSPAAAL são impressos em *offset* e utilizam imagens simbólicas elementares, prontamente entendidas por pessoas de diversas nacionalidades, línguas e formações culturais. O governo de Fidel Castro se considera envolvido numa guerra ideológica contra o “imperialismo ianque” pelos corações e pelas mentes das pessoas nos países emergentes do Terceiro Mundo. O olho do observador é atormentado enquanto a consciência revolucionária é formada pela reiterada exposição. A distribuição internacional de material gráfico da OSPAAAL é evidenciada pela presença de textos árabes, ingleses, franceses e espanhóis em cada cartaz.

Carentes de tradições artísticas, os designers gráficos cubanos assimilaram uma multiplicidade de recursos. Referências norte-americanas – como a arte

pop, o cartaz psicodélico e o Push Pin Studios – e o cartaz polonês são inspirações importantes. Evita-se a escola do “trabalhador heroico” do realismo romantizado, dominante na antiga União Soviética e China. Ícone, ideograma e mensagem telegráfica são muito mais eficazes nas nações em desenvolvimento. Mito e realidade foram unificados em um símbolo gráfico poderoso baseado na imagem de Ernesto (“Che”) Guevara. Um dos líderes da Revolução Cubana, Guevara deixou Cuba em meados dos anos 1960 para liderar guerrilhas na Bolívia, e no dia 9 de outubro de 1967 foi morto em um tiroteio na aldeia de Higuera, em plena selva. Os designers gráficos converteram a imagem de Che, uma das mais reproduzidas do final do século xx, em ícone [21.67], simbolizando a luta contra a opressão em todo o Terceiro Mundo. Desenhado em planos de luz e sombra como fotografia em alto-contraste, o guerrilheiro usa uma barba e uma boina com uma estrela; sua cabeça se inclina ligeiramente para cima. Ernesto Guevara foi, assim, convertido no herói ou salvador mítico, que sacrificou sua vida pelos oprimidos.

A importância de imagens conceituais na segunda metade do século xx desenvolveu-se em resposta a muitos fatores, e as ideias e formas de arte moderna se mesclaram às culturas populares. Ao usurparem das artes gráficas sua função documental, a fotografia e o vídeo reposicionaram a ilustração gráfica rumo a um papel mais expressivo e simbólico. A complexidade das ideias políticas, sociais e culturais e as emoções que os artistas gráficos precisam comunicar podem, muitas vezes, ser apresentadas com mais eficácia por imagens icônicas e simbólicas do que por imagens narrativas.



21.66 Artista não identificado, cartaz para o Comitê de Orientação Revolucionária, 1967. Nuvens se separam para revelar um sol alaranjado, simbolizando o fatídico ataque de 26 de julho de 1953 ao quartel do exército em Santiago, que desencadeou a Revolução Cubana.

21.67 Elena Serrano, cartaz “Dia del Guerrillero Heroico” (Dia do Guerrilheiro Heroico), 1968. A emblemática imagem de Che Guevara se transforma num mapa da América do Sul numa radiante elegia à vitória revolucionária.





Visões nacionais em um diálogo global

Em 1966 o designer gráfico alemão Olaf Leu afirmou que o design alemão não tinha mais nenhum atributo nacional. Naquela época, a geometria purista do Estilo Tipográfico Internacional e a liberdade desenfreada do design norte-americano coexistiam como influências importantes no design alemão, bem como no resto do mundo. Havia começado um período de diálogo internacional. Assim como os acontecimentos políticos e econômicos no Sudeste Asiático e Oriente Médio afetam diretamente a Europa, as Américas e o Japão, a inovação conceitual e a invenção visual também se difundem rapidamente. Uma cultura internacional abarcando as artes plásticas, as artes cênicas e o design cruzou as fronteiras nacionais, estendendo-se dos centros tradicionais para qualquer canto do planeta. Isso foi estimulado pela tecnologia gráfica, que possibilitou a tipografia e a impressão profissionais em cidades pequenas e países em desenvolvimento, e pelo rápido crescimento da formação em design gráfico.

Durante os anos 1980 e 1990, o desenvolvimento da eletrônica e da tecnologia da informação começou a alterar os processos e a aparência do design. Correio expresso 24 horas, máquinas de fax, internet, canais de televisão com presença mundial, como a ininterrupta Cable News Network (CNN), e o serviço telefônico de discagem direta internacional – tudo isso serviu para encolher as distâncias entre as comunidades humanas e formar a “aldeia global”, de Marshall McLuhan. A tecnologia do final do século xx criou um meio cultural sincrônico – culturas antigas e modernas, pensamento oriental e ocidental, artesanato e produção industrial – até que passado, presente e futuro se tornaram indistintos num *continuum* de informações e imagens. Esse mundo complexo de diversidade cultural e visual criou um ambiente onde um amplo diálogo mundial coexiste com visões nacionais, resultando numa era explosiva e pluralista para o design gráfico. Entre os muitos países em que os designers desenvolveram uma postura nacional única para o design se encontram o Reino Unido, o Japão e a Holanda.

O DESIGN GRÁFICO DO PÓS-GUERRA NO REINO UNIDO

A influência histórica do Reino Unido, democracia constitucional que une Inglaterra, Irlanda do Norte, Escócia e País de Gales, ultrapassou seus limites. No reinado de Elizabeth I (1533-1603), a Inglaterra se tornou uma potência naval e iniciou seu vasto império colonial, disseminando a língua e os costumes sociais ingleses por todo o mundo. Essa influência continua até hoje.

Na Inglaterra do segundo pós-guerra, o design gráfico se caracterizava por uma cultura internacional que abarcava as artes plásticas, as artes cênicas e a difusão da língua e dos costumes sociais ingleses por todo o mundo. Tanto o modernismo purista da Suíça como o expressionismo gráfico de Nova York foram assimilados, mas o risco de serem colonizados por essas influências dominantes foi satisfatoriamente evitado por excelentes designers ingleses, que fizeram contribuições importantes para o diálogo internacional. Após o trauma da guerra, Herbert Spencer (1922-



22.1 Alan Fletcher, Colin Forbes e Bob Gill, capa para *Graphis*, 1965. O registro da trajetória internacional de um pacote transportando trabalho da Pentagram para a revista também se tornou a embalagem transportando a *Graphis* para seus leitores.

2002) se tornou uma voz importante na renovação da gráfica inglesa graças a seus escritos, ensinamentos e prática do design gráfico. Seu conhecimento da arte moderna e do design se traduziu numa rara sensibilidade tipográfica e vitalidade estrutural. Spencer ajudou a incentivar o diálogo mundial como editor e designer da revista *Typographica* e como autor do influente livro *Pioneers of Modern Typography* (Pioneiros da tipografia moderna), de 1969, que informou a geração pós-guerra sobre as realizações dos designers predecessores do século xx.

Uma empresa de design constituída em 1962 tornou-se o primeiro locus do design britânico. Alan Fletcher (n. 1931), Colin Forbes (n. 1928) e Bob Gill (n. 1931) constituíram um estúdio que levava seus nomes. Em 1965, depois que Gill deixou a sociedade e com o ingresso do arquiteto Theo Crosby (1925-1994), o nome foi mudado para Crosby, Fletcher, Forbes. Projetos de exposições, conservação histórica e design industrial foram acrescentados às atividades da empresa. Quando novos sócios foram admitidos, o nome do estúdio foi mudado para Pentagram. (Mesmo esse nome de cinco pontas se tornaria obsoleto graças ao cresci-



22.2 Colin Forbes, marca para o Zinc Development Association Die Casting Conference (Congresso de Fundação em Moldes da Associação para o Desenvolvimento do Zinco), 1966. As soluções do Pentagram parecem despontar magicamente do conteúdo. A oportunidade de apresentar o ano como componentes macho e fêmea de um molde de fundição ocorre apenas uma vez por década.

mento constante, pois em 1996 o Pentagram tinha dezessete sócios e 148 empregados em seus escritórios de Londres, Austin [Texas], Hong Kong, Nova York e San Francisco. Mas a discussão aqui diz respeito aos anos de formação do Pentagram em Londres.)

Inteligência e talento para desenvolver soluções adequadas às necessidades do problema eram as marcas registradas do Pentagram. Solicitados a projetar uma capa para uma revista que conteria um artigo sobre seu trabalho, os designers do grupo remeteram uma encomenda de Londres para Zurique com um pedido de devolução sem abrir. Uma foto em cores documentando os trâmites do pacote pelo sistema postal tornou-se o projeto da capa [22.1]. A avaliação meticulosa das demandas de comunicação e o caráter específico do contexto sociocultural nas quais o projeto deveria figurar combinavam-se com a espirosidade inglesa e uma disposição para experimentar o inesperado. Talvez isso resuma a essência do enfoque do design gráfico do Pentagram.

Na melhor tradição britânica, os parceiros do Pentagram combinavam um sentido do contemporâneo [22.2, 22.3] com forte compreensão da história [22.4].



22.3 Alan Fletcher, logotipo para o Victoria & Albert Museum, 1989. Em 1996, em *Beware Wet Paint: Designs by Alan Fletcher* (Cuidado com a tinta fresca: designs de Alan Fletcher), Fletcher analisou o logotipo v&a: "O símbolo já clássico para o Victoria & Albert Museum encontra-se num tipo originalmente projetado por Giambattista Bodoni. O problema residia em dotar os três caracteres de uma única personalidade. A solução foi dividir e retirar metade de uma letra e acrescentar e inserir o *ampersand* para restituir a barra transversal perdida".

22.4 Alan Fletcher e Georg Staehelin, logotipo para uma boutique exclusiva, 1968. Iniciais ornamentadas oriundas de cinco desenhos renascentistas propiciam uma inesperada expressão gráfica do nome.

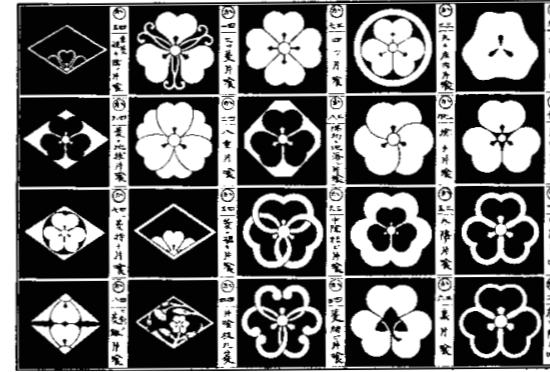


As soluções do escritório variam das formas geométricas puras em sistemas de identidade corporativa a um historicismo efusivo no projeto de embalagens e material gráfico para clientes menores. Sua abordagem conceitual e criativa, com frequência imbuída de muito humor, possibilitou que a Inglaterra estabelecesse uma influência internacional na área do design gráfico, tal como acontecera na virada do século e nos anos após a Primeira Guerra Mundial. A expansão do Pentagram para outros países é também um testemunho das habilidades organizacionais e empreendedoras dos sócios originais.

A ASCENSÃO DO DESIGN JAPONÊS

O Japão, nação insular ao longo da costa leste da Ásia, tem mais de 125 milhões de habitantes e densidade demográfica de cerca de 340 pessoas por quilômetro quadrado. Oitenta por cento da ilha consiste em montanhas escarpadas e inabitáveis e tanto os alimentos como os combustíveis precisam ser importados. O Japão manteve uma sociedade isolada e feudal até a metade do século XIX. O rápido desenvolvimento industrial ao longo do século XX, particularmente durante as décadas após a Segunda Guerra Mundial, é um dos maiores testemunhos da determinação e energia do povo japonês. Durante o período pós-guerra a liderança tecnológica e uma percepção dos padrões sociais e estilos de vida ocidentais levantaram questões filosóficas para os designers gráficos japoneses em sua busca de manter as tradições nacionais e ao mesmo tempo incorporar influências internacionais. O cartaz sobre o plantio de árvores [22.5] de Ryuichi Yamashiro (n. 1920) demonstra como isso pôde ser alcançado com sucesso, com a caligrafia oriental e preocupações espaciais unindo-se numa abordagem ocidental da comunicação.

O construtivismo europeu é uma das principais fontes para o movimento do design japonês. Entretanto, a organização sistemática e o forte fundamento teórico do construtivismo são moderados pela inclinação japonesa por soluções intuitivas e pela tradição formal simbólica. No mesmo sentido, os designers locais são mais propensos à organização espacial em torno de



um eixo central, refletindo mais a herança compositiva das artes e artesanatos nipônicos que o equilíbrio assimétrico do construtivismo europeu. Uma inspiração importante para o designer gráfico japonês é o símbolo ou brasão familiar, o *mon* [22.6], de uso milenar. Esse desenho simplificado de flores, pássaros, animais, plantas ou objetos domésticos contidos num círculo era aplicado a objetos e roupas pessoais.

Yasaku Kamekura (1915-1997) trabalhou como aprendiz de um arquiteto e depois como diretor de arte para diversas revistas culturais japonesas de 1937 a 1948. Durante o período de recuperação após a guerra, Kamekura despontou como um líder influente do design, conquistando o reverente nome de "Chefe" nos círculos do design japonês. Sob sua liderança, os novos profissionais abandonaram a crença generalizada de que a comunicação visual deve ser feita à mão e a noção da inferioridade das artes aplicadas em relação às belas-artes.

Kamekura definiu o curso desse novo movimento japonês graças à vitalidade e à força de seu trabalho criativo, seu engajamento na fundação do Clube da Arte da Publicidade Japonesa, que conferiu profissionalismo e direção à nova disciplina, e ao estabelecimento, em 1960, do Centro de Design do Japão. Como diretor administrativo dessa organização, Kamekura diligentemente congregou os principais designers gráficos do país.

Seu trabalho se caracteriza pela disciplina, entendimento completo das técnicas de impressão e cuidadosa construção dos elementos visuais [22.7, 22.8]. Quando a atenção mundial se voltou para o Japão nos Jogos Olímpicos de 1964, a marca e os cartazes que

22.6 Brasões tradicionais japoneses e grande parte do design gráfico japonês do pós-guerra compartilham a apresentação frontal direta de imagens simplificadas, composição simétrica e um uso refinado da linha e do espaço.



22.5 Ryuichi Yamashiro, cartaz para uma campanha de plantio de árvores, 1961. Os caracteres japoneses para *árvore*, *bosque* e *floresta* são repetidos para formar uma floresta.



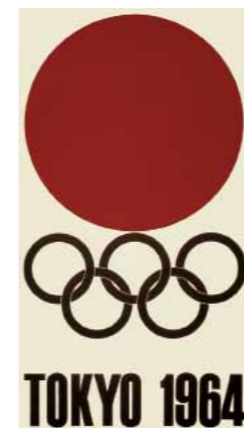
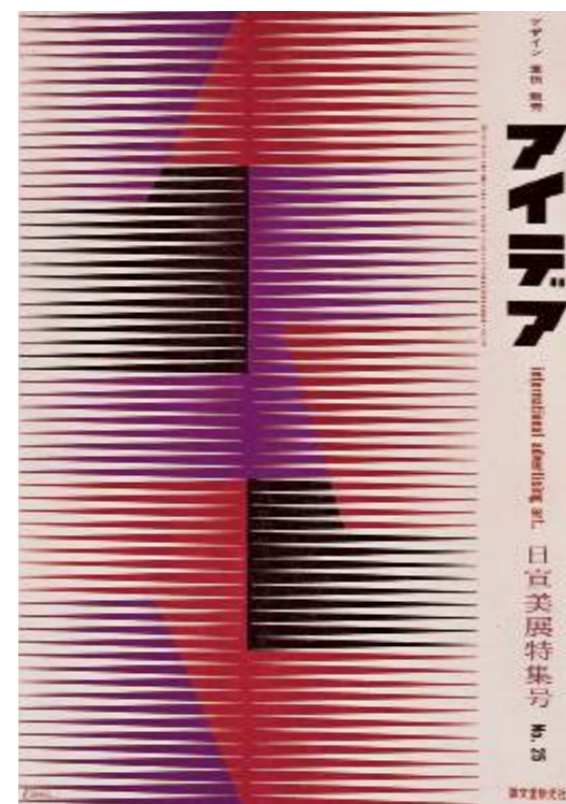
22.7 Yusaku Kamekura, capa de libreto, 1954. Caracteres japoneses em papel rasgado e letras Bodoni grafam a mesma palavra, demonstrando a síntese de Kamekura das formas asiáticas e ocidentais.

ele criou para os eventos receberam aclamação internacional e confirmaram o Japão como centro de design criativo [22.9, 22.10]. Os trabalhos de Kamekura são manifestamente modernos, embora com uma frequente evocação das tradições poéticas da arte japonesa. A simplicidade emblemática de sua geometria construtivista e tipografia inspirada no Estilo Internacional [22.11, 22.12] é o resultado de uma engenhosidade extraordinária, em que todas as partes se integram num todo expressivo.

Uma abordagem inventiva do design fotográfico foi desenvolvida por Masuda Tadashi (n. 1922). Seu uso crescente da ilustração fotográfica para a solução de problemas gráficos, associado a seu interesse pelo design colaborativo e em equipe, culminou na criação do Instituto Masuda Tadashi de Design em 1958. Muitos diretores de arte e designers encaram os fotógrafos e ilustradores como subempregados de plantão para dar forma aos seus próprios conceitos. Em oposição a essa postura, o trabalho colaborativo

de equipe de Tadashi criou soluções inesperadas e outras maneiras de ver as coisas. A colocação de tipos sobre, acima ou abaixo da foto normalmente é feita com grande sensibilidade. Um enfoque frequente de leiaute utiliza uma estrutura de linhas finas, pautadas, como um recipiente para conter as informações tipográficas. As cores são usadas com muita eficácia: fundos de colorido alegre são às vezes justapostos a objetos de matiz contrastante e frequentemente se emprega uma cor uniforme para dar unidade à imagem. O papel azul vivo que envolve o clichê na capa da revista *Brain* [22.13], exemplifica a técnica de aplicar uma cor intensa numa foto que a princípio seria pálida.

Kazumasa Nagai (n. 1929), especialista em escultura pela Universidade de Belas-Artes e Música de Tóquio, voltou-se para o design gráfico após sua formatura, em 1951. Sua obra pode ser considerada uma pesquisa permanente sobre a forma linear e as propriedades da linha como meio gráfico para



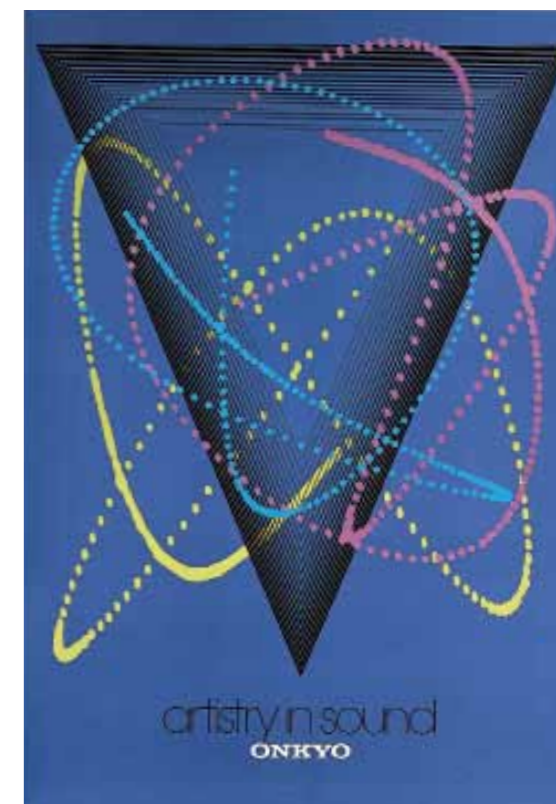
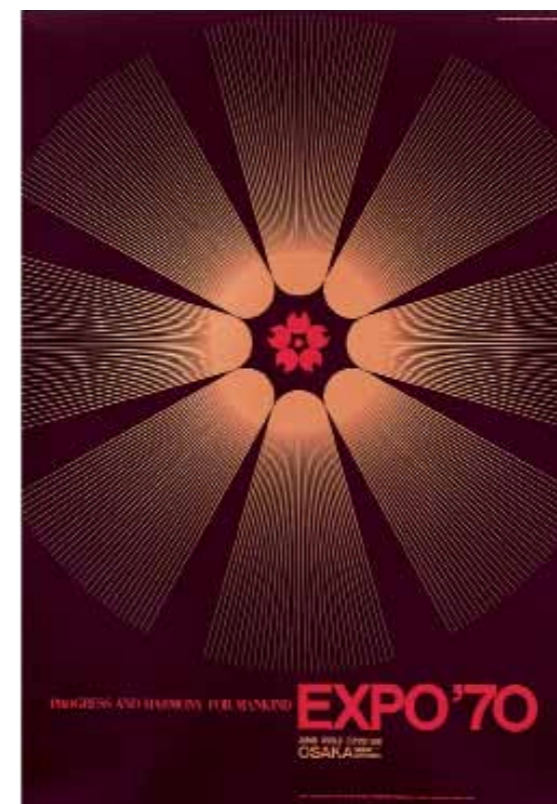
modulação espacial. Suas investigações da natureza da linha por meio de desenhos e gravuras são a fonte para seus cartazes, marcas abstratas e anúncios. A maestria técnica de seus projetos e seus resultados impressos é extraordinária. O cartaz para uma exposição parisiense de obras de doze designers gráficos

japoneses, *Traditions et Nouvelles Techniques* (Tradições e novas técnicas) [22.14], cria um universo de formas geométricas que evocam planetas e forças em movimento no espaço.

Enquanto Nagai baseia seus projetos na linha, Ikko Tanaka (1930-2002) utiliza plano e forma como núcleo central. No curso dos anos 1950, Tanaka assimilou muitas das tradições de design da Bauhaus e em 1963 abriu o Tanaka Design Studio. Como designer pluralista, explorou múltiplas direções. Dois conceitos visuais subjacentes a grande parte de sua obra são a estrutura em grid e os planos de cores vibrantes que exploram o contraste quente/frio, cores de valor próximo e faixas de cores análogas. Motivos japoneses tradicionais, incluindo paisagem [22.15], teatro Kanze No, caligrafia, máscaras e xilogravuras, são reinventados numa linguagem modernista do design. Em alguns de seus trabalhos mais originais, os planos de cor são dispostos em grid para simbolizar retratos quase abstratos e expressivos, como se vê em

22.11 Yusaku Kamekura, cartaz da Exposição Mundial de Osaka, 1970. A imaginação dos designers japoneses é posta à prova na constante reinvenção do sol como símbolo da terra do sol nascente.

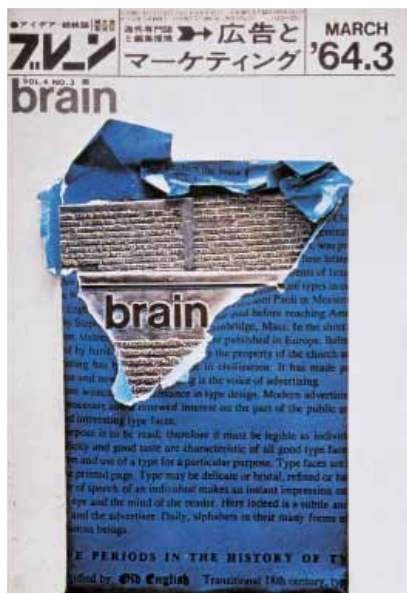
22.12 Yusaku Kamekura, cartaz para um fabricante de equipamento estereofônico, 1980. A perfeição técnica no som estereofônico é traduzida em alegres arabescos em torno de um triângulo preto linear.



22.9 Yusaku Kamekura, marca e cartaz dos Jogos Olímpicos de Tóquio, 1964. Três símbolos simples – o sol vermelho da bandeira japonesa, os aros olímpicos e as palavras Tokyo 1964 – são combinados numa mensagem imediata e convincente.

22.10 Yusaku Kamekura (designer) e Osamu Hayasaki (fotógrafo), cartaz dos Jogos Olímpicos de Tóquio, 1964. Uma foto meticulosamente planejada e iluminada se torna uma expressão emblemática da corrida atlética.

22.8 Yusaku Kamekura, capa de revista, 1957. Cunhas pontiagudas criam ritmos cinéticos. O registro exato das cores evidencia a disciplinada destreza dos impressores japoneses.



22.13 Masuda Tadashi (designer) e Doki Mitsuo (fotógrafo), capa para a revista *Brain*, 1964. Para ilustrar um artigo sobre tipografia, um clichê de impressão é embrulhado em provas tipográficas que foram rasgadas para revelar seu conteúdo.

22.14 Kazumasa Nagai, cartaz de exposição, 1984. Um universo imaginário é criado a partir de elementos lineares coloridos.

seu cartaz “Nihon Buyo” (Dança japonesa) para o Instituto Asiático de Artes Cênicas [22.16]. Esses semblantes possuem notável singularidade e personalidade.

Takenobu Igarashi (n. 1944) criou um paradigma para a fusão de ideias orientais e ocidentais. Depois de formar-se pela Universidade Tama, em 1968, Igarashi pós-graduou-se pela Universidade da Califórnia em Los Angeles. Ao retornar ao Japão, descobriu que os escritórios e as grandes empresas eram pouco receptivas a um designer que houvesse passado algum tempo no exterior e, por isso, abriu seu próprio estúdio em 1970. Grande parte do trabalho realizado nesse estúdio envolveu marcas, identidade corporativa, design de ambiente e de produto. Em 1976, as experiências de Igarashi com alfabetos desenhados em grids isométricos atraíram clientes e reconhecimento internacional. Esses alfabetos evoluíram para esculturas tridimensionais, que Igarashi chama de *alfabetos arquitetônicos*, e foram aplicados à sinalização como parte de programas de identidade visual [22.17]. Igarashi consegue inesperada diversidade em seus alfabetos – as letras dinâmicas de seu cartaz da Expo’85 [22.18] tornam-se metáfora para os materiais e processos do ambiente construído. Em 1983 ele começou a desenhar o Calendário de Cartazes Igarashi, nos cinco primeiros anos encomendados pelo

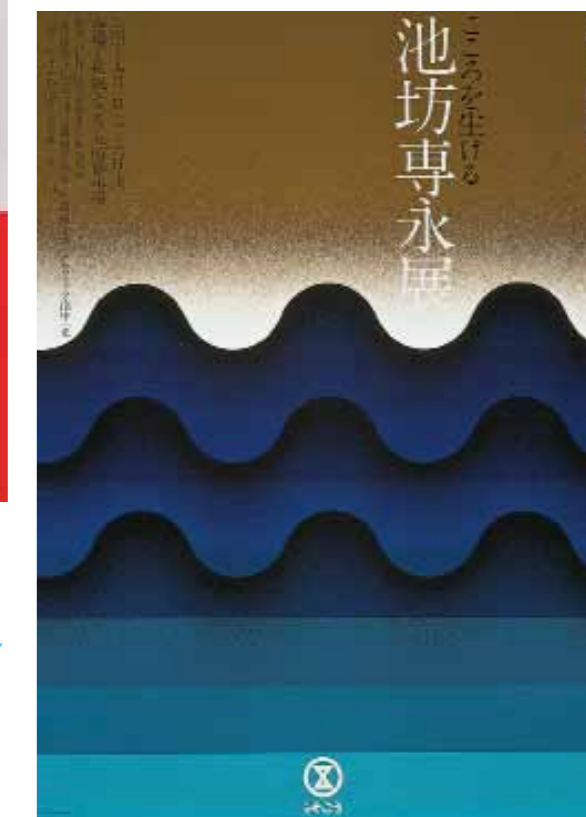
MOMA em Nova York e depois, por mais cinco, pela Alphabet Gallery de Tóquio. Conforme mostra o calendário de 1990 [22.19], cada mês tem um tema formal e cada número é um desenho único.

Igarashi diz que 95% de seus projetos se baseiam num sistema de grid. Seu trabalho é composto a partir de formas elementares: ponto, o elemento mínimo da percepção; linhas, que definem posições e criam limites entre os planos; grids, cujos eixos *x* e *y* trazem ordem matemática a seu trabalho; superfícies, que podem ser visuais e táteis; planos chapados ou volumétricos; e as formas geométricas básicas de círculo, triângulo e quadrado. Os melhores trabalhos de Igarashi obtêm *ilimitabilidade* [22.20], poder expansivo criado por cor, textura e ambiguidade.

O trabalho de Tadanori Yokoo (n. 1936) substituiu a ordem e a lógica do construtivismo pela vitalidade inquieta do *dadá* e um fascínio pelos meios de comunicação de massa, arte popular e histórias em quadrinhos. Durante meados dos anos 1960, ele usou a técnica quadrista do desenho a traço em preto como recipiente para conter áreas de cor aplicadas por retícula plana, ou *ben-day*. Elementos fotográficos eram muitas vezes adicionados como colagem nos projetos, e imagens japonesas tradicionais eram traduzidas no idioma da arte pop [22.21]. Durante o final dos anos 1960 e até os anos 1970, o vocabulário de design e a gama de técnicas de arte e impressão de Yokoo tornaram-se cada vez mais informais. O cartaz “The 6th International Biennial Exhibition of Prints in Tokyo” (VI Exposição Bienal Internacional de Gravuras em Tóquio) [22.22] combina uma diversidade de técnicas: um retrato reticulado de um grupo em rosa; um céu atravessado por uma faixa marrom no alto e por uma vermelha no horizonte feitas por aerógrafo; escrita caligráfica em faixas verticais, conforme encontradas na antiga arte asiática; e uma figura monumental, elevando-se acima de um farol numa falésia na outra margem da água. Durante os anos 1970 e 1980, o trabalho de Yokoo frequentemente tendeu para imagens inesperadas e até mesmo místicas [22.23]. Ele expressa as paixões e a curiosidade de uma geração japonesa que cresceu com a cultura popular norte-americana e a mídia eletrônica – televisão, cinema, rádio e discos. Consequentemente, valores



22.16 Ikko Tanaka, cartaz “Nihon Buyo”, 1981. Um personagem teatral japonês tradicional é reinventado utilizando formas geométricas de uma era posterior.



22.15 Ikko Tanaka, cartaz para arranjo floral de Senei Ikenobo, 1974. As montanhas e ondas das xilogravuras tradicionais são evocadas por uma sequência rítmica de faixas azuis e verdes-azulados sob um céu em *dégradé* bronze.

22.18 Takenobu Igarashi, cartaz para Expo'85, 1982. Uma exposição internacional da habitação é simbolizada por formas estruturais explodidas.

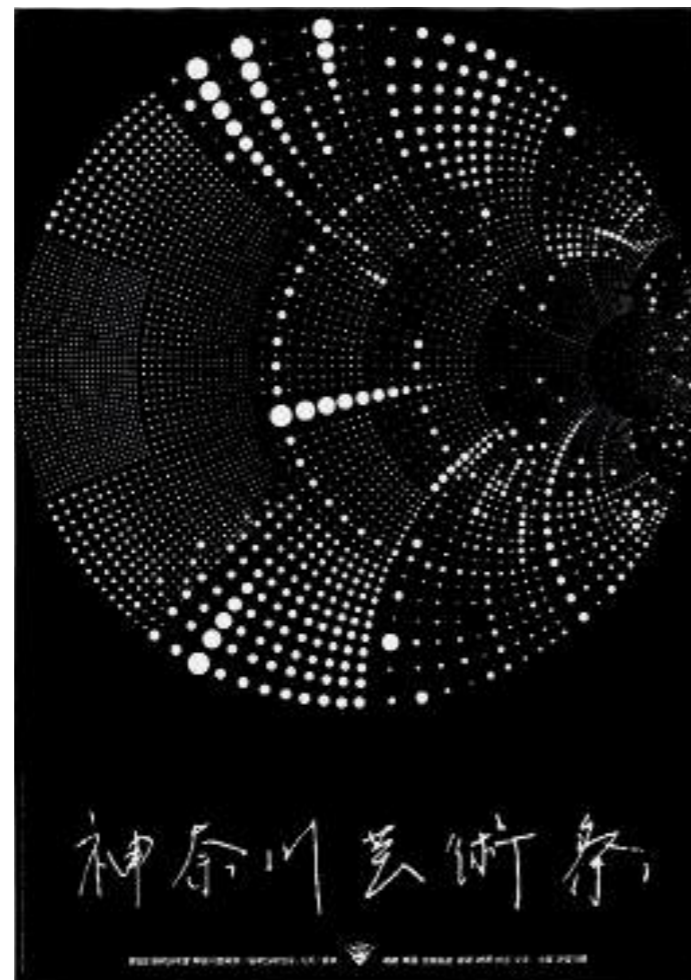


22.17 Takenobu Igarashi, marca para a loja de departamentos Parco Part 3, 1981. Letras montadas com segmentos geométricos podem ser apresentadas como sinalização ambiental tridimensional.



22.19 Takenobu Igarashi, calendário, 1990. Cada um dos 6226 números desenhados no projeto de dez anos é diferente de todos os demais.

22.20 Takenobu Igarashi, cartaz para o Festival de Arte de Kanagawa, 1984. Um universo composto de pontos evoca tempo e espaço infinitos.



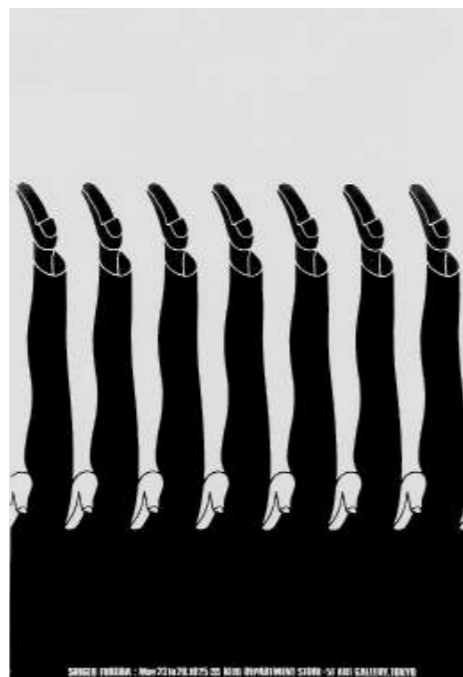
22.22 Tadanori Yokoo, cartaz para exposição de gravuras, 1968. Quando Yokoo começou a abrir seus espaços densamente abarrotados e a expandir sua gama de técnicas de impressão, passou da arte pop para a expressão pessoal.

22.21 Tadanori Yokoo, cartaz para Koshimaki Osen, 1966. Oriente e Ocidente se encontram em um catálogo de imagens e técnicas.



22.23 Tadanori Yokoo, cartaz de exposição, 1973. Uma moldura de manuscritos persa enquadra um retângulo negro enigmático, onde dois pratos de comida pairam enigmáticamente.





22.27 Koichi Sato, cartaz “New Music Media” (Mídia da nova música) para a May Corporation, 1974. Um peixe preto, água verde-clara brilhante e uma caixa preta com sombreado nas bordas emitem uma poesia serena.

22.28 Koichi Sato, cartaz do concerto Eclipse Music’84 para a Map Company, Ltd., 1984. O fundo vermelho torna a caligrafia amarela e azul uma expressão da energia ondulante da música.

22.29 Koichi Sato, cartaz de imagem para o supermercado Yuny, 1985. Um evento metafísico numa paleta sutil de azuis cria uma imagem poética para o cliente.



22.24 Shigeo Fukuda, cartaz “Victory 1945”, 1975. O simples ato de virar o projétil para o canhão simboliza a loucura da guerra.

22.25 Shigeo Fukuda, cartaz de exposição para a loja de departamentos Keio, 1975. Ilusões de ótica “impossíveis” são características do trabalho de Fukuda.

instáveis e uma rejeição da tradição encontraram expressão simbólica em seus trabalhos desinibidos, levando-o a ganhar uma reputação *cult*.

Os projetos de Shigeo Fukuda (n. 1932) são encantadoramente simples, tão legíveis e imediatos como uma charge, mas envolvem o espectador com suas inesperadas violações da lógica espacial e da ordem universal. Fukuda alcançou renome precoce por suas visões de mundo não convencionais; elas constituem o cerne de seu trabalho. Sua franqueza encantadora é vista em “Victory 1945” (Vitória 1945), que ganhou o primeiro prêmio num concurso internacional para um cartaz comemorativo do 13º aniversário do fim da Segunda Guerra Mundial [22.24]. Em outros trabalhos ele expressa um conceito não verbal ou apresenta um fenômeno visual inexplicável [22.25]. Suas imagens são antes um constructo de memória e associação que uma impressão direta dos sentidos.

Há abundância de divertimento e humor no trabalho de Fukuda. O enigma e as contradições do *dadá* e do surrealismo são reinventados não com seriedade altiva, mas com alegre afeição pela vida cotidiana [22.26]. Dados seu humor e desenho simplificado,

pode-se perguntar o que separa o trabalho de Fukuda dos quadrinhos comuns. Seu trabalho é perpassado pela ambiguidade intencional e uma intenção, conferindo-lhe uma vida menos efêmera. Com o mais simples dos recursos, uma ideia complexa é projetada com clareza encantadora e imagens inesperadas.

O refinamento na comunicação não verbal característica dos japoneses deve-se em partes aos ensinamentos do zen-budismo, que estimula o uso dos cinco sentidos e até afirma: “O silêncio é comunicação”. Nessa tradição, Koichi Sato (n. 1944) traz delicados motivos coloridos e formas metafísicas a seus projetos serenamente poéticos. Sato formou-se na Universidade de Arte e Música de Tóquio em 1968 e dois anos depois abriu seu próprio estúdio. Sua pintura de uma bandeja branca – que ele inclinou para que a água, tingida de azul, formasse um *dégradé* – se tornou importante inspiração em sua evolução. Seu primeiro uso da gradação em design gráfico se encontra em um cartaz de concerto de 1974 [22.27].

Sato pensa por opostos: tradição/futuro; orgânico/mecânico; Oriente/Ocidente; claro/escuro. Ele compõe haicais, e seus projetos gráficos compartilham

os múltiplos níveis de significado e emoção profunda encontrada nessa forma tradicional. Muitos de seus trabalhos são campos de cor radiantes dispersos com caligrafia japonesa [22.28], outros são auras e luminosidade incandescente, conferindo poética metafísica à página impressa [22.29].

No pós-guerra, o milagre econômico do Japão, que se elevou das cinzas da derrota para tornar-se líder em tecnologia e fabricação, é comparável à sua ascensão como centro importante de criatividade gráfica. O melhor design gráfico japonês contemporâneo tem forte ênfase na dimensão estética, não em prejuízo da comunicação da mensagem do cliente, mas como meio de reforçá-la e ampliá-la.

DESIGN NA HOLANDA

A Segunda Guerra Mundial e a ocupação alemã desestabilizaram completamente a sociedade holandesa; transporte e comunicação quase foram paralisados e graves déficits ocorreram. Os anos do pós-guerra foram um período de reconstrução da economia e de



22.26 Shigeo Fukuda, xícaras de chá, 1975. Trocadilhos e ilusões de ótica são expressos tridimensionalmente em brinquedos, produtos, ambientes e esculturas.



22.30 Wim Crowwel, selos para o PTT, 1976. Simplicidade absoluta ganha expressão por meio da gradação de cor.

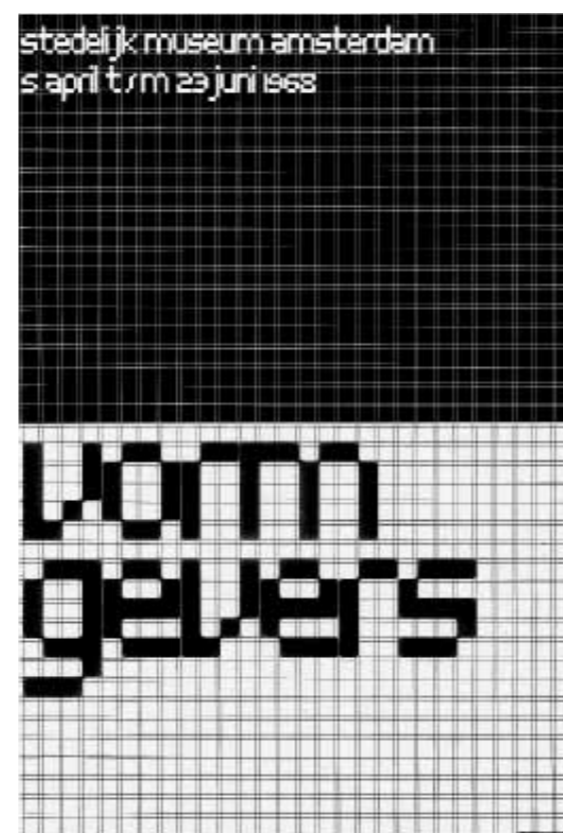
restabelecimento da vida cultural e social anteriores à guerra. À medida que o design holandês evoluiu, duas fortes correntes se tornaram evidentes: um construtivismo pragmático, cuja inspiração derivava das tradições holandesas da primeira metade do século, entre elas o movimento De Stijl e os designers Piet Zwart e Paul Schuitema, bem como influências do pós-guerra da Suíça; e um expressionismo vigoroso, com imagens impactantes e sintaxe espacial espontânea. Essa dualidade não é surpreendente, pois os holandeses são conhecidos como um povo parcimonioso, que prefere a ordem e a estrutura, e ao mesmo tempo abertos e tolerantes com a diversidade de ideias políticas, religiosas e artísticas. Talvez a primeira característica derive do espírito cooperativo de um pequeno país densamente povoado, grande parte do qual fica abaixo do nível do mar e precisa ser protegida por mais de 2,4 mil quilômetros de diques, enquanto a segunda deriva em parte do papel tradicional da Holanda como nação naval, com influências internacionais passando por seus portos. A exposição a diversas ideias e culturas estimulou uma atitude de tolerância.

22.31 Total Design, marcas registradas para (linha de cima) companhia petrolífera PAM (1964); Thyssen Bornemisza (1971); Fundação Kunst an Bedrijf (1978); editora Hat Spectrum (1971) e (linha de baixo) Furness Holding (1969) e suas subsidiárias: divisão de transporte rodoviário (1969), divisão portuária (1969), divisão de negócios (1972) e companhia de seguros (1969).



Desde o século XVI, os gráficos holandeses tinham liberdade para imprimir material proibido em outros países, enquanto cientistas e filósofos, cujas teorias radicais dificultavam sua vida em seus países, buscavam refúgio na Holanda. Os cidadãos holandeses se orgulham de sua individualidade e livre expressão e estendem essa liberdade aos outros, criando um clima social que incentiva a inovação.

Em janeiro de 1963 teve início um forte ímpeto rumo ao design funcional. Um grupo do qual participavam o designer gráfico Wim Crowwel (n. 1928), o designer de produtos Frisco Kramer e o designer gráfico e arquiteto Benno Wissing (n. 1923) uniu forças em Amsterdã para constituir uma grande firma multidisciplinar, a Total Design (TD). Antes da TD, a Holanda não possuía empresas abrangentes com capacidade para projetos de grande escala; tais projetos eram encomendados a designers de outros países. A TD passou a suprir essa demanda e prestava serviços de



design para o comércio, a indústria e o governo. Sua intenção era conceber e implementar “ideias sobre design em todos os campos para, sempre que possível, obter unidade de pensamento, ou o ‘design total’ nesses campos”.

Crowwel desempenhou papel importante na consolidação da filosofia e orientação da TD. No início dos anos 1950, ele estivera em contato direto com os designers suíços que criaram o Estilo Tipográfico Internacional. Entretanto, a filosofia de design de Crowwel era menos enfática quanto à forma universal e formatos padronizados; ele via o designer como solucionador de problemas objetivos por meio de pesquisa e análise, simplificando a mensagem e os meios de transmiti-la. Acreditava que a enxurrada de mensagens tipográficas na sociedade contemporânea exigia clareza e simplicidade. Crowwel alcançou um minimalismo notável, impregnado de espírito estético [22.30].

A TD procurava uma “imagem total” para os clientes mediante a integração de impressos, arquitetura e produtos. Durante os anos 1960 e 1970, a empresa desempenhou papel dominante no design holandês, dando início a um processo de destilação por meio da redução da variedade de tipos, formatos padronizados de papel e esquematização consistente dos layouts e tipografia. Os projetos abrangiam programas de identidade visual [22.31], exposições em museus [22.32, 22.33], design de livros, sinalização e ambientação. A TD empregava um sistema coletivo de trabalho, cada equipe era liderada por um designer sênior que definia as diretrizes do projeto.

Kramer deixou a TD em 1967 e Wissing saiu em 1972. Crowwel permaneceu como força orientadora até 1981, quando passou a ser professor em tempo integral, mas continuou como conselheiro da TD. A empresa se tornou uma base importante de formação

22.32 Wim Crowwel, cartaz para a exposição de design Vormgevers (Designers) do Museu Stedelijk, de Amsterdã, 1966. A matriz que comanda o desenho do cartaz e a tipografia é revelada.

para jovens designers, que lá ganhavam experiência e depois saíam para abrir empresas. A TD, hoje Total Identity (Identidade Total), segue como força importante no design europeu, com escritórios em seis cidades e corpo de funcionários com mais de cinquenta profissionais [em 2009 este número evoluiu para aproximadamente de 120].

Outra investida rumo ao design moderno foi a de Pieter Brattinga (n. 1931), que aprendeu todos os aspectos da impressão trabalhando na empresa de seu pai, a De Jong & Co., em Hilversum, próximo a Amsterdã. Durante os anos 1950, Brattinga atuou como

22.33 Benno Wissing, cartaz para a exposição Plannenmaken: 25 Jaar Bond van Nederlandse Stedebouwkundigen (Planificação: aliança do desenvolvimento urbano holandês, 25 anos), 1961. Uma imagem dinâmica é criada com formas simples e sobreposição de cores primárias contrastando com a textura da foto.





22.34 Pieter Bratting, cartaz para a exposição *De Man Achter Due Vormgeving van de PTT* (O homem por trás do design para o PTT), 1960. Uma translucidez vibrante, obtida por sobreimpressão de cinza e azul numa foto tonal, expressa o tema.

mediador entre designers e impressores. De 1954 até 1973, foi curador de exposições realizadas em uma pequena galeria da empresa, que apresentava arte de vanguarda e design gráfico para um público mais amplo. Seus cartazes para essas exposições [22.34] eram desenhados em grids de quinze módulos quadrados, sempre com pelo menos um deles figurando como elemento no projeto. Bratting editou um periódico de formato quadrado, *Kwadratblad* (Quadrado), publicado pela De Jong & Co. para demonstrar seus recursos de impressão e ao mesmo tempo propiciar aos principais artistas e designers uma oportunidade de explorar os limites da mídia impressa. Frequentemente controversas, essas publicações mostravam a clientes e designers uma ampla gama de possibilidades. Bratting também projetou cartazes e publicações para o Museu Kröller-Müller, em Otterlo.

Além de grandes empresas privadas, as instituições culturais e agências do governo holandeses são importantes clientes do design gráfico. Cada órgão de governo tem um programa de identidade visual, chamado na Holanda de “estilo da casa”, e conscientemente procura uma comunicação eficaz com os cidadãos. As prefeituras encomendam programas de identidade visual; selos postais e cédulas monetárias alcançaram distinção no design. Já em 1919, o PTT – *Posterijen, Telegrafie en Telefonie* (Serviço de Correios e Telecomunicações) da Holanda – enfatizava a importância do design quando Jean François van Royen (1878-1942) se tornou secretário-geral da diretoria. Ele acreditava que sua agência de governo era responsável pela excelência estética em todas as áreas, das cabines telefônicas e prédios até os selos e continuamente se empenhou em superar os obstáculos ao bom design.

Em 1942, Van Royen morreu num campo de concentração. Após a guerra, o PTT implantou seu “Departamento de Design Estético”, chefiado por um consultor cujo escritório encomendava todos os projetos produzidos para a instituição. Esse departamento atuava como intermediário entre o PTT, o público e os artistas e designers que recebiam as encomendas. Durante as duas décadas depois da guerra, prevaleceram os enfoques decorativos e figurativos, mas por volta de 1966 o Departamento de Design Estético aventurou-se em direções mais contemporâneas. Em 1976, R. D. E. Oxenaar (n. 1929) foi nomeado consultor estético; sob sua liderança, o design do PTT avançou para um patamar extraordinário. Oxenaar adotou uma filosofia de expressão autônoma em diálogo com as necessidades utilitárias. Isso permitiu ao PTT alcançar inovação visual e ao mesmo tempo atender às exigências da entidade e seu público. Os selos postais da Holanda foram inusitadamente usados em seu projeto, com ampla gama de enfoques, do modernismo clássico ao expressionismo [22.30, 22.46, 22.50]. Jovens designers recebiam encomendas para projetos de selos já no início de carreira.

O PTT implementou seu primeiro sistema abrangente de identidade visual em 1981. Duas firmas de design, Total Design e Studio Dumbar, foram contratadas para colaborar nesse projeto extenso e de longo alcance. Padrões gráficos rigorosos foram

estabelecidos, embora certos itens – como selos postais criados por diversos artistas, publicações avulsas, incluindo relatórios anuais e interiores de agências instaladas em prédios históricos – fossem excluídos do sistema de design.

Em 1º de janeiro de 1989, o PTT foi privatizado e enfrentou novos concorrentes em diversos serviços. O Departamento de Design Estético foi rebatizado como “Unidade de Política Empresarial para Arte e Design” e continuou a gerenciar as encomendas de arte, projetos de produtos e impressos para o PTT. A empresa acreditava que, embora o sistema de identidade existente fosse eficaz, eram necessárias mudanças para expressar a transformação de agência governamental em empresa privada. O Studio Dumbar (discutido adiante) recebeu o encargo de rever o sistema de identidade [22.35]. O uso dominante das iniciais PTT sem serifa prosseguiu, com cores mais vibrantes e elementos geométricos (quadrados, pontos e linhas), usados para intensificar e ativar os impressos, produtos e instalações. Matizes alegres tornam-se identificadores, sendo o vermelho usado para o serviço postal e o verde vivo para o serviço telefônico. Cabines telefônicas, que precisam ser rapidamente localizadas em emergências, constituem oásis verdes vivos em ambientes urbanos, quaisquer que sejam a estação ou o momento do dia.

Em 1965, o *Nederlandsche Bank* (Banco Central Holandês) selecionou R. D. E. Oxenaar para projetar o papel-moeda do país. Oxenaar ficou desapontado com seu primeiro projeto, uma nota verde de cinco florins, e somente concordou em projetar novas cédulas se pudesse envolver-se em todas as etapas, do início até a produção final. Seu processo de design contemplava requisitos de produção, salvaguardas contra falsificação e facilidade de uso. Um avanço maior ocorreu em 1978, quando foi necessária uma nova cédula de cem florins e concedeu-se a Oxenaar a liberdade de escolher o tema. Ele rejeitou símbolos tradicionais de autoridade, como as efígies impressas de figuras veneradas e emblemas nacionais. Seu novo projeto apresentava um maçarico – pássaro marrom de bico longo encontrado em áreas pantanosas. O público reagiu positivamente a essa cédula e por isso o *Nederlandsche Bank* permitiu que Oxenaar selecionasse temas para outras, entre as quais um girassol e um farol [22.36]. Cada nota tinha uma cor dominante e grandes números sem serifa para a denominação. Composição e cor foram usadas para obter força e expressividade sem precedentes em um projeto de moeda corrente, confirmando que os interesses pessoais e subjetivos do artista podem ser realizados e ao mesmo tempo atender às necessidades funcionais da comunicação.

22.35 Studio Dumbar, sistema de identidade corporativa do PTT, 1989. Identificação arquitetônica, veículos e sinalização foram produzidos a partir de diretrizes do manual de identidade, mostrado à direita.





22.36 R. E. D. Oxenaar com J. J. Kruit, projetos para cédula monetária holandesa: 50 florins, 1982, e 250 florins, 1986. Uma rara realização estética e funcionalidade possibilitaram que a moeda contribuisse para um senso de identidade nacional.

Assim como os anos 1960 haviam assistido a um forte ímpeto rumo ao design corporativo funcional na Holanda com a fundação da Total Design, também viram o surgimento do movimento jovem Provo, que enfatizava a liberdade individual e rejeitava o conformismo social. O clima em vigor propiciava terreno fértil para um novo expressionismo no design gráfico, e essa tendência aumentou drasticamente durante os anos 1970 e 1980. Designers do final do século xx, como Anthon Beeke (n. 1940) e os grupos Studio Dumbar, Hard Werken e Wild Plakken foram além dos valores tradicionais da arte e do design holandeses – que enfatizavam a harmonia, a unidade e a ordem – em sua busca de sentido pessoal e expressão subjetiva.

Anthon Beeke participou do Fluxus, movimento neodada dos anos 1960 que explorava a arte conceitual e performática, *happenings*, poesia experimental e arte da linguagem. Essa exposição ajudou Beeke a buscar soluções não convencionais para trabalhos de comunicação visual; ele despontou como um provocador lutando pela máxima liberdade de expressão e pensamento. Seus cartazes [22.37] com frequência usam representações fotográficas da figura humana, geralmente disfarçadas, fragmentadas ou distorcidas para criar ambiguidades impressionantes, experiências perceptuais inesperadas e mensagens chocantes. Muitos de seus trabalhos possuem insinuações eróticas.

O estilo visual do jornalismo tabloide, títulos anotados sobre as fotos ou mesmo tipografia clássica eloquente podiam ser usados e, ocasionalmente, combinados. Beeke e aqueles inspirados por seu exemplo definem o design não como uma busca pela forma ou beleza ideais, mas como uma procura pela verdade subjacente. Essa procura é empreendida de um ponto de vista filosófico, com o reconhecimento de obscuras tendências operando sob a superfície e uma crença de que o design não deve evitar a verdadeira natureza da condição humana, encobrendo a realidade com cores [22.38, 22.39].

Como H. N. Werkman, Ghislain (Gielijn) Daphnis Escher (n. 1945) é um designer que não pode ser colocado em nenhuma categoria. Graças a sua simplicidade e superfícies de cor, seus cartazes destacam-se do ambiente urbano onde são afixados e, graças a sua serena dignidade, sobressaem na multidão. Seus cartazes são expressões estéticas inflexíveis, muito apartadas da corrente principal do moderno design gráfico. Com seu apelo anedótico, sutilmente atingem a essência do tema em pauta [22.40 – 22.42].

Gert Dumbar (n. 1940) fundou o Studio Dumbar em 1977. Inicialmente localizado em Haia e agora em Roterdã, esse estúdio tem uma esfera de atuação abrangente, criando desde projetos experimentais para instituições culturais até programas de identi-



22.37 Anthon Beeke (designer e fotógrafo), cartaz de teatro para *Leonce en Lena* (Leonce e Lena), 1979. A imagem se torna uma alusão ao caráter de sátira disfarçada em comédia da peça de Büchner.

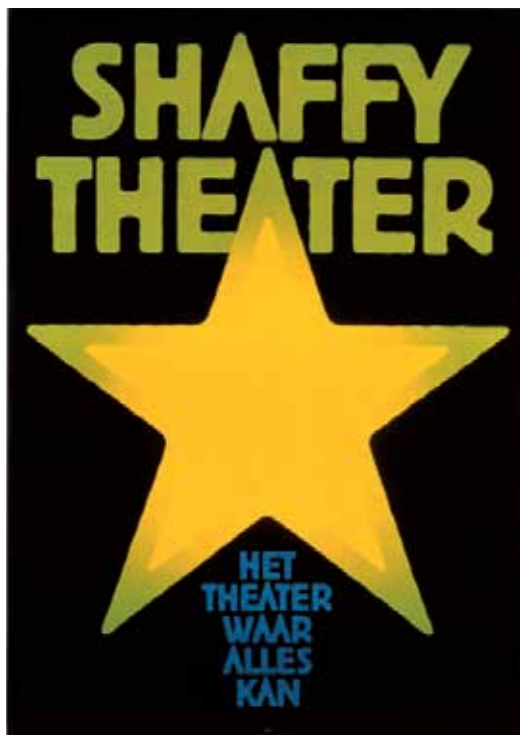


dade corporativa [22.35] e literatura. Dumbar rejeita o que chama de “formas desumanizadas” e defende o design gráfico com “durabilidade estilística para sobreviver além de seu tempo”. Quando estudante de design no Royal College of Art de Londres no início dos anos 1960, Dumbar desenvolveu uma técnica a que chamou de *fotografia teatralizada*, que consiste em naturezas-mortas e ambientes incorporando *objets trouvés* e figuras de papel machê e objetos esculpidos ou montados para o projeto [22.43]. Esses objetos eram fotografados, geralmente por Lex van Pieterse (n. 1946), à frente de painéis de fundo de colagem, que se tornavam parte da composição total. Ilustração, fotografia, tipografia e escultura eram integrados em animada sintaxe visual. Fragmentados, às vezes intrincados até à beira do caos e dispostos em camadas com tipografia complexa, muitos projetos de Dumbar provocavam consternação entre os defensores de uma estética mais ordenada. Mas ao final dos anos 1980 muitos designers europeus imitavam o enfoque do Studio Dumbar, levando seu fundador a decretar a suspensão dessas técnicas em sua empresa.

O Studio Dumbar valoriza o papel do humor e da intuição no design e acredita que um elemento de diversão e jogo deve permear a comunicação visual sempre que apropriado [22.44]. O trabalho de equipe e o diálogo são importantes no processo do estúdio. Dumbar

22.38 Anthon Beeke (designer e fotógrafo), cartaz para *Een meeuw* (A gaivota), 2003. A face de uma mulher circundada por uma guirlanda de plumas a princípio parece ser o miolo de uma flor. Entretanto, a atmosfera carnavalesca rapidamente se torna trágica, já que a face assume a aparência de um espectro manchado de sangue.

22.39 Anthon Beeke (designer e fotógrafo), cartaz para *Hamlet*, 2002. A imagem da caveira para Hamlet a princípio parece ser uma interpretação corriqueira do tema, mas um novo elemento é introduzido quando os olhos são rudemente cobertos com um retângulo vermelho. Mesmo sem olhos, a caveira nos encara através de dois pontos brancos. Seus dentes pronunciam a palavra “hamlet” e parecem estar emitindo uma risada sarcástica.



22.40 Ghislain (Gielijn)
Daphnis Escher, cartaz para o Shaffy Theater, 1974. Em vez de promover uma peça, este cartaz promove o teatro em si mesmo.

22.41 Ghislain (Gielijn)
Daphnis Escher, cartaz "Duetten" (Duetos), 1997. Tanto o título como o tema são habilmente sugeridos pelo arranjo tipográfico.



22.42 Ghislain (Gielijn)
Daphnis Escher, cartaz para a exposição Sandberg Nu: Hommage aan Sandberg (Sandberg agora: homenagem a Sandberg), 2004. O nome Sandberg, que pode ser, grosso modo, traduzido como "montanha arenosa", é representado por um monte de areia.

22.43 Gert Dumbar (designer), Lex van Pieteron (fotógrafo) e Tel Design (estúdio), cartaz para a coleção Mondrian no Haags Gemeentemuseum, 1971. A fantasia escultural de Dumbar provocou grande consternação entre os que não conseguiam entendê-la como uma homenagem perspicaz ao processo criativo de Mondrian.

22.44 Studio Dumbar, cartaz para o Holland Dance Festival (Festival de Dança da Holanda), 1995. Nesta série de cartazes, as formas gráficas ecoam os movimentos dos dançarinos.

é generoso em reconhecer as realizações de seu pessoal e incentiva os enfoques individuais. A estrutura do estúdio é única: quase não há despesas fixas ou burocracia; os designers têm liberdade para se expressar em seu trabalho. O formato retangular de impressos é muitas vezes refutado pela produção de cartazes com formas recortadas, cuja configuração é determinada pelas imagens. O papel dos clientes esclarecidos é reconhecido por Dumbar, que diz esperar que nunca haja um monumento aos designers holandeses, mas sim aos clientes holandeses!

Em 1978 um grupo de designers de Roterdã lançou uma revista mensal [22.45] intitulada *Hard werken* (Trabalho duro); dois anos depois formaram a Hard Werken Design, que era mais uma associação informal que uma empresa estruturada. O grupo incluía Henk Elenga (n. 1947, que mais tarde fundou a Hard Werken L. A. Desk em Los Angeles), Gerard Hadders (n. 1954), Tom van der Haspel (n. 1953), Helen Howard e Rick Vermeulen (n. 1950). Aderindo a uma reação ao formalismo e ao modernismo, a Hard Werken desenvolveu uma atitude descontraída, de que "tudo

é válido". Ao rejeitar todos os estilos e teorias, seus membros procuravam soluções a partir da interpretação subjetiva do problema [22.46]. Sua abertura a qualquer possibilidade concebível de tipografia ou imagem gerava resultados surpreendentes e originais. A Hard Werken enfatizava não só o conteúdo da mensagem, mas também os métodos e materiais usados para transmiti-la ao público [22.47]. Foram suspensos os preceitos formais que governam o design. Ao contrário do clima coletivo do Studio Dumbar, a Hard Werken foi inicialmente uma cooperativa de designers autônomos que podiam decidir quem participaria dos projetos.

A Hard Werken adotou o cenário da arte contemporânea e rejeitou o refinamento do design; seu trabalho conseguia ser cru e ofensivo. Não aderiu a nenhuma posição política ou estética fixa, mas abraçava a anarquia criativa. Ao rejeitar limites, a Hard Werken projetava apresentações audiovisuais, exposições, design de interiores, luminárias e cenários de teatro. Em 1990, o grupo havia evoluído para uma empresa mais estruturada. Assim, em 1994, fundiu-se com o escri-





22.45 Hard Werken Design, capas para a revista *Hard werken*, nº 1, 1979, e nº 10, 1982. A experimentação com imagens, técnicas de impressão e materiais era uma característica dos primeiros projetos da Hard Werken.

22.46 Hard Werken Design, folha de selos de souvenir para o PTT, 1988. Os atributos autorreferenciais da pintura e da literatura modernas são aplicados aos selos postais.

tório de design Ten Cate Bergmans para formar uma grande empresa de comunicações chamada Inizio.

A Hard Werken adotava uma agenda cultural; em contrapartida, a Wild Plakken, associação formada em 1977 por Frank Beekers (n. 1953), Lies Ros (n. 1952) e Rob Schröder (n. 1950), tinha uma missão definida: criavam projetos para clientes que trabalhavam ativamente por uma transformação social ou política. Os designers atuavam de perto em cada projeto. O nome *Wild Plakken* pode ser traduzido como “afixação rebelde” ou “colagem não autorizada de cartazes”. O nome foi dado ao estúdio no início dos anos 1980 porque seu grupo pregava cartazes ilegalmente no centro de Amsterdã; Schröder foi preso diversas vezes por afixação ilegal de cartazes. O Wild Plakken aceitava ou rejeitava trabalhos com base na perspectiva ideológica do cliente; acreditava que o designer deveria buscar a correspondência entre suas convicções e o conteúdo de seus trabalhos gráficos. A produção do grupo tratava de questões como racismo [22.48], meio ambiente, aborto, direitos das mulheres e dos homossexuais. Entre outros, os clientes eram sindicatos, partidos políticos de esquerda, organizações feministas, museus e grupos de arte performática.

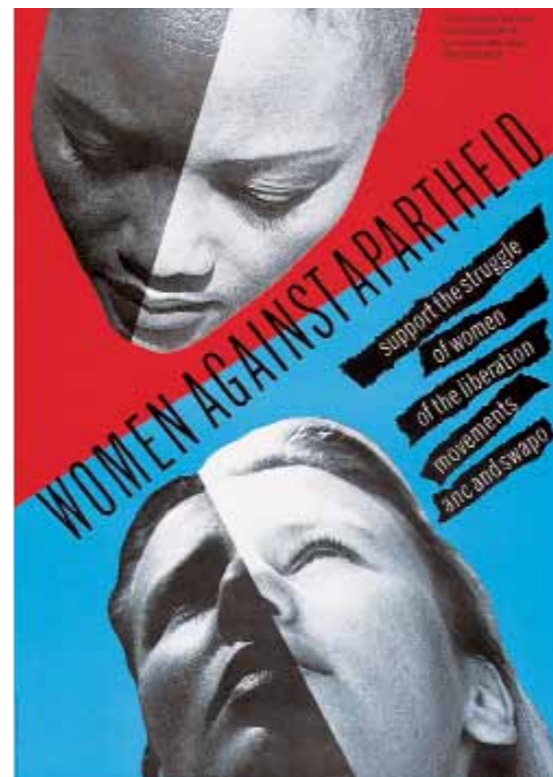
Em seus anos de formação, o Wild Plakken utilizava imagens claras e diretas para o que podiam ser chamados *textos fechados*, porque os espectadores apenas poderiam interpretá-los de uma única maneira, cuidadosamente controlada. À medida que seu trabalho evoluiu, o Wild Plakken apresentou ao público o que se poderia chamar de *textos abertos*, oferecendo maior liberdade de interpretação [22.49, 22.50] ao introduzir imagens surrealistas, fotomontagens com imagens rasgadas e fragmentadas e formas em alegre colorido. Seu trabalho projeta uma energia bruta quando justaposta à fotografia refinada da publicidade impressa convencional.

O trabalho fotográfico era quase que inteiramente realizado pelo próprio Wild Plakken, porque assim os designers podiam ficar livres para experimentar no



22.47 Hard Werken Design, cartaz de festival de filmes, 1989. O néon foi apenas um dos muitos materiais utilizados ao longo dos anos para produzir esta marca.

22.48 Wild Plakken, cartaz para o movimento antiapartheid da Holanda, 1984. A unidade multirracial de todas as mulheres é simbolizada por fotos com as cores de pele escura e clara fundidas.



laboratório ou cortar, rasgar e combinar as imagens, desimpedidos da necessidade de manter a integridade do trabalho alheio. Após onze anos de estreita colaboração, Beekers deixou o Wild Plakken para abrir seu estúdio.

A criatividade e a vitalidade do Studio Dumbar, do Hard Werken e do Wild Plakken inspiraram uma geração de designers holandeses e o conjunto de sua obra incentivou comunicadores visuais em outros países a ampliar os limites da página impressa.

A vida no final do século xx se caracterizou por uma economia globalizada e a comunicação instantânea. Uma vez que as comunidades se tornam cada vez mais internacionais, tradições culturais nacionais e



22.49 Wild Plakken, capa de fôlder internacional, 1988. A capa, usada em Berlim para disseminar informações sobre a cultura holandesa, diz: “Wo nicht nur die tulpen blühen” (Onde não só tulipas florescem).

regionais continuam a estimular atividades de design em muitos países. O rápido crescimento econômico e a industrialização dos países em desenvolvimento foram acompanhados por um crescente profissionalismo no design gráfico. No Oriente Médio, América Latina, Ásia e partes da África, muitos designers combinam tecnologia avançada e tendências do design internacional com suas próprias tradições culturais e formas vernaculares contemporâneas. À medida que declinam as influências coloniais, artistas e designers trabalham para desenvolver uma identidade cultural, reexaminam o papel da arte e do design numa sociedade em transformação e preservam tradições sem deixar de tratar de questões contemporâneas.



22.50 Wild Plakken, selos postais para o PTT: “Kind en verkeer” (crianças e tráfego), 1985; “De vakbeweging” (sindicatos holandeses), 1989; e “Ouderen en mobiliteit” (idosos e mobilidade), 1995. Cores, tipos e imagem são orquestrados em selos dinâmicos.



O design pós-moderno

Nos anos 1970, muitos acreditavam que a Idade Moderna se arrastava para seu final na arte, no design, na política e na literatura. As normas culturais da sociedade ocidental eram esmiuçadas e questionava-se a autoridade das instituições tradicionais. O pluralismo crescia à medida que as pessoas passavam a contestar as doutrinas subjacentes ao modernismo. A busca permanente de igualdade pelas mulheres e minorias contribuía para um clima crescente de diversidade cultural, a exemplo do que faziam a imigração, o trânsito internacional e a comunicação global. Pontos de vista estabelecidos eram desafiados por aqueles que buscavam corrigir a parcialidade e a distorção no registro histórico. A consciência social, econômica e ambiental do período levou muitos a acreditar que a estética moderna não era mais relevante na emergente sociedade pós-industrial. Pessoas de muitos campos adotavam o termo *pós-modernismo* para expressar um clima de mudança cultural. Entre elas se achavam arquitetos, economistas, feministas e até teólogos. De modo vago e desgastado, *pós-*

modernismo se tornou a palavra da moda no último quartel do século xx.

No design, o pós-modernismo significava o rompimento com o Estilo Internacional dominante desde a Bauhaus. Nadavam contra a corrente, ao desafiar a ordem e a clareza do design moderno, particularmente do design corporativo. (Alguns observadores rejeitam o termo *pós-moderno*, alegando que se trata de mera continuação do movimento moderno. *Alto modernismo* e *maneirismo* são apresentados como termos alternativos ao design do final do século xx.) As formas e a terminologia do pós-modernismo possuem significado político e social, expressando atitudes e valores de sua época e conquistou forte sustentação entre a geração de designers surgida nos anos 1970. Talvez o Estilo Internacional tenha sido tão meticulosamente refinado, explorado e aceito que o contragolpe era inevitável. As referências históricas, a decoração e o vernáculo eram desdenhados pelos modernistas, enquanto os pós-modernos utilizaram esses recursos para expandir a gama de possibilidades do design.

À medida que o ativismo social do final dos anos 1960 dava lugar a um envolvimento mais autocentrado e pessoal durante os anos 1970, as autoridades da mídia falavam em “*Me Generation*” (Geração eu) para comunicar o espírito da década. Os aspectos intuitivos e espirituosos do design pós-moderno refletem envolvimento pessoal. Os designers pós-modernos atribuem uma forma ao espaço mais porque “sentem” que deve ser assim do que para atender a uma necessidade racional de comunicação. Por mais radicalmente diferentes que possam ser um cartaz psicodélico e um manual de identidade visual, ambos são, em algum grau, design corporativo, para ou em relação a um corpo unificado de pessoas com valores comuns. Por outro lado, o design pós-moderno é frequentemente subjetivo e até excêntrico; o designer se torna um artista que se apresenta diante da plateia com o virtuosismo de um músico de rua, e o público se sensibiliza ou segue seu caminho.

O abrangente termo *pós-modernismo* não dá conta de tudo, pois, embora a arquitetura possa se enquadrar nitidamente em categorias históricas (vitoriana, *art nouveau*, moderna e pós-moderna), o design gráfico

é extremamente pluralista e diversificado para caber num sistema tão simplista. Três exemplos de expressões de design gráfico sem nenhum paralelo na arquitetura são os cartazes da Primeira Guerra Mundial, o trabalho do grupo Push Pin e a cartazística psicodélica. O design gráfico, rapidamente mutável e efêmero, não chegou a ser totalmente dominado pelo Estilo Internacional do modo como aconteceu com a arquitetura. Genericamente o design gráfico pós-moderno pode ser classificado como um movimento em várias direções importantes: as primeiras ampliações do Estilo Tipográfico Internacional, feitos pelos designers suíços que flexibilizaram as regras do movimento; a tipografia *new wave*, que começou em Basileia, Suíça, graças ao ensino e à pesquisa de Wolfgang Weingart (n. 1941); o exuberante maneirismo do início dos anos 1980, com contribuições importantes do grupo Memphis em Milão, Itália, e de designers de San Francisco; o retrô, as retomadas ecléticas e reinvenções excêntricas de modelos anteriores, particularmente do design europeu vernacular e moderno das décadas entre as guerras mundiais; e a revolução eletrônica engendrada pelo computador Macintosh no final dos anos 1980, que se valeu de todas as investidas anteriores.

PRECURSORES DO DESIGN PÓS-MODERNO

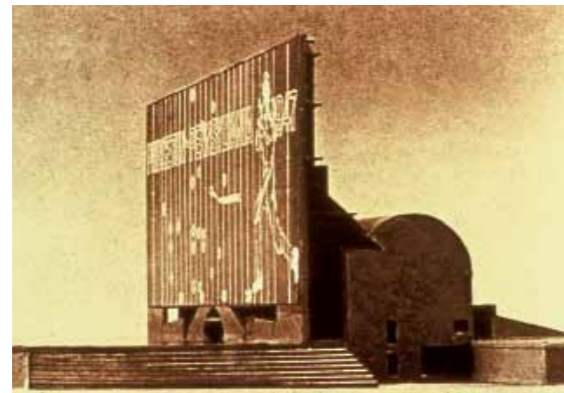
Durante os anos 1960, *supermannerism* (supermaneirismo) e *supergraphics* (supergráfica) foram palavras cunhadas para descrever rupturas com o design moderno. Como em muitos rótulos da história da arte, *supermaneirismo* foi usado pela primeira vez como termo pejorativo. *Maneirismo* foi empregado inicialmente como um rótulo para a arte estilosa do século xvi, que rompia com a beleza natural e harmoniosa da Alta Renascença. O maneirismo se afastava da norma por tomar liberdades em relação ao vocabulário clássico da forma; o termo *supermaneirismo* foi usado inicialmente por defensores do movimento moderno purista para descrever o trabalho de jovens arquitetos cujo vocabulário formal abarcava os deslocamentos de escala e contexto da arte pop. Diagonais em ziguezague eram adicionadas às estruturas horizontais e verticais da arquitetura moderna. Uma



23.2 Barbara Stauffacher Solomon, supergrafismo para Sea Ranch, 1966. Cores primárias vibrantes, letras sem serifa, arcos e diagonais cortantes formam vigoroso contraponto à estrutura arquitetônica e à luz solar.

arquitetura de inclusão substituiu a estética das máquinas e as formas geométricas simples do estilo internacional.

No final dos anos 1960 a aplicação do design gráfico à arquitetura em projetos ambientais de grande escala ampliou os conceitos formais de arte concreta e do Estilo Tipográfico Internacional. *Supergráfica* se tornou o nome popular para formas geométricas contundentes de cores alegres, letras gigantes em Hel-



23.1 Robert Venturi, maquete do concurso para o Football Hall of Fame, 1967. Um luminoso enorme domina o edifício, à medida que informações substituem a estrutura como o “assunto” dominante da arquitetura (foto de George Pohl).

vetica e pictogramas enormes deformando paredes, curvando arestas e escorrendo da parede para o chão e atravessando o teto, expandindo ou contraindo o espaço em distorções de escala. Valores psicológicos, bem como decorativos, eram abordados à medida que os designers criavam formas para animar a sombria arquitetura institucional, inverter ou encurtar a perspectiva de corredores infinitos e trazer vitalidade e cor ao ambiente construído.

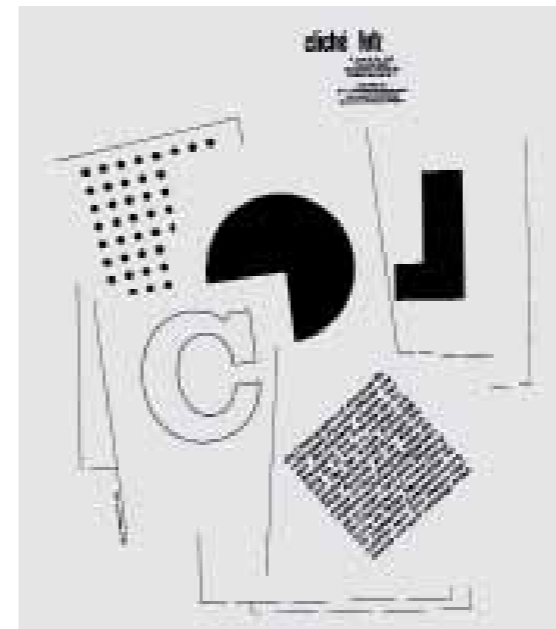
Robert Venturi (n. 1925), natural da Filadélfia, Estados Unidos, é o mais controverso e original arquiteto rotulado de supermaneirista. Quando Venturi olhou para a vulgar e desdenhada paisagem urbana de *outdoors*, letreiros luminosos e edifícios comuns viu uma vitalidade e uma intenção funcional e recomendou aos designers que aprendessem com o esplendor hiperbólico de lugares como Las Vegas. Venturi via o edifício não como forma esculpida, mas como um componente do sistema ambiental mais amplo de tráfego urbano/comunicação/interior/exterior. Usos incomuns e justaposições de materiais, elementos gráficos das ruas comerciais, *outdoors* e letreiros em escala ambiental foram livremente adicionados a seu vocabulário arquitetônico. Venturi vê a comunicação gráfica e as novas tecnologias como ferramentas importantes para a arquitetura; sua proposta para o Football Hall of Fame [23.1] apresentava uma gigantesca placa luminosa que seria visível a quilômetros de distância, no acesso pela rodovia interestadual.

O arquiteto supermaneirista Charles W. Moore (1923-1993) projetou um grande condomínio em Gualala, Califórnia, em meados dos anos 1960. Chamou a designer gráfica Barbara Stauffacher Solomon (n. 1932) para dar vida a paredes e tetos desse grande projeto arquitetônico pela aplicação de cores e formas [23.2]. Barbara, natural de San Francisco e pintora que estudara design gráfico na Escola de Design de Basileia no final dos anos 1950, usou uma paleta de matiz puro e formas elementares em composições que transformaram a totalidade do espaço. Em 1970, o American Institute of Architects (Instituto Americano de Arquitetos) concedeu a ela uma medalha por “projetos audaciosos, novos e estimulantes que ilustram claramente a importância do design racional mas vigoroso para trazer ordem ao cenário urbano”.

Tanto o nome *supergráfica* como a ideia capturaram a imaginação do público; em 1970 supergrafismos estavam sendo usados em sistemas de identificação corporativa, design de interiores para lojas e butiques e para revitalizar ambientes em fábricas e escolas, promovendo maior envolvimento do design gráfico com o design ambiental.

INÍCIO DO DESIGN PÓS-MODERNO NA SUÍÇA

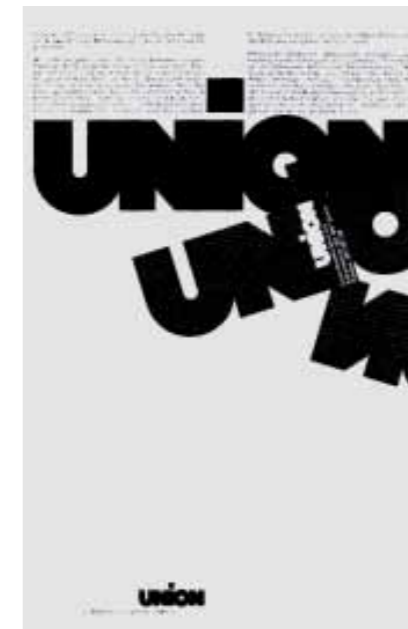
As tendências rumo ao design gráfico pós-moderno surgiram inicialmente de pessoas que trabalhavam segundo os princípios do Estilo Tipográfico Internacional. A principal diretriz desse movimento era a tipografia neutra e objetiva; raramente se permitia que elementos lúdicos, inesperados e desordenados invadissem sua fria clareza e objetividade científica. Um dos primeiros indícios de que uma geração mais jovem de designers gráficos estava começando a ampliar sua gama de possibilidades nos anos 1960 foi o anúncio de 1964 [23.3] para a gráfica E. Lutz & Company realizado por Rosmarie Tissi. Diferentes materiais impressos pelo cliente – títulos, texto, retículas e sólidos – são ilustrados por símbolos elementares.



Em vez de alinhar essas cinco imagens em caixas organizadas num grid, elas parecem ter sido dispostas de modo intuitivo e aleatório. As linhas que delimitam os quadrados nos quais essas imagens estão posicionadas estão incompletas para envolver o espectador, que deve preencher as linhas omitidas.

Em 1966 Siegfried Odermatt projetou uma marca para a Union Safe Company que é a antítese do projeto suíço, pois as letras na palavra *Union* são amontoadas para formar uma unidade compacta sugerindo a robustez do produto [cofres], com isso sacrificando a legibilidade. Em anúncios de página inteira nos jornais para a Union [23.4], veiculados durante prestigiosos congressos de bancos, Odermatt tratou esse logotipo como forma pura, criando uma dinâmica plástica. Odermatt e Tissi sempre usaram forte impacto gráfico, um sentido lúdico da forma e manipulação inesperada do espaço na busca de soluções lógicas e eficazes para problemas de projeto.

Quando Odermatt e Tissi se voltaram para o design de tipos, sua originalidade formal produziu letras inesperadas, como se pode ver no anúncio de Tissi para a Englersatz AG [23.5]. Um folheto de apresentação que ela projetou para a gráfica Anton Schöb [23.6] alcança vitalidade tipográfica pela sobreposição e



23.3 Rosmarie Tissi, anúncio para E. Lutz & Company, 1964. O espaço ganha vida por meio de desvios e ângulos sutis que lançam a página em estado de animação suspensa.

23.4 Siegfried Odermatt, anúncio para os cofres Union, 1968. A sobreposição e o recorte da marca, impressa em preto e cinza azulado, trazem para a página do jornal a vitalidade e o impacto da forma pura.

23.5 Rosmarie Tissi, anúncio para a gráfica Englersatz AG, 1980. As formas geométricas inusitadas dos tipos de Tissi envolvem o espectador com sua textura e volumetria.



23.6 Rosmarie Tissi, mala direta para a gráfica Anton Schöb, 1981. O dinamismo de cor e forma cria um fundo expressivo para a mensagem.



23.7 Steff Geissbuhler, capa de folheto da Geigy, 1965. A legibilidade é sacrificada em favor da organização visual dinâmica.

combinação de letras. Posicionar textos em formas geométricas cuja configuração é gerada pelos comprimentos de linha é uma técnica que Odermatt e Tissi frequentemente usaram durante os anos 1980.

Outro designer suíço com forte interesse pela complexidade da forma é Steff Geissbuhler (n. 1942), que entrou para a companhia farmacêutica Geigy em meados dos anos 1960. Em um folheto institucional que projetou para o departamento de publicidade [23.7], a configuração tipográfica em espiral forma um túnel cilíndrico que recua para dentro do espaço. Ele se mudou para a Filadélfia e dedicou-se a uma prática independente antes de se tornar sócio da Chermayeff & Geismar Associates, onde criou programas de identidade corporativa para Merck, Time Warner, NBC, Telemundo, Union Pacific Corporation, Museu de Arte de Toledo, Crane & Co. e May Department Stores Companies, entre outras. A complexidade formal jamais é usada como fim em si mesma; a dinâmica de componentes múltiplos formando um todo brota do conteúdo do problema em pauta [23.8]. O cuidadoso controle estrutural possibilita a Geissbuhler organizar vasta quantidade de elementos em um todo coeso.

Outros designers suíços se interessaram pelo uso da tipografia como meio de flexibilizar as regras do modernismo e de adotar uma prática mais experimental. Bruno Monguzzi (n. 1941) é um extraordinário designer, tipógrafo e professor. Depois de estudar em Genebra e Londres, começou sua carreira no Studio Boggeri, em Milão, em 1961. Suas soluções tipográficas expressam o tema por meio de um vínculo inovador entre forma e função. Em seu cartaz para a exposição *Anwesenheit bei Abwesenheit: The Photograms in 20th Century Art* (Presença na ausência: os fotogramas na arte do século XX) [23.9], sua ideia era representar o tema sensibilizando diretamente a emulsão do papel fotográfico. Para isso ele criou o fotograma de uma mão segurando uma forma circular perfeita contra um retângulo arredondado revelando um fundo quadriculado. O resultado é forte, em termos visuais e conceituais, evocando as ideias do surrealismo e do construtivismo e ao mesmo tempo integrando tipos e imagem para criar um cartaz chamativo.

Odermatt, Tissi, Geissbuhler e outros, trabalhando nos anos 1960, não se rebelaram contra o Estilo Tipo-



gráfico Internacional; em vez disso, tensionaram seus parâmetros. Nos anos 1970, esse desdobramento foi seguido por uma ruptura, à medida que profissionais e professores formados no Estilo Tipográfico Internacional procuravam reinventar o design tipográfico. Esses novos rumos foram logo rotulados de *tipografia new wave*.

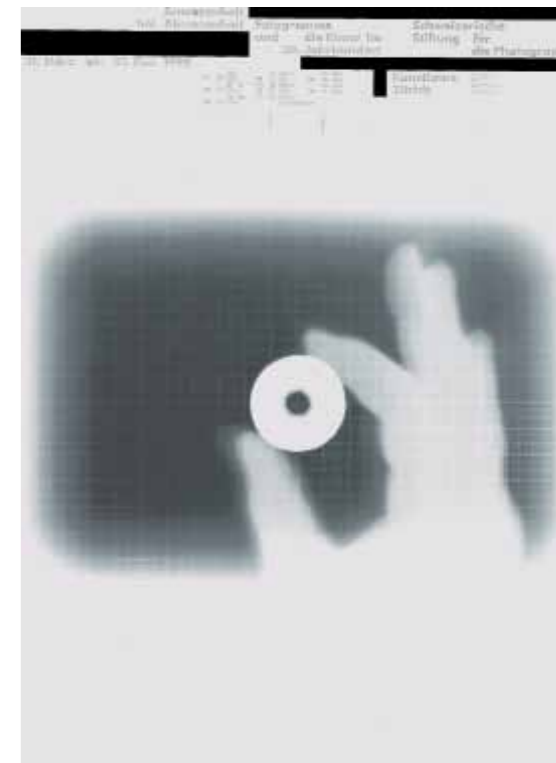
TIPOGRAFIA NEW WAVE

Tal como Herbert Bayer, Jan Tschichold e outros haviam adotado uma nova abordagem do design tipográfico nos anos 1920, cerca de quarenta anos depois uma oposição ao formalismo frio da tradição modernista surgia inicialmente na Suíça e depois se espalhava pelo mundo. Em 1964 o jovem alemão Wolfgang Weingart, que já havia concluído um aprendizado de três anos em tipografia [23.10] e estudado arte, chegou a Basileia para estudar com Emil Ruder. Weingart juntou-se a Armin Hofmann no corpo docente da Escola de Basileia em 1968. Quando aluno, havia trabalhado sob a influência de Ruder e Hofmann; quando começou a lecionar, porém, suas aulas sobre tipos eram diferentes da de seus orientadores. Weingart questionava a tipografia da ordem e nitidez absolutas. Ele cogitava se acaso o Estilo Internacio-

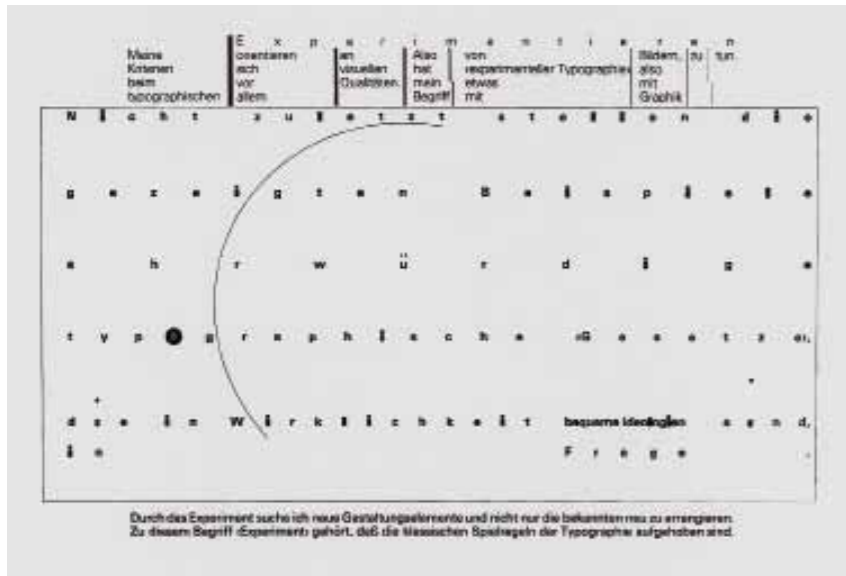
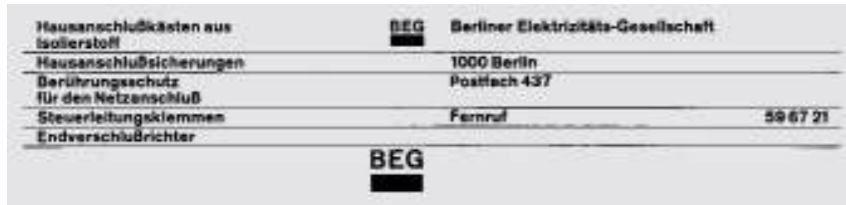
nal não teria se tornado tão refinado e dominante em todo o mundo que entrara numa fase anêmica. Rejeitando o ângulo reto como princípio exclusivo de organização, Weingart chegou a um design jovial e intuitivo, com riqueza de efeitos visuais. Ideologia e regras desmoronaram diante de sua energia ilimitada. Valendo-se de amplo conhecimento técnico e de uma disposição para explorar o novo, elevou a intensidade da página.

De 1968 a 1974 Weingart trabalhou com tipos de chumbo e sistemas de impressão tipográfica [23.11, 23.12]. Em seu ensino e projetos pessoais, ele procurou insuflar um novo espírito de ordem e clareza na tipografia ao questionar as premissas, regras e aspectos superficiais que estavam enrijecendo as inovações dos mestres suíços num estilo acadêmico. Regras consagradas de tipografia e sistemas de linguagem visual eram repensados. Para enfatizar uma palavra importante num título, Weingart com frequência a colocava em branco sobre um retângulo preto. Retomou o espaçamento largo, que havia sido descartado por

23.9 Bruno Monguzzi, cartaz para a exposição *Anwesenheit bei Abwesenheit: The Photograms in 20th Century Art*, 1990.



23.8 Steff Geissbuhler, cartaz de serviços financeiros da Blazer, 1974. Uma repetição de formas movendo-se pelo espaço sugere viagem, evocando, ao mesmo tempo, categorias de serviço. Este é um dos cinco cartazes usados como painéis decorativos.



23.10 Wolfgang Weingart, trecho de avaliação alemã de tipografia, 1963. A forte influência da tipografia suíça é evidente.

23.11 Wolfgang Weingart, composição experimental de texto, 1969. Os conceitos tradicionais de espaçamento de palavras e letras que datavam dos tempos medievais eram colocados em cheque.

causa do fascínio pelos tipos apertados na revolução dos sistemas tipográficos de metal para os sistemas fotográficos nos anos 1960. Em resposta a um pedido para identificar as modalidades de tipografia que ele projetava, Weingart listou: “tipo luz do sol, tipo coelho, tipo formiga, tipo cinco minutos, tipo máquina de escrever” e “tipo para o povo”. O humor e as metáforas expressivas usados por Weingart para definir seu trabalho encontram estreitos paralelos em sua imaginação tipográfica.

Porém, em meados dos anos 1970, Weingart tomou nova direção quando voltou sua atenção para a impressão *offset* e o sistema de filme. Ele usava a câmera do impressor para alterar imagens e explorava as propriedades singulares do fotolito. Weingart começou a se afastar do projeto puramente tipográfico e adotou a colagem como meio de comunicação visual [23.13]. Uma nova técnica – a intercalação ou estratificação de imagens e tipos fotografados como

23.12 Wolfgang Weingart, experiências tipográficas, 1971. Uma exploração de forma e espaço relaciona pontos com letras. Quatro palavras em alemão exploram formas invertidas de “m” em caixa-baixa para compor um “E” e um “w”, enquanto dois-pontos e apóstrofos são combinados para formar a letra “u” acentuada.



diapositivos – permitiu-lhe sobrepor informações visuais complexas [23.14], justapor texturas e imagens e unificar de maneiras inéditas tipografia e imagens figurativas. Ele se encantava particularmente com as qualidades gráficas de pontos reticulares ampliados [23.15] e os efeitos *moiré* produzidos quando esses padrões de pontos são sobrepostos e depois deslocados um sobre o outro. Seu processo de design envolvia múltiplos fotolitos positivos e máscaras, que eram empilhados, organizados e então expostos com cuidadoso registro para produzir um negativo, que ia para a impressora. No trabalho em cores como o cartaz da exposição *Kunstcredit* [23.16], o processo era ampliado para permitir a interação de duas cores, usando sobreimpressão para construir camadas volumétricas de formas ilusionistas.

Weingart defende o “enfoque Gutenberg” na comunicação gráfica: os designers, como os primeiros tipógrafos, devem envolver-se em todos os aspectos do

23.14 Wolfgang Weingart, cartaz de exposição, 1977. Um caleidoscópio de imagens e formas mutáveis coloca em jogo experiências do museu e sua arte.



23.13 Wolfgang Weingart, anúncio na revista *Typografische Monatsblätter*, 1974. Esta colagem com sobreposição de imagens e recortes complexos, usa números e setas, em vez do sequenciamento da esquerda para a direita e de cima para baixo, para conduzir o leitor.



23.15 Wolfgang Weingart, cartaz de exposição, 1982. Padrões *moiré* são criados por camadas de fotolitos.

23.16 Wolfgang Weingart, cartaz de exposição, 1982. Padrões modulados de pontos coloridos sobrepostos distorcem e regulam o espaço.



23.17 Dan Friedman, capa da revista *Typografische Monatsblätter*, 1971. As letras se tornam objetos que se movem no tempo e no espaço urbano.

processo (incluindo conceito, composição, produção, pré-impressão e impressão) para garantir a realização de seu ponto de vista. No momento em que versões homogêneas das inovações de Weingart foram assimiladas pela corrente dominante do design gráfico, ele já havia avançado para novos estudos.

Em outubro de 1972, Weingart viajou para os Estados Unidos e realizou apresentações em oito proeminentes escolas de design. Sua nova sensibilidade caiu em solo fértil. Alguns jovens designers que haviam passado um período em Basileia voltaram depois aos Estados Unidos para lecionar e praticar – entre eles, estavam Dan Friedman (1945-1995), April Greiman (n. 1948) e Willi Kunz (n. 1943). Um novo vocabulário tipográfico começou a penetrar no campo do design norte-americano, que se inquietava com a onipresença de sistemas de identidade corporativa sem serifa baseados em grids. Weingart e outros que inauguraram a nova onda tipográfica rejeitavam com veemência a noção de estilo e viam seu trabalho como uma tentativa de expandir os parâmetros da comunicação tipográfica. No entanto, sua obra foi amplamente imitada, sobretudo na formação em design, e

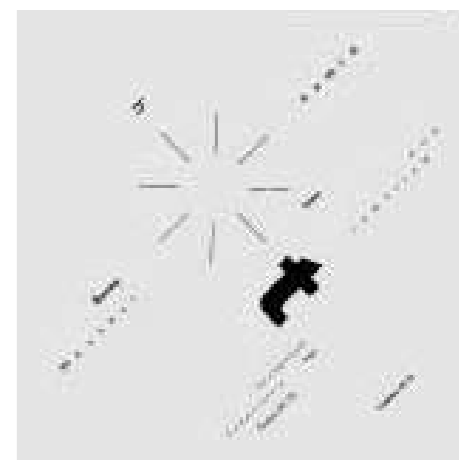
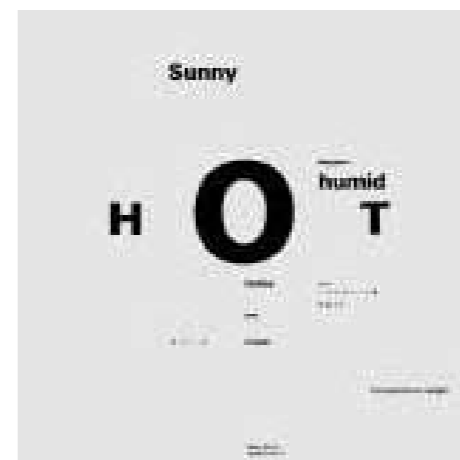
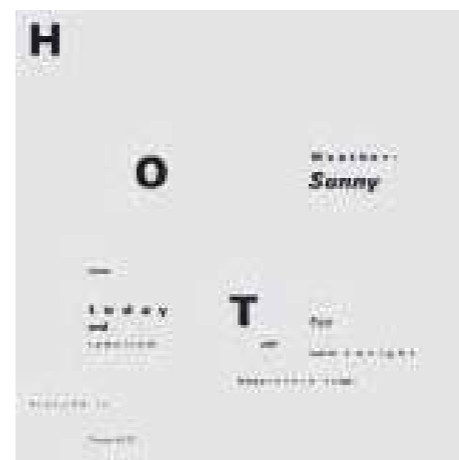
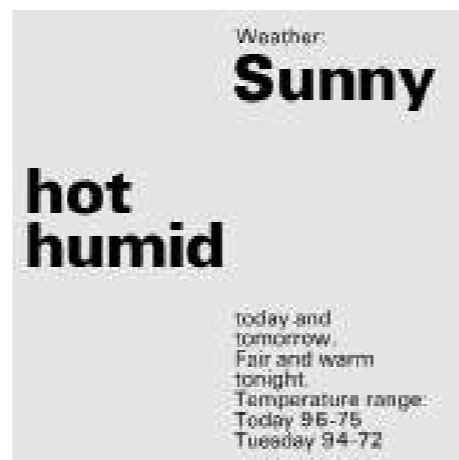
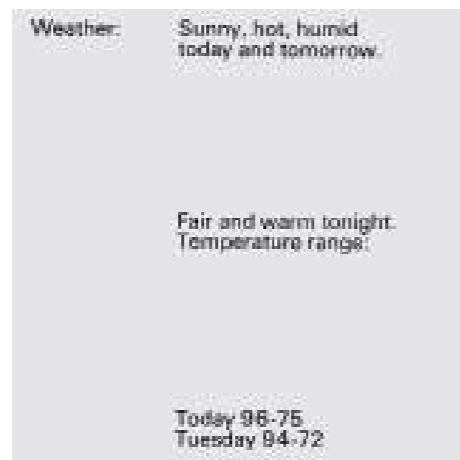
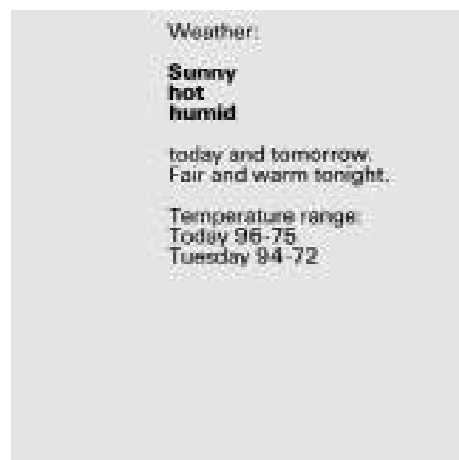
deu origem a uma abordagem tipográfica dominante no final dos anos 1970 e 1980. Ideias de design exploradas por Weingart e seus alunos no fim dos anos 1960 e início dos 1970 e adotadas uma década depois incluem tipos sem serifa espacejados, fios grossos escalonados em degraus, linhas pautadas pontuando e animando o espaço, tipos diagonais, introdução de tipos itálicos e/ou mudanças de peso dentro das palavras e tipos negativados em uma série de barras.

Dan Friedman, norte-americano que estudou no Instituto de Design de Ulm em 1967 e 1968 e na Escola de Design de Basileia de 1968 a 1970, repensou a natureza das formas tipográficas e o modo como poderiam operar no espaço; chamou sua capa para a revista *Typografische Monatsblätter* [23.17] de “manifesto visual por uma tipografia mais inclusiva”. Depois de retornar aos Estados Unidos, ministrou cursos na Universidade de Yale e no Philadelphia College of Art em 1970 e 1971. Num momento em que a impressão por prensa tipográfica entrava em colapso, mas os novos processos fotográficos e gerados por computador ainda estavam evoluindo, Friedman solucionou o problema de ensinar os fundamentos de uma nova tipografia por meio de investigações sintáticas e semânticas, usando motes banais como um boletim meteorológico [23.18]. Depois de explorar princípios de ritmo, harmonia e proporção, os alunos recebiam uma mensagem neutra em Univers 55 e 65 de 30 pontos. Uma sequência de operações

de projeto, das simples às complexas, era conduzida, variando-se os efeitos da mensagem por meio de mudanças de posição; peso e escala; inclinação (romano para itálico); espaçamento de linhas, palavras e letras; agrupamento; gesto simbólico; e comparação figurativa. Outra preocupação era a avaliação de legibilidade e inteligibilidade, pois Friedman acreditava “que a legibilidade (uma qualidade de leitura eficiente, clara e simples) está em conflito constante com a inteligibilidade (uma qualidade que promove interesse, prazer e desafio na leitura)”. Ele recomendava a seus alunos que realizassem seu trabalho de modo funcional e esteticamente não convencional. A exploração dos intervalos espaciais entre letras, linhas e palavras conferiu a alguns trabalhos de Friedman e seus alunos uma qualidade desconstruída – isto é, a estrutura sintática era fragmentada. Mas, mesmo nas soluções mais fortuitas, é inegável a presença de uma estrutura subjacente. A divulgação desses trabalhos em 1973 no periódico *Visible Language* produziu uma influência generalizada na formação em tipografia nos Estados Unidos e em outros países.

O design gráfico, o mobiliário e os trabalhos de escultura de Friedman eram paradigmas das correntes pós-modernas emergentes. Sua educação formal em Ulm e experimentação tipográfica em Basileia foram sintetizadas enquanto ele contrapunha a estrutura formal a formas espontâneas e expressivas [23.19, 23.20]. Textura, superfície e estratificação espacial

23.18 Dan Friedman (professor) e Rosalie Hanson (aluna), permutações tipográficas, 1970. Os alunos de Friedman exploravam contrastes: funcional/não convencional, legível/inteligível, simples/complexo, ordenado/desordenado, legível/imprevisível, estático/dinâmico e banal/original.



23.19 Dan Friedman (em associação com Anspach Grossman Portugal, Inc.), proposta de embalagens para presentes da Bonwit Teller, 1977. Formas espontâneas desenhadas à mão são dispostas em camadas com padrões e tipografia lineares mecânicos.



23.20 Dan Friedman, formulário de pedidos para Chicken Little's, 1978. A clareza racional é justaposta a uma espontaneidade solta, decorativa.



23.22 April Greiman, anúncio do China Club, 1980. A sobreposição de formas e movimentos para dentro e para fora do espaço desafiam a chapada página tipográfica.



23.23 April Greiman, convite do China Club, 1980. O espaço é animado por formas gestuais e geométricas movendo-se em contraponto à estrutura tipográfica.

23.21 April Greiman, cabeçalho para Luxe, 1978. O fio escalonado, mistura de tipo espaçado e itálico e o isolamento de cada letra como forma independente refletem a herança da Basileia em Greiman.



eram exploradas em seu trabalho; formas orgânicas e geométricas eram contrapostas. Friedman acreditava que as formas poderiam ser divertidas de olhar, e provocativas, e injetou livremente essas propriedades em seus projetos. À medida que seu trabalho avançou, ele rejeitou o termo *pós-modernismo* em favor de *modernismo radical*, que definiu como uma reafirmação do ideal do modernismo, alterado para acomodar as mudanças culturais e sociais radicais ocorridas no final do século xx.

Na Costa Oeste, April Greiman fundou um estúdio em Los Angeles depois de estudar com Weingart e Hofmann em Basileia no início dos anos 1970. Weingart observou: “April Greiman levou as ideias desenvolvidas em Basileia para uma nova direção, particularmente em seu uso da cor e da fotografia. Tudo é possível na América!”. Embora se valha do design da escola suíça, usando formas como o fio escalonado na parte inferior do logotipo de Luxe [23.21], que se inspirava nas escadas em ruínas de um sítio arqueológico visitado por Weingart durante suas viagens, ela desenvolveu uma nova atitude em relação ao espaço.

O projeto tipográfico, que normalmente é a mais bidimensional de todas as disciplinas visuais, foi subvertido por April Greiman, que obtém um sentido de profundidade em suas páginas. Formas sobrepostas, linhas diagonais que implicam perspectiva ou a invertem, traços gestuais que recuam no espaço, sobrepõem-se ou se movem por trás de elementos geométricos, e formas flutuantes que lançam sombras são os meios de que ela se utiliza para levar as formas a se mover para frente e para trás da superfície da página impressa. O espaço tipográfico de Greiman opera com o mesmo princípio diretor definido por El Lissitzki em suas pinturas PROUN, mas nunca aplicado à sua tipografia [23.22, 23.23].

Fortes qualidades táteis são encontradas no trabalho de Greiman, já que as texturas resultantes da ampliação da retícula da quadricromia e padrões repetitivos de pontos ou linhas contrastam com formas chapadas de cor. A dispersão intuitiva de tantos elementos poderia desabar no caos, mas uma organização de ponto-contraponto mantém a ordem, atraindo o olhar para a página por meio de elementos dominantes que rapidamente levam a outros.

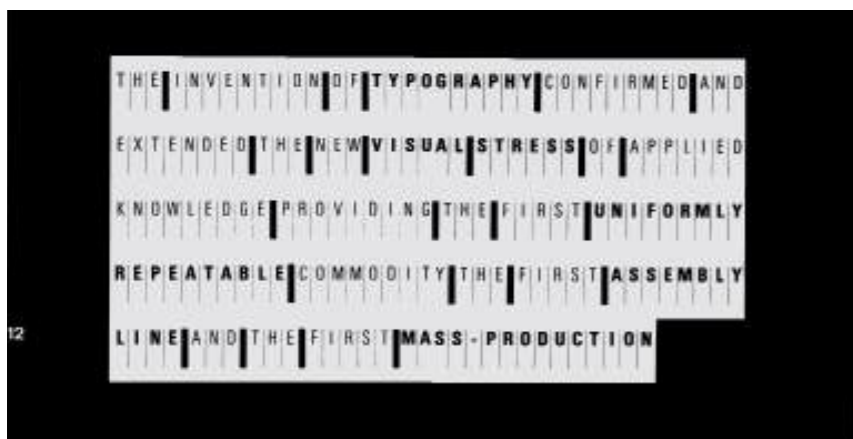
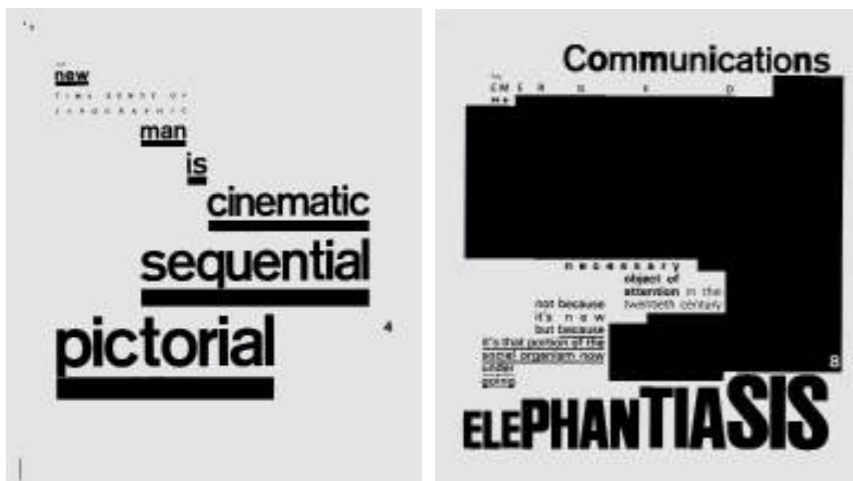
Em colaboração com o fotógrafo Jayme Odgers (n. 1939), Greiman conduziu o design gráfico e a ilustração fotográfica para um novo âmbito do espaço dinâmico [23.24]. Elementos gráficos se tornam parte do espaço real das fotos. As fotos em grande angular de Odgers, com extrema profundidade de campo, têm objetos investindo para o espaço do quadro a partir das margens.



O suíço de nascimento Willi Kunz teve papel de destaque na introdução, nos Estados Unidos, da nova tipografia desenvolvida em Basileia. Depois de ser aprendiz de tipógrafo, Kunz completou seus estudos de pós-graduação na Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich. Mudou-se para a cidade de Nova York em 1970 e trabalhou como designer gráfico até 1973, quando aceitou um convite para lecionar tipografia na Escola de Design de Basileia por um ano como substituto durante um sabático de Weingart. Inspirado pela pesquisa de Weingart e seus alunos e com a oficina de tipos à sua disposição, Kunz iniciou uma série de interpretações tipográficas dos escritos do filósofo canadense Marshall McLuhan. Esses textos foram impressos manualmente e publicados sob o título *12 Typographic Interpretations* (12 interpretações tipográficas) [23.25]. Os pensamentos de McLuhan sobre comunicação e impressão eram visualizados e intensificados por pesos de tipo contrastantes, às vezes dentro da mesma palavra; formas geométricas escalonadas; espaçamento heterodoxo de letras, palavras e linhas; linhas e barras usadas como pontuação visual e elementos espaciais; e áreas textuais introduzidas no campo espacial.

Depois que Kunz retornou a Nova York e estabeleceu seu escritório de design, seu cartaz de exposição para o fotógrafo Fredrich Cantor [23.26] foi saudado pela revista *Print* como um “exemplo requintado do design pós-moderno”. Os tamanhos contrastantes

23.24 April Greiman (design e tipografia) e Jayme Odgers (direção de arte, fotografia e design), cartaz para o California Institute of the Arts, 1979. A superfície impressa é redefinida como um *continuum* de tempo e espaço.



23.25 Willi Kunz, páginas de 12 *Typographical Interpretations*, 1975. Marshall McLuhan observou que Kunz entendeu “o intervalo ressonante ao estruturar projetos”.

das fotos, os pesos misturados da tipografia, os tipos espaçados em diagonais e o padrão escalonado de pontos cobrindo parte do espaço: tudo prenunciava a chegada de uma nova sintaxe tipográfica.

Kunz não constrói seu trabalho em um grid predeterminado; ao contrário, começa a composição visual e permite que a estrutura e os alinhamentos brotem ao longo do processo. Ele concebe suas constelações tipográficas preocupado com a mensagem essencial, a estrutura se desenvolve em resposta às informações a serem transmitidas. Ele poderia ser chamado de arquiteto da informação, já que utiliza hierarquia e sintaxe visual para trazer ordem e clareza às mensagens, como se nota em um anúncio da programação de uma série de palestras e exposição



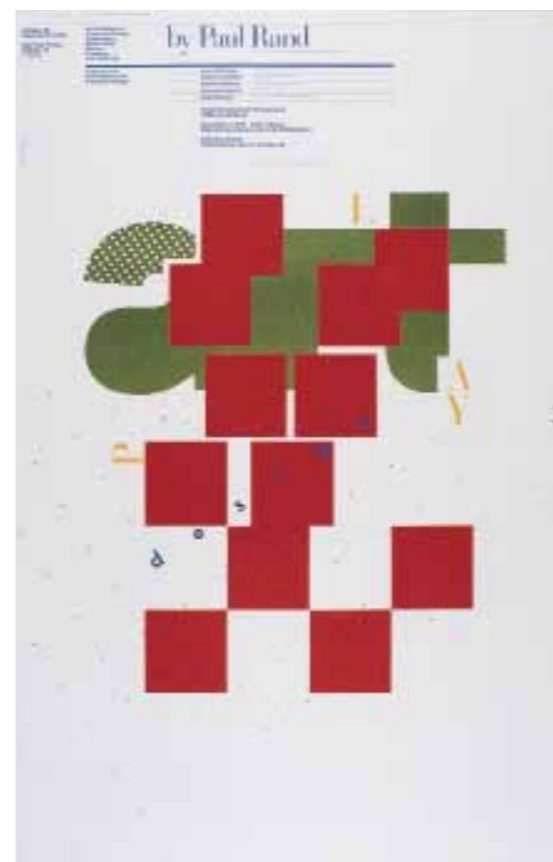
23.27 Willi Kunz, cartaz para oficina em tipografia, 1974.

[23.27]. Seu método de trabalho não é diferente do processo usado por Piet Zwart, porque ele acredita que o design deve ser resolvido com os materiais tipográficos reais e geralmente não gasta muito tempo trabalhando em esboços preliminares. Depois de concebidas as ideias básicas, ele compõe o material tipográfico e em seguida desenvolve a solução final a partir de uma cuidadosa sondagem das possibilidades organizacionais do projeto.

À medida que a tipografia *new wave* se difundia, muitos designers que trabalhavam no Estilo Tipográfico Internacional começaram a testar seus preceitos ante as atitudes exploratórias que estavam surgindo. Técnicas dadaístas de montagem eram usadas; grids eram definidos, depois violados; elementos funcionais

da Nova Tipografia dos anos 1920 eram usados como decorativos; e os designers começaram a definir o espaço total como um campo de tensão, quase como Zwart havia feito meio século antes. Além disso, a intuição e o jogo retornaram ao processo do design. Isso pode ser visto no trabalho do designer e pedagogo Kenneth Hiebert (n. 1930), que manteve o equilíbrio harmonioso alcançado mediante a experiência com sistemas de grid, mas, em projetos como seu cartaz “art/design/play” para uma exposição de Paul Rand em 1979 [23.28], introduziu textura, um padrão de pontinhos e uma gama mais ampla de tipos, além de deslocar formas no grid.

Uma das primeiras aplicações do termo arquitetônico *pós-moderno* ao design gráfico foi no título de uma exposição em 1977 em Chicago, cujo curador era Bill Bonnell: *Postmodern Typography: Recent American Developments* (Tipografia pós-moderna:



23.26 Willi Kunz, cartaz de exposição de fotografia, 1978. Um equilíbrio dinâmico é alcançado.



AS ESCOLAS DE MEMPHIS E SAN FRANCISCO

Um novo movimento no design pós-moderno conquistou destaque internacional quando se encerravam os anos 1970 e tinha início a década de 1980. Esses trabalhos eram pluralistas, ecléticos e hedonistas. Os designers estavam profundamente apaixonados por textura, padrão, superfície e cor, e uma alegre inovação da geometria ocorreu em muitos lugares, com contribuições importantes de diferentes grupos, como o de arquitetos e designers de produto em Milão, Itália, e dos designers gráficos em San Francisco, Califórnia.

Uma inspiração importante para todas as áreas do design surgiu em 1981, quando a atenção mundial se voltou para uma exposição do grupo de design italiano Memphis, liderado pelo eminente arquiteto e designer de produto Ettore Sottsass (1917-2007). O grupo escolheu o nome *Memphis* em referência à inspiração

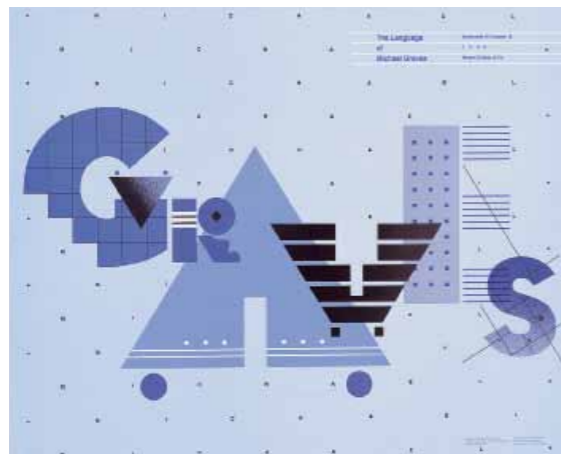
23.28 Kenneth Hiebert, exposição e cartaz de simpósio, 1979. Uma estrutura formal de grid é sugerida, mas um alegre processo intuitivo de exploração da forma levou Hiebert a construir relações inesperadas.



23.29 Christoph Radl e Valentina Grego, projetos de logotipo do estúdio Memphis, início dos anos 1980. O vocabulário de forma e padrão do Memphis recebe expressão tipográfica nesta série de estudos de logotipo.

que tirava tanto da cultura popular contemporânea como dos artefatos e ornamentos de civilizações antigas. A função se tornava secundária em relação aos atributos da superfície, cor e formas fantásticas em suas luminárias, sofás e gabinetes. A sensibilidade do grupo Memphis abarca exageradas formas geométricas em cores vivas (até extravagantes), audaciosos padrões geométricos e orgânicos, geralmente impressos em laminados plásticos combinados a alusões a civilizações antigas, como o mármore e o granito nas pernas de mesas e cadeiras, evocando as colunas da arquitetura greco-romana. Nos projetos do Memphis, a forma já não acompanha a função – ela se torna a razão de existência do projeto. Christoph Radl [23.29] comandava o setor de design gráfico do grupo. A atitude experimental, o fascínio pela padronagem colorida tátil e decorativa e a geometria exuberante tiveram influência direta no design pós-moderno do mundo inteiro. O Memphis explodiu na cena assim que os prósperos anos 1980 montaram o palco para um período de extravagância decorativa.

O arquiteto pós-modernista Michael Graves (n. 1934) se tornou outra fonte de inspiração do design. Ele ficou conhecido nos anos 1960 pelas residências projetadas na tradição minimalista do modernismo ortodoxo influenciado por Le Corbusier. No final dos anos 1970, rebelou-se contra a tradição modernista e expandiu sua gama de formas arquitetônicas. As colonatas e *loggias* clássicas foram retomadas e combinadas com elementos visuais inspirados por pintu-



23.30 William Longhauser, cartaz para uma exposição de Michael Graves, 1983. As letras retêm sua legibilidade sendo ao mesmo tempo transformadas em formas geométricas decorativas evocando uma paisagem arquitetônica pós-moderna.

ras cubistas. A geometria de Graves não é o purismo tranquilo de Mies van der Rohe, é uma geometria forte, animada, de superfícies decorativas e padronagens táteis. Seus motivos visuais estão expressos em um cartaz projetado pelo designer gráfico da Filadélfia William Longhauser (n. 1947) para uma exposição de trabalhos de Graves [23.30]. Nesse cartaz, que se tornou um projeto pós-moderno emblemático, um padrão de fundo de pontos repetitivos é produzido pelas letras M I C H A E L spacejadas sobre um grid.

A comunidade do design e as escolas de arte de San Francisco foram fortemente influenciadas pelo Estilo Internacional. Essa direção foi entremeada pelo florescimento do cartaz psicodélico no final dos anos 1960, que deu uma amostra do enorme potencial que existia para formas e cores inovadoras. No início dos anos 1980, o design pós-moderno de San Francisco emergiu rapidamente, trazendo para a cidade a reputação de um dos principais centros de design. Michael Vanderbyl (n. 1947), Michael Manwaring (n. 1942) e Michael Cronin (n. 1951) figuraram com destaque. Houve intenso diálogo entre esses e outros designers da Bay Area, favorecendo o avanço do movimento pós-moderno no local. A gama de possibilidades gráficas que exploravam juntos transmitia otimismo, senso de humor e uma atitude desinibida em relação à forma e ao espaço. Em seu trabalho encontram-se gestos livremente traçados, uma paleta ensolarada de tons pastel e a composição intuitiva. Usavam com frequência o cinza com matizes de lavanda, turquesa e pêssego.

O cartaz de Vanderbyl para a California Public Radio [23.31] é um importante precursor da nova escola. A paleta, a repetição de linhas e o padrão de ondas de rádio ao fundo prenunciam os novos rumos. Essas formas são cuidadosamente selecionadas por seu significado simbólico; desempenham também sólidos papéis decorativos e estruturais. Vanderbyl prestou homenagem ao mobiliário exuberante e aos projetos de tecidos do Memphis em uma mala direta promocional para a Simpson Paper Company [23.32] e dedicou seu engenho para a arquitetura pós-moderna em uma série de cartazes que usavam imagens gráficas para fazer comentários sobre aspectos do movimento [23.33]. Essa série evidencia o aparecimento



23.31 Michael Vanderbyl, cartaz da California Public Radio, 1979. Um retângulo venda o olho enquanto os triângulos sobre a orelha e abrindo-se diante da boca simbolizam o meio auditivo, não visual, do rádio.



23.33 Michael Vanderbyl, cartaz de arquitetura pós-moderna, 1984. Um edifício pós-moderno “inovador” mostra a língua para um edifício moderno “obsoleto”, a estereotipada e frequentemente criticada “monótona caixa de vidro”.



23.34 Michael Vanderbyl, capa para um catálogo de mobiliário executiva da HBF, 1985. Linhas gestuais são usadas como elementos decorativos.

de uma atitude autorreferente nas disciplinas do design. Em trabalhos gráficos para produtos que variam de bonés de lã tricotados a móveis de escritório [23.34], Vanderbyl combina vitalidade casual pós-moderna com nitidez tipográfica, que faz coro com seus antecedentes na tipografia disciplinada do Estilo Tipográfico Internacional. O catálogo da Hickory Business Furniture é parte de um programa sistemático de design, combinando arte gráfica informativa com expressão visual vibrante.

Em projetos da Bay Area, os elementos recebem papéis simbólicos e se tornam parte do conteúdo. Uma ressonância lírica permeia as cores, a forma e a



23.32 Michael Vanderbyl, mala direta promocional para a Simpson Paper Company, 1985. Disposição em diagonal, letras com textura e fontes mistas fazem coro ao vigor descontraído do estúdio italiano de design Memphis.



23.35 Michael Manwaring, cartaz para a Santa Cruz, 1984. Elementos de colagem rasgados e carimbos de borracha transmitem uma alegre informalidade.

23.36 Michael Manwaring, capa de folheto para a Barr Exhibits, 1984. O design pós-moderno se delicia com matizes pastel e padrões. O espectador participa do projeto decifrando o “B” volumétrico semioculto.

23.37 Michael Cronin e Shannon Terry, cartaz do Festival Beethoven, 1983. A paixão de Beethoven é sinalizada pela correspondência de formas entre as chamas e o cabelo.

textura nos projetos gráficos e ambientais de Michael Manwaring. Em sua série de cartazes para as roupas Santa Cruz [23.35], formas gráficas e cores cumprem a função de um texto publicitário tradicional, vinculando valores de estilo de vida a produtos de consumo. Na capa do folheto de Manwaring para a Barr Exhibits [23.36], a justaposição de um espaço expositivo tridimensional – na forma da letra *B* – sobre um grid de padrões quadriculados sugerindo pisos e elementos estruturais transmite a essência da atividade do cliente.

Embora os designers de San Francisco compartilhem um conjunto de traços, formas, paletas e arranjos espaciais intuitivos, são evidentes em seu trabalho as atitudes pessoais. Michael Cronin frequentemente constrói suas composições com formas que se tornam recipientes simbólicos para a cor. Seu cartaz do Festival Beethoven [23.37], projetado com Shannon Terry, usa a repetição de formas diagonais e curvas para trazer ordem e harmonia à composição. Três tratamentos de tipografia *display* estão unificados por sua relação estrutural com as margens do retângulo e com os elementos arquitetônicos verdes.

Os estilos de design pós-moderno ornamental e maneirista gerados por diversas fontes internacio-

nais, incluindo Memphis, Michael Graves e os designers de San Francisco, tornaram-se uma orientação dominante durante os anos 1980. Em uma década em que a expansão e o materialismo econômicos eram nutridos por estoques abundantes de energia e por uma dívida fortemente alavancada, arquitetos do mundo inteiro decoravam fachadas com arcos, frontões e colunatas, e depois os embelezavam com mármore, cromados e cores pastel. Os designers gráficos usavam paletas luxuriantes e ornamentavam seu trabalho com traços, texturas e elementos geométricos decorativos. A superfície e o estilo com frequência se tornavam fins em si mesmos.

DESIGN RETRÔ E VERNACULAR

Durante os anos 1980, os designers gráficos alcançaram progressivo entendimento e apreciação de sua história. Um movimento baseado no revivescimento surgiu em Nova York e rapidamente se espalhou pelo mundo. Chamado de *retrô* por alguns designers, era baseado num interesse deslavadamente eclético pelo



design europeu modernista da primeira metade do século, um flagrante desacato às regras da tipografia correta e um fascínio por tipos excêntricos e amaneirados projetados e amplamente usados durante os anos 1920 e 1930 mas praticamente esquecidos após a Segunda Guerra Mundial. O prefixo *retrô* sugere o termo *retrógrado*, dando a entender “olhar para trás” e “contrário ao habitual”. Pode-se considerar o retrô como um aspecto do pós-modernismo devido ao seu interesse pelas retomadas históricas, embora ele parafraseie antes o design moderno das décadas entre as guerras que os motivos greco-romanos e renascentistas empregados por muitos arquitetos. O termo *design vernacular* refere-se à expressão artística e técnica que genericamente caracteriza um lugar ou período histórico; está estreitamente ligado ao design retrô. O design vernacular é a paráfrase de formas gráficas de uso corriqueiro, como cartões de beisebol, caixas de fósforos, ilustrações e impressos comerciais pouco qualificados das décadas anteriores.

O enfoque retrô de Nova York começou com um pequeno número de designers, entre os quais Paula Scher (n. 1948), Louise Fili (n. 1951) e Carin Goldberg (n. 1953). Elas redescobriram trabalhos gráficos do início do século xx, que iam dos tipos da Secessão Viense da virada do século xix para o xx aos tipos europeus modernistas, embora decorativos, populares durante as duas décadas entre as guerras mundiais. Seu enfoque do espaço, cor e textura é geralmente pessoal e original. Atitudes heterodoxas quanto às regras e aos códigos do design e da tipografia permitiram que assumissem riscos e experimentassem mediante a mistura exuberante de fontes, o uso de espaçamentos extremos entre letras e a impressão de tipos em sutis combinações de cor. Essas designers são, entretanto, puristas da tipografia em busca de um nível sublime de organização visual. Em muitos de seus projetos, a tipografia não desempenha papel secundário em relação à ilustração e fotografia, mas passa para o centro do palco e se torna figurativa, animada e expressiva. Os aspectos conscientemente ecléticos do retrô são uma característica recorrente do design nova-iorquino: Scher credita, como inspiração importante, Seymour Chwast, do Push Pin Studios, e seu uso de formas vitorianas, *art nouveau* e *art déco*; Fili

trabalhou com o falecido Herb Lubalin, que costumava recorrer à extravagância dos temas tipográficos vitorianos e *art nouveau*. Scher e Fili avançaram com a tradição historicista de Nova York ancorando sua inspiração nos anos 1920 e 1930.

Paula Scher, designer extrovertida e com senso de humor refinado, trabalhou para a CBS Records durante os anos 1970, quando as encomendas da indústria fonográfica se caracterizavam por orçamentos generosos, imagens elaboradas e oportunidades de experimentação. Esse período próspero das gravadoras entrou em colapso em 1978, quando a inflação, os custos elevados de produção e o desabamento das vendas se mostraram fatais. Em 1979, orçamentos frequentemente apertados obrigaram Scher a desenvolver soluções tipográficas baseadas na imaginação, na história da arte e do design e em seu fascínio por fontes desconhecidas e pouco utilizadas. *Art déco*, construtivismo russo e tipos antiquados foram incorporados ao seu trabalho.

O construtivismo russo foi uma importante inspiração [23.38]. Scher usou seu repertório de formas e relações de formas, reinventando-as e combinando-as de maneiras inesperadas, empregando novas cores e relações espaciais. A flutuante falta de gravidade do construtivismo russo é substituída por densa compactação de formas no espaço com o peso e o vigor de antigos cartazes xilográficos. Depois que Scher formou o estúdio Koppel e Scher em sociedade com Terry Koppel (n. 1950) em 1984, seu libreto *Great Beginnings* (Grandes inícios) [23.39] anunciava a nova parceria com interpretações tipográficas dos primeiros parágrafos de grandes romances do período. Projetos retrô se tornaram um fenômeno nacional em 1985 depois que Scher projetou o primeiro de dois fôlios para um fabricante de papel, apresentando 22 fontes completas de “uma coleção eclética de tipos excêntricos e decorativos”, incluindo anomalias como o cursivo decorativo Phyllis, de 1911, o divertido Greco Rosart, de 1925 (rebatizado de Greco Deco por Scher), e o excêntrico, sem serifa espesso-e-fino chamado Trio. Os designers subitamente tinham acesso a fontes completas de tipos excêntricos dos anos 1920 e 1930, cuja disponibilidade havia desaparecido junto com os tipos de metal. A paráfrase direta

de projetos anteriores foi um aspecto controverso de alguns designs retrô [23.40].

O retrô prosperou na capa de livros. O trabalho de Louise Fili, que desenvolveu profundo amor pela tipografia ao trabalhar na oficina de tipos de sua faculdade, é altamente pessoal e intuitivo. Após trabalhar para Herb Lubalin e ser diretora de arte da Pantheon Books de 1978 a 1989, ela abriu seu estúdio. Seu trabalho inicial evidenciava a influência de Lubalin, e desse ponto de partida cresceu em força e originalidade. Todo verão Fili viajava de férias para a Europa após o momento anual decisivo de produzir as capas dos livros incluídos no enorme catálogo de outono da Pantheon, e suas viagens inspiraram o desenvolvimento de um enfoque original para o seu tra-

23.38 Paula Scher, cartaz para a CBS Records, 1979. A síntese de fontes de inspiração díspares, neste caso o construtivismo russo e os cartazes xilográficos do século XIX, é um frequente trampolim para a inovação.



balho. Ela ficou fascinada com as letras excêntricas das placas de pequenas estâncias litorâneas italianas construídas no entreguerras, bem como com as ilustrações da mesma época encontradas em brechós e sebos franceses e italianos. Essas artes gráficas vernaculares incorporavam fundos em textura, fotografias em silhueta e tipos modernistas sem serifa com elementos decorativos ou proporções exageradas. Após a Segunda Guerra Mundial, as sensibilidades mudaram e esses estilos tipográficos e técnicas caíram em desuso. Quando a tipografia passou do metal para os métodos fotográficos nos anos 1960 e 1970, os tipos antiquados não foram convertidos para os novos processos. Fili os observou com olhos novos e começou a introduzi-los em seu trabalho.



23.39 Paula Scher, página dupla de *Great Beginnings* para o livro promocional de Koppel & Scher, 1984. Ideias tipográficas parafraseando o construtivismo russo, o futurismo e o dadá são livremente combinadas e reinventadas.

23.40 Paula Scher, cartaz dos relógios Swatch, 1985. Um cartaz famoso de Herbert Matter dos anos 1930 [16.62] é descaradamente parodiado para a Swatch, fabricante suíço de relógios.



O trabalho de Fili é elegante e refinado, possuindo grande sutileza e até suavidade. Em busca da ressonância gráfica correta para cada livro, ela procura o tipo, o esquema de cores e imagens apropriados mediante a produção de leiautes preliminares. Embora a morte da tipografia de metal acarretasse a indisponibilidade de muitos tipos antigos, Fili contornava o problema e usava tipos hoje esquecidos – como o Iris, um condensado sem serifa com traços horizontais finos, e o Electra Seminegra, um negrito geométrico sem serifa com triângulos invertidos para a barra transversal do A capitular –, restaurando letras de velhas amostras impressas e encomendando a inscrição manual das letras perdidas ou mesmo de um título inteiro. Nas capas de livros de Fili, cores e ima-

gens repercutem a essência e o espírito da literatura, quase como se ela tivesse desenvolvido um sexto sentido para interpretar o trabalho do autor [23.41].

Carin Goldberg desenvolveu afinada reverência para com as formas das letras quando era assistente de Lou Dorfsman na CBS nos anos 1970, onde cada prova de tipos que chegava aos escritórios era manualmente alterada e melhorada. Depois ela trabalhou na CBS Records para Paula Scher, cuja curiosidade, reverência pela história do design e atitude em relação a seu trabalho se tornaram influências decisivas. Quando Goldberg abriu um escritório de design, concentrou-se em capas de livros. Ela descreve seu trabalho como sobretudo intuitivo mas reconhece a influência de antigos designers modernistas, especialmente Cassandre. A atitude de Goldberg em relação ao espaço é alimentada por sua experiência inicial como pintora, bem como pela orientação arquitetônica, influenciada por aulas que teve durante a faculdade e pelo marido arquiteto, cujo escritório é adjacente ao estúdio de Goldberg. Ela diz que “pinta com sua régua T” – operando como uma purista tipográfica com orientação pictórica. Isso explica a atitude pessoal subjacente a seu trabalho, transcendendo suas múltiplas e ecléticas origens [23.42, 23.43].

23.41 Louise Fili, capa de livro para *The Lover*, versão em inglês de *L'amant* (O amante), 1985. Uma foto delicadamente simplificada é usada com um *lettering* que parece projetar sombras suaves.



23.42 Carin Goldberg (designer) e Frank Metz (diretor de arte), capa de livro para *The Sonnets to Orpheus* (Sonetos a Orfeu), 1987. Motivos e letras sem serifa encerrados em retângulos pretos eram inspirados pelos Wiener Werkstätte.

23.43 Carin Goldberg (designer) e Gene Greif (ilustrador), capa de livro para *Where Water Comes Together with Other Water* (Onde a água vem com outra água), 1987. Ornamentos ondulados simbolizando água foram adicionados aos tipos Eagle.



Lorraine Louie (n. 1955) e Daniel Pelavin (n. 1948) também aderiram à ressonância retrô. Forma, composição espacial e cor são veículos básicos no trabalho de Lorraine. Uma série para o periódico literário *The Quarterly* [23.44] usa um grande Q como signo para a publicação. Formas geométricas coloridas equilibradas no espaço animam cada edição. Pelavin situa suas afinidades com obras dos anos 1930 e 1940, a arquitetura “moderna tardia” pré-Segunda Guerra Mundial e o mobiliário de seus tempos de faculdade em Michigan. Pelavin tira inspiração de Gustav Klimt, dos Wiener Werkstätte (Ateliês de Viena) [23.45] e da aerodinâmica *déco*. Combina uma abstração reducionista com formas mecânicas precisas [23.46].

Quando Scher e Fili produziram seus primeiros projetos que originaram o que mais tarde passou a ser conhecido como moda retrô, muitos designers veteranos, criados na pureza formal e no refinamento

tipográfico, ficaram horrorizados por ver o retorno dessas letras exiladas e organizações espaciais excêntricas. Mas o retrô, como a tipografia *new wave* do final dos anos 1970 e início dos 1980, se recusou a recuar, e um número cada vez maior de designers e clientes se mostrou sensível a sua nova energia e abordagem. O retrô se insinuou no repertório do design à medida que tipos excêntricos como Empire, Bernhard Fashion e Huxley passavam a ser utilizados. O espaçamento preciso, as relações de escala e combinações de cores conferem aos melhores projetos retrô sua extraordinária vitalidade.

Outras vozes originais exploraram a reinvenção de modelos históricos de modo muito diferente dos designers de Nova York. No Duffy Design Group, em Minneapolis, Minnesota, Joe Duffy (n. 1949) e Charles S. Anderson (n. 1958) projetaram retomadas nostálgicas de artes gráficas vernaculares e modernistas da primeira metade do século. Recursos gráficos históricos tão diversos quanto ornamentos astecas e tabuleiros Ouija eram estudados por sua forma e cor. Anderson se recorda de sua infância na pequena cidade de Boone, Iowa, e de como se impressionava com antigas ilustrações dos anos 1940, que colecionava. As paredes de uma velha gráfica na cidade

eram cobertas com impressos da década anterior, e um artista aposentado, que havia criado onipresentes *clip arts* como ilustrador de jornal, produziu uma impressão indelével no designer. A inspiração vinha de ilustrações humildes, grosseiramente impressas em velhas capas de caixas de fósforos e anúncios de jornal [23.47]; a veemência de tipos tradicionais e xilogravuras do século XIX aplicados a embalagens de mercearias [23.48]; além de etiquetas decorativas [23.49], marcas figurativas antigas, selos postais e sinetes oficiais. A força do design gráfico foi demonstrada pelos rótulos do molho de espaguete Classico, pois as vendas desse produto, depois de embalado em potes de vidro à moda antiga com rótulos elaborados, se elevaram espantosamente em dois anos, mesmo com limitado orçamento publicitário.

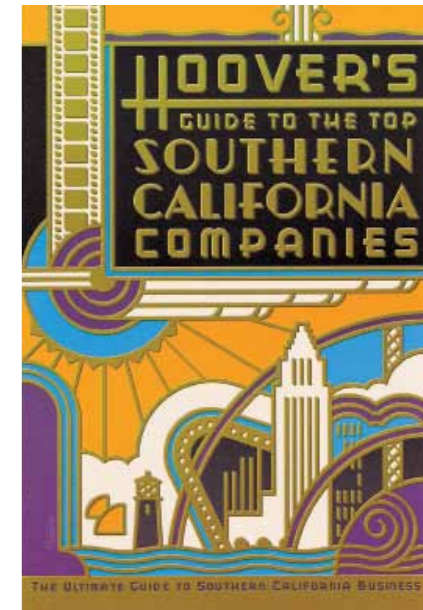
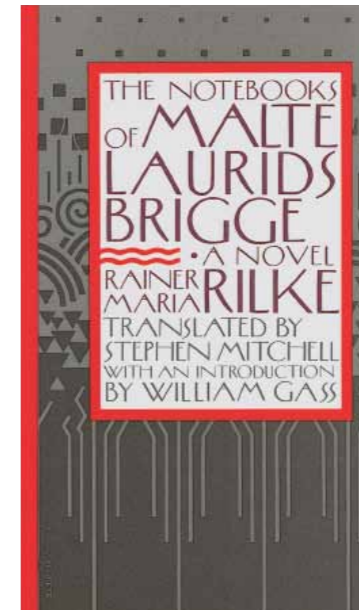
Em 1989, Anderson saiu do grupo Duffy Design e abriu a Charles S. Anderson Design Company. Declarou sua intenção de dar a imagens ou mensagens

um valor artístico tangível e inerente. Assistimos ao surgimento de um novo modernismo. Não um modernismo baseado no minimalismo estéril e numa ausência de humanidade, mas num modernismo rico em repertório cultural e expressão pessoal.

23.44 Lorraine Louie (designer) e Susan Mitchell (diretora de arte), capa para *The Quarterly*, 1987. Para esta série, Louie criou vasto estoque de formas coloridas organizadas com infalível sentido de equilíbrio.

23.45 Daniel Pelavin (designer) e Judith Loeser (diretora de arte), capa de livro para *The Notebooks of Malte Laurids Brigge* (Os cadernos de Malte Laurids Brigge), 1985. O *lettering* foi inspirado por um cartaz de Gustav Klimt [12.9].

23.46 Daniel Pelavin (designer), capa de livro para *Hoover's Guide to the Top Southern California Companies* (Guia Hoover das principais empresas do sul da Califórnia), 1996. Uma estrutura linear rigidamente composta acompanha uma iconografia simbólica com planos de cor que evocam o cloasonado.



23.47 Charles S. Anderson, marca da Marine Midland Auto Financing Division (Divisão de Financiamento de Automóveis da Marine Midland), 1985. O automóvel nostálgico e a técnica do traço usada para desenhá-lo evocam as ilustrações de jornal dos anos 1930 e 1940.



23.48 Charles S. Anderson (designer e ilustrador) e Lynn Schulte (ilustradora), projetos de rótulos para o molho de macarrão Classico, 1985. À cor extravagante e à tipografia estridente de muitas embalagens de alimentos comercializados em massa, o Duffy Design Group contrapôs cores sutis e *lettering* elegante.

O trabalho do estúdio reflete um encanto genuíno por ruídos, à medida que detalhes ampliados de impressão barata, como histórias em quadrinho, e texturas construídas a partir de ilustrações, eram levados para o design. Uma companhia subsidiária, a CSA Archive, foi constituída para produzir publicações e outros objetos, que variavam de um conjunto de relógios com tipos extravagantes [23.50] a uma coleção volumosa de ilustrações a traço historicistas e originais [23.51].

Uma das visões mais originais dos anos 1980 surgiu em Londres quando Neville Brody projetou ilustrações e capas para discos de *rock* e foi diretor de arte de re-



23.51 Charles S. Anderson Design Company, capa para *CSA Archive Catalog of Stock Art* (Catálogo de arte no acervo da CSA Archive), 1995. O peso dos grossos tipos pretos e das ilustrações é amenizado por um fundo de formas abstratas em três cores quentes.



vistas inglesas, como *The Face* e *Arena*. Embora Brody tenha sido influenciado pelas formas geométricas dos artistas do construtivismo russo, especialmente Ródtchenko, e pelas atitudes experimentais e rejeição dos cânones da ordem dominante do dadá, seria falsear sua filosofia e valores rotulá-lo como designer retrô que reinventava estilos passados. Quando era estudante de arte no final dos anos 1970, Brody se perguntava se “dentro da comunicação de massa, o humano teria se perdido inteiramente”. Diante da decisão entre seguir belas-artes ou o design gráfico, Brody pensou:

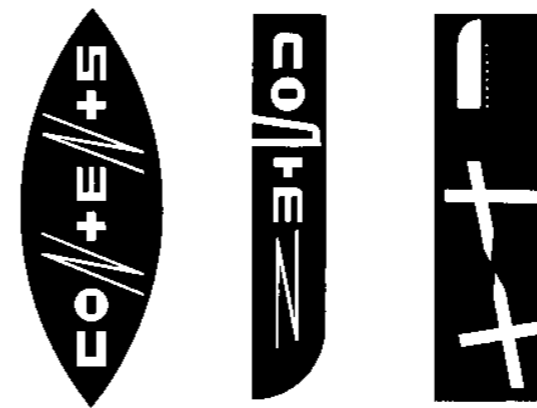
Por que não se pode adotar uma abordagem pictórica dentro do meio impresso? Eu queria tornar as pessoas mais e não menos conscientes, e no trabalho que eu havia começado a fazer seguia a ideia do design para revelar, não para ocultar.

A obra de Brody evoluiu de um esforço para encontrar uma abordagem intuitiva, porém lógica, do design, expressando uma visão pessoal que pudesse ter significado para seu público.

Brody declarou que nunca aprendeu as regras da tipografia correta, o que o deixava livre para inventar métodos de trabalho e configurações espaciais. Suas composições tipográficas projetam uma autoridade absoluta, que evoca emblemas heráldicos e militares [23.52]. Ele projetou uma série de tipos geométricos sem serifa para *The Face*, conferindo à revista forte identidade. As manchetes se tornavam imagens, cada uma cuidadosamente confeccionada para expressar conteúdo. Brody visualizou a revista como um objeto multidimensional existindo no tempo e no espaço e mantendo continuidade de um número para outro. Essa continuidade foi explorada quando elementos gráficos como o título da página do sumário foi desconstruído em glifos abstratos durante vários meses [23.53]. A capacidade de Brody para carregar um leiaute com níveis de significado é vista na página dupla de abertura de uma entrevista com Andy Warhol [23.54]: a foto repetida faz eco ao uso da repetição por Warhol; o grande *w* é na verdade o



23.52 Neville Brody, projeto de capa de disco para Parliament, 1985. As palavras escritas à mão são executadas com perfeição mecânica e matemática.



23.53 Neville Brody, títulos da página do sumário de *The Face*, nº 49, 52 e 55, 1984. Durante oito ou nove edições, a palavra *contents* (sumário) foi desconstruída, de uma palavra legível para marcas abstratas, à medida que Brody investigava um processo orgânico de mudança e o papel da codificação visual no ambiente editorial.



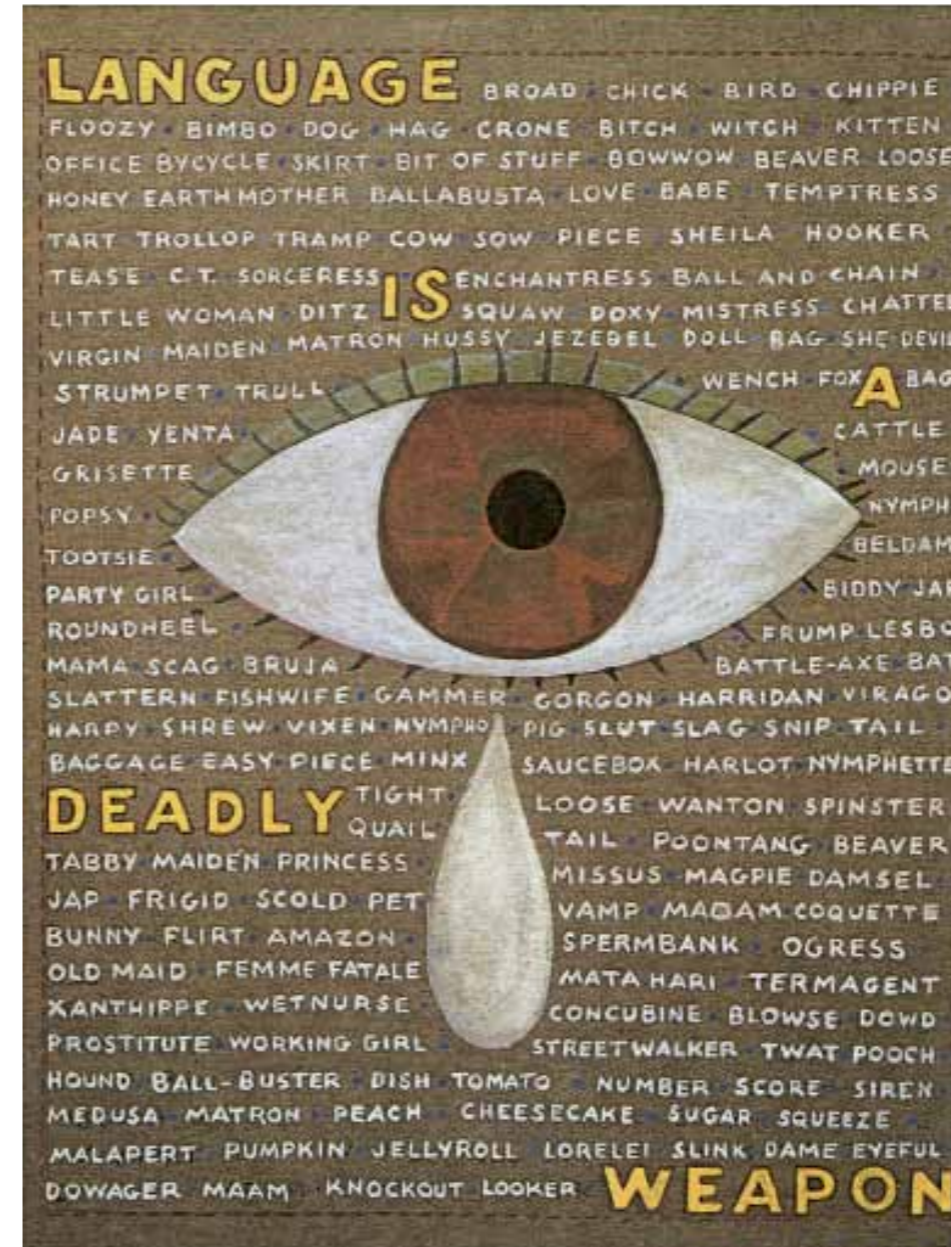
23.54 Neville Brody, páginas da *The Face*, nº 59, março de 1985. Tipo e imagem se tornam objetos compostos em contraposição para obter um todo dinâmico.

de uma matéria do mês anterior sobre a cantora Madonna, virado de cabeça para baixo e trazendo consigo uma pequena fração de uma foto e um fragmento de um texto, parafrazeando o uso de Warhol de material gráfico existente. A oval dentro do círculo e a cruz acima deste se referem à sexualidade da vida e obra de Warhol.

Raramente os feitos cuidadosamente elaborados de um designer foram tão plagiados quanto o trabalho marcante de Brody no final dos anos 1980. Enquanto surgiam pelo mundo clones de seus tipos e marcas emblemáticas, Brody projetava uma nova revista trimestral, *Arena*, usando dinamicamente os atributos sóbrios e informativos dos tipos Helvetica. Grande escala, fortes contrastes de valor tonal e layouts limpos, simples, caracterizam sua direção de arte para essa publicação.

O impulso maior dado pelo design gráfico pós-moderno foi um espírito de libertação, uma licença para ser intuitivo e pessoal e se opor ao design moderno, dominante ao longo de grande parte do

século xx. Os designers se sentiram livres para reagir positivamente às formas vernaculares e históricas e incorporá-las a seu trabalho. Uma atmosfera de inclusão e possibilidades de expansão permitiu que muitas ideias altamente pessoais e até excêntricas fossem experimentadas. Isso é claramente visto no trabalho de Paula Scher, cujo repertório se desdobra em várias direções novas, como tipografia e imagens pintadas casualmente à mão em papel rústico. O resultado foram cartazes [23.55] e capas de livros cujas palavras e figuras são unificadas por uma técnica e superfície comuns; esses projetos transmitem um caráter cru, manual, em contraponto com a precisão do design auxiliado por computador. De meados dos anos 1980 em diante, os profissionais da área passaram a se encantar cada vez mais com o potencial do computador, não só como eficiente ferramenta de produção, mas também como poderoso catalisador para a inovação. As correntes derivadas do design pós-moderno passaram a se entrelaçar com as potencialidades eletrônicas.



23.55 Paula Scher, "Language is a Deadly Weapon" (A língua é uma arma mortal), trabalho para a campanha da MTV "Free Your Mind" (Abra sua cabeça), 1993. Termos pejorativos para designar mulheres são compilados evidenciando o preconceito contido na linguagem.

24

A revolução digital e o futuro

Durante o último quartel do século xx, a tecnologia eletrônica e a informática avançaram a um ritmo extraordinário, revolucionando muitas áreas da atividade humana. O design gráfico foi irrevogavelmente transformado pelo *hardware* e *software* dos microcomputadores e pelo crescimento explosivo da internet. A Revolução Industrial havia fragmentado o processo de criação e impressão da comunicação visual em uma série de etapas especializadas. Após a fotocomposição se tornar dominante nos anos 1960, entre os profissionais qualificados do processo gráfico figuravam os designers, que criavam os leiautes; os compositores, que operavam equipamento de composição tipográfica de texto e títulos; os arte-finalistas, que colavam todos os elementos em suas posições nas pranchas (processo conhecido como *paste-up*); os operadores de câmeras, que faziam negativos fotográficos dos *paste-ups*; os montadores, que reuniam esses negativos em um astralon; os copiadores, que sensibilizavam as chapas

de impressão; e os impressores, que operavam as máquinas de *offset*. Nos anos 1990, a tecnologia digital possibilitou que uma única pessoa operando um microcomputador controlasse a maioria – ou mesmo a totalidade – dessas funções. Novas máquinas usavam *lasers* controlados por computador para fotossensibilizar cilindros de impressão, viabilizando tiragens pequenas, ou até individuais, em cores.

Apesar da forte resistência inicial por parte de muitos designers, a nova tecnologia foi rapidamente aperfeiçoada e obteve a aceitação geral. Os usuários de computadores conquistaram maior controle sobre o processo de design e produção. A tecnologia digital e *software* de ponta também expandiram o potencial criativo ao possibilitar a manipulação inédita de cor, forma, espaço e imagens.

O crescimento da televisão a cabo e por satélite no final do século expandiu a quantidade de canais de transmissão, inspirou avanços criativos e técnicos nos programas televisivos e na animação gráfica e preparou o caminho para os consumidores aderirem ao poder e à flexibilidade da internet. O rápido desenvolvimento da internet e da web* durante os anos 1990 transformou o modo como as pessoas se comunicam e acessam informações, gerando uma revolução que, em sua magnitude, ultrapassa até a de Gutenberg. No início do século XXI, muitas pessoas já haviam se tornado dependentes da internet para acesso a informações e entretenimento, fenômeno que afetou todos os aspectos da sociedade e da cultura. A era da comunicação empresarial para o público de massa foi transformada pela tecnologia em um período de mídias descentralizadas, oferecendo opções praticamente ilimitadas para os indivíduos. A experimentação em computação gráfica agitou ideias modernas e pós-modernas de design, potencializou retomadas do retrô e excentricidades, além de criar um período de pluralismo e diversidade no design.

ORIGENS DO DESIGN GRÁFICO AUXILIADO POR MICROCOMPUTADOR

A revolução digital chegou à mesa de trabalho dos designers em consequência de poderosos instrumentos de *hardware* e *software* a preços acessíveis, e foi de-

sencadeada basicamente por três empresas durante os anos 1980: a Apple Computer desenvolveu o microcomputador Macintosh; a Adobe Systems inventou a linguagem de programação PostScript, subsidiando os programas de composição e a tipografia eletrônica; e a Aldus criou o PageMaker, um dos primeiros aplicativos que utilizou a PostScript para criar leiautes na tela do computador.

O lançamento em 1984 pela Apple da primeira geração de microcomputadores Macintosh, baseada na tecnologia inaugurada em seu computador Lisa, prenunciou uma revolução gráfica. O Macintosh exibiu imagens em *bitmap*, ou seja, sua tela apresentava informações como pontos chamados pixels, com 72 pontos por polegada (*dots per inch*, ou dpi) numa tela em preto e branco. Ele introduziu também a interface com o usuário por meio do *mouse*, dispositivo de mesa cujo movimento controlava um ponteiro ou cursor na tela. Ao posicionar o cursor sobre os ícones na tela [24.1] e “clique” o botão do *mouse*, o usuário conseguia controlar o computador intuitivamente, em lugar de uma tediosa operação matemática, e com isso podia concentrar-se mais no trabalho criativo do que na operação da máquina ou sua programação.

ORIGINAL MACINTOSH ICONS (1984)



O primeiro *mouse*, uma pequena caixa de madeira sobre rodas de aço, foi inventado pelo cientista Douglas C. Engelbart (n. 1925) nos anos 1960 no Augmentation Research Center (Centro de Pesquisas do Crescimento), do governo federal norte-americano. Na patente o dispositivo foi chamado de “indicador de posição x-y para um sistema de exibição”. Um colega de Engelbart apelidou esse pequeno dispositivo de *mouse* e o nome pegou. Ele habilitou milhares de pes-

* Embora sejam muitas vezes tomados como sinônimos, web (World Wide Web) e internet não são exatamente a mesma coisa. A web, cujo acesso é feito por interface gráfica que contém documentos em geral conectados por *hyperlinks*, é um dos muitos serviços oferecidos na internet. Ver “Mídia interativa, internet e World Wide Web”, adiante neste capítulo. [N.E.]

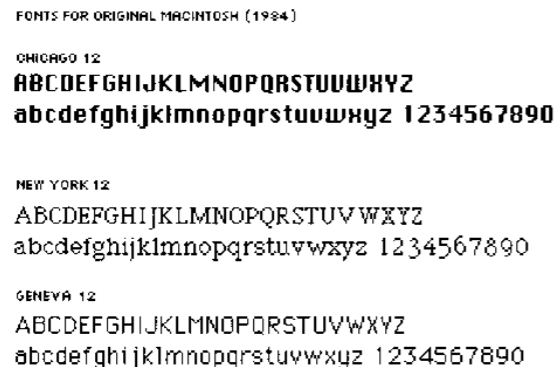
24.1 Susan Kare (designer gráfica) e Bill Adkinson (programador), ícones para o microcomputador Macintosh 128k, 1984. O ícone é o meio simbólico que permite uma nova interface entre homem e máquina.

24.3 Sumner Stone, dados digitalizados para “b” Stone Medium, 1985. Mostram-se as curvas Bézier de contorno e o resultado preenchido impresso a laser.

soas, de contadores e escritores a artistas e designers, a usar microcomputadores.

Engelbart foi saudado como visionário, cujas primeiras inovações humanizaram os computadores por tornar sua tecnologia mais acessível. Décadas atrás sua pesquisa já prenunciava os sistemas de correio eletrônico, sistemas operacionais baseados em janelas e ícones, a internet, *software* em rede, possibilitando que diversos usuários trabalhassem num documento ao mesmo tempo, e a videoconferência.

A Apple lançou aplicativos para edição de textos, desenho e pintura. As primeiras fontes em *bitmap* [24.2] foram projetadas por Susan Kare (n. 1954), então no departamento de design da Apple Computer. Nesses primeiros projetos a forma das letras era determinada por uma matriz de pontos.

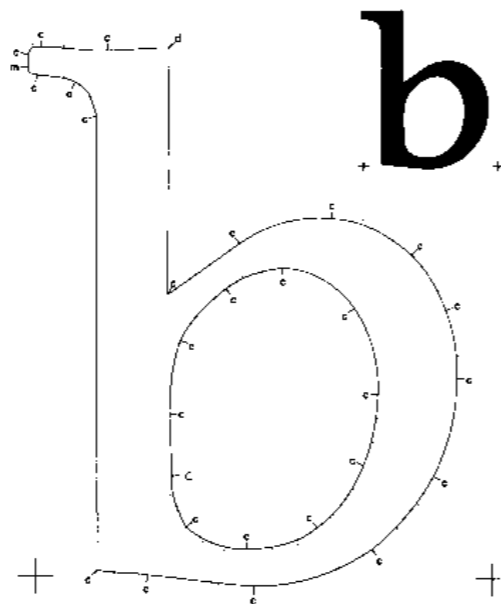


A linguagem PostScript de descrição de páginas da Adobe Systems possibilitou que as impressoras dessem saída a texto, imagens e elementos gráficos com determinado posicionamento na página. As fontes PostScript não são constituídas simplesmente por pontos representados em *bits*; na verdade, são armazenadas como comandos e dados gráficos. Os caracteres tipográficos são gerados pelos contornos, que são depois preenchidos como formas sólidas.

As linhas curvas dos caracteres são formadas de curvas Bézier. Designadas pelo nome do matemático francês Pierre Bézier (1910-1999), que as inventou, são curvas variáveis geradas de forma matemática (diferentemente dos arcos, que têm curvatura uniforme), definidas por quatro pontos de controle. As curvas Bézier podem criar formas complexas com

terminações suaves, tornando-as particularmente úteis para criar letras [24.3] e computação gráfica.

Em 1985, a Apple Computer lançou sua primeira impressora a *laser*, cuja saída de 300 dpi de fontes



PostScript possibilitou que suas provas tipográficas reproduzissem mais precisamente a composição. Uma controvérsia sobre a qualidade da resolução se encerrou após o advento de impressoras a *laser* de 600 dpi e fotocompositoras de alta resolução, tais como a Linotron, com capacidade de saída de 1 270 ou 2 540 dpi.

Programas de leiaute de página viabilizados pela PostScript permitiam a execução completa no monitor. Em 1984, um ex-editor de jornal de 36 anos de idade chamado Paul Brainerd constituiu uma empresa chamada Aldus (em homenagem ao impressor Aldo Manuzio, em latim Aldus Manutius, do século xv [ver capítulo 7]) para desenvolver um programa que possibilitasse aos jornais a produção mais eficiente de anúncios. Em julho de 1985, Aldus lançou o PageMaker para o computador Macintosh. Com o PageMaker era possível alterar tamanho de tipo, escolha de fonte e dimensões de colunas. Integrava textos com outros elementos, como varredura de imagens, fios, cabeçalhos e molduras. Uma analogia eletrônica

da mesa de *paste-up* possibilitava ao usuário criar elementos na tela do computador, depois posicioná-los na página para a impressão *offset*. Brainerd cunhou o termo *desktop publishing* (editoração eletrônica) para esse novo método.

A editoração eletrônica poupava volumes significativos de tempo e dinheiro na preparação das páginas para impressão. Os procedimentos, que abrangiam leiaute, composição, produção de fotolitos e colagem dos elementos na posição, eram combinados num processo eletrônico inteiramente integrado. Pode-se fazer uma comparação com a invenção da câmera Kodak, de George Eastman. Assim como nos anos 1880 a fotografia deixou de ser usada exclusivamente por especialistas e se tornou disponível ao público em geral, nos anos 1980 a tipografia saía do domínio exclusivo de profissionais e se tornava acessível a uma esfera mais ampla de pessoas.

O primeiro *hardware* já incluía sistemas de composição digital, poderosos processadores eletrônicos de imagens, como os sistemas Scitex, que varriam eletronicamente as imagens e possibilitavam ampla edição, e o Quantel Video e Graphic Paintboxes, que permitiam o controle preciso de cores e a sobreposição, combinação e alteração das imagens. O sistema LightSpeed foi uma primeira máquina sofisticada para leiautes de página. Mas todos esses sistemas eram muito caros e raramente os designers tinham acesso a eles para experimentá-los; o profundo significado dos microcomputadores Macintosh e seus aplicativos deriva de sua ampla acessibilidade.

Por volta de 1990, o computador colorido Macintosh II e aplicativos aprimorados haviam desencadeado uma revolução tecnológica e criativa tão radical no design gráfico quanto a passagem dos livros manuscritos do século xv para o tipo móvel. Uma expansão sem precedentes da formação em design e da atividade profissional gerou um campo mais amplo com vastos contingentes de praticantes treinados. O número de designers autônomos e escritórios produzindo trabalho de qualidade cresceu exponencialmente. Por outro lado, a tecnologia digital também possibilitou que pessoas sem nenhum treinamento ou com formação mínima entrassem no campo.

PIONEIROS DO DESIGN GRÁFICO DIGITAL

Ao propiciar aos designers novos processos e recursos, a nova tecnologia os habilitou a criar formas inéditas. Ainda que muitos profissionais rejeitassem e menosprezassem a tecnologia digital em seu começo e apelidassem seus usuários de “os novos primitivos”, outros a adotavam como ferramenta inovadora capaz de expandir as possibilidades e a própria natureza do processo do design. O uso de um computador como ferramenta de design permitia que se cometessem e corrigissem erros. Cor, textura, imagens e tipografia podiam ser esticadas, curvadas, tornadas transparentes, estratificadas e combinadas de maneiras inéditas.

Entre os pioneiros que adotaram a nova tecnologia e exploraram seu potencial criativo estava a designer de Los Angeles April Greiman, o designer/editor da revista *Emigre* Rudy Vanderlans (n. 1955), e a designer de tipos Zuzana Ličko (n. 1961).



24.4 April Greiman, cartaz para o Los Angeles Institute of Contemporary Art (Instituto de Arte Contemporânea de Los Angeles), 1986. A saída do computador, impressa em camadas de azul-lavanda, cinza azulado, laranja avermelhado e cobre, é sobreposta e combinada numa paleta ainda mais preenchida de cores.

April Greiman explorou as propriedades visuais de fontes *bitmap*, a estratificação e a sobreposição de informações na tela do computador, as aproximações entre a linguagem do vídeo e do impresso e os padrões e formas táteis viabilizados pela nova tecnologia. Em seu primeiro trabalho de design utilizando saída Macintosh [24.4], tipos *bitmap* e texturas geradas por computador foram copiados fotostaticamente em tamanho grande e colados por meio de composição convencional.

Quando solicitada a projetar um número da revista *Design Quarterly* para o Walker Art Center em Minneapolis, Greiman criou uma revista de uma só folha [24.5] com uma colagem digital de 61 por 183 centímetros executada inteiramente no Macintosh. Ela explorou a captura de imagens a partir de vídeo e sua digitalização, sobrepondo camadas no espaço e integrando palavras e figuras num único arquivo.

À medida que os computadores e seus programas se tornaram mais poderosos, foi possível uma nova elasticidade espacial na tipografia e nas imagens. Em 1988, Greiman expressou seu compromisso de “assumir o desafio de persistir rumo a uma nova paisagem de comunicação. Usar essas ferramentas para imitar o que já sabemos e pensamos é uma lástima”. Além de empregar a nova tecnologia para tomar decisões sobre tipos e leiaute, ela afirmou: “É preciso aplicar outra camada aqui. De ideias”.

Em 1984, Rudy Vanderlans começou a editar, projetar e publicar uma revista chamada *Emigre*. Com ele estavam dois amigos holandeses que havia conhecido na Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (Real Academia de Belas-Artes de Haia) e que na época também moravam em San Francisco. Pretendiam publicar trabalhos seus e de outros designers. O nome do periódico foi escolhido porque seus fundadores acreditavam que a vida em ambientes culturais diferentes produzia um impacto importante no trabalho criativo. No primeiro número, Vanderlans usou tipos de máquina de escrever e imagens de fotocopiadora; depois, para os números subsequentes, usou tipos Macintosh de baixa resolução. Com tiragem de 7 mil exemplares, a revista tornou-se um para-raios para experimentação, indignando muitos profissionais do design e ao mesmo tempo cativando



24.5 April Greiman, imagens gráficas para *Design Quarterly*, nº 133, 1987. Este cartaz/revista composto de imagens digitalizadas foi produzido por uma impressora de baixa resolução.

os que abraçaram o potencial do computador para reconfigurar os parâmetros na área. O enfoque experimental da *Emigre* ajudou a definir e demonstrar as potencialidades da nova tecnologia, tanto em seu próprio design [24.6, 24.7] como pela apresentação de trabalhos e entrevistas com designers do mundo inteiro, cuja linha era experimental demais para outras publicações da área.

Em 1987, Vanderlans deixou seu emprego de designer de jornal e formou uma sociedade, a Emigre Graphics, com a designer Zuzana Ličko, cujo currículo educacional incluía cursos de programação de computadores. Insatisfeita com as limitadas fontes disponíveis para o primeiro Macintosh, Ličko usou um programa de domínio público de geração de caracteres chamado FontEditor para criar tipos digitais. Suas primeiras fontes foram projetadas para tecnologia de baixa resolução [24.8], convertidas mais tarde em versões de alta resolução, à medida

24.6 Rudy VanderLans, capa para *Emigre*, nº 11, 1989. Três níveis de informação visual são estratificados no espaço dimensional.

24.7 Glenn A. Suokko (designer) e Emigre Graphics, capa para *Emigre*, nº 10, 1989. A sintaxe tipográfica tradicional cedeu lugar a uma experiência em sequenciamento não convencional de informações, para uma edição especial sobre o intercâmbio entre designers da Cranbrook e da Holanda.



We Read Best What We Read Most (Oakland 8)

We Read Best What We Read Most (i:ma:er 14)

We Read Best What We Read Most (Modula)

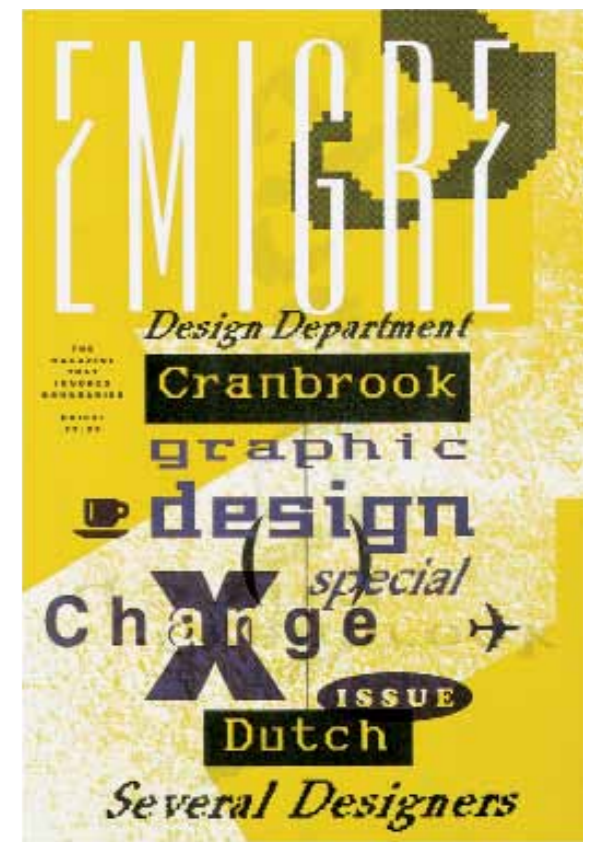
We Read Best What We Read Most (Emigre 14)

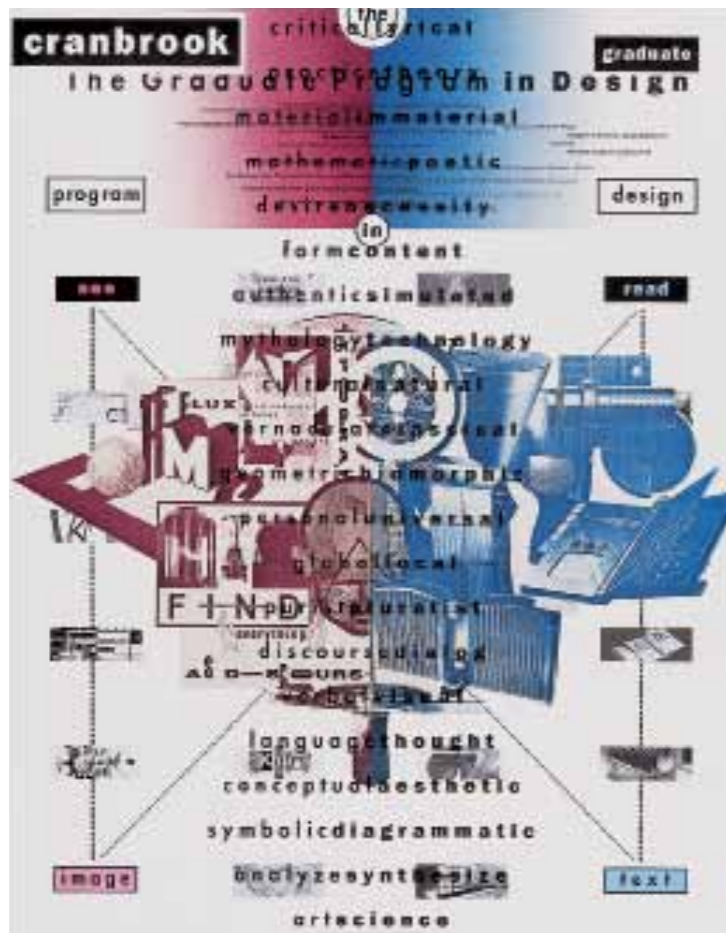
We Read Best What We Read Most (Matrix)

que melhoravam os recursos de desenho de fontes e a resolução das impressoras. Ličko se recorda de como a experiência traumática das aulas de caligrafia da faculdade, na qual ela fora obrigada a escrever com a mão direita apesar de ser canhota, contribuíra para seus enfoques originais no projeto de fontes; ela havia rejeitado a caligrafia, a base tradicional para as fontes convencionais.

Muitos programas de formação em design nas escolas de arte e universidades se tornaram centros importantes para a redefinição da disciplina por meio

24.8 Zuzana Ličko, tipos digitais, final dos anos 1980. Oakland, Emperor e Emigre foram originalmente projetados como fontes *bitmap* para resolução de 72 dpi. Modula e Matrix são versões das duas últimas em resolução mais alta.



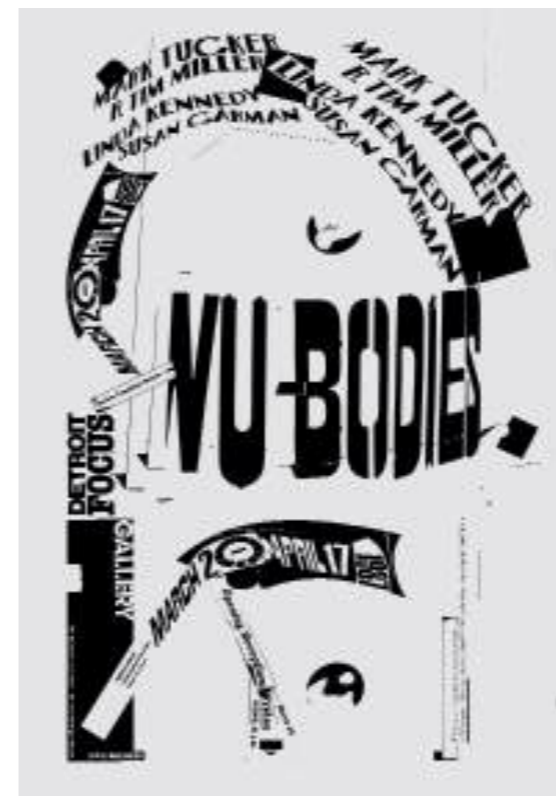


24.9 Katherine McCoy, cartaz de divulgação do curso da Cranbrook, 1989. Uma colagem fotográfica de projetos de alunos é sobreposta com uma listagem de oposições polêmicas e um diagrama da teoria da comunicação.

do discurso teórico e da experimentação com a nova tecnologia. O departamento de design da Cranbrook Academy of Art, em Michigan, cuja direção foi compartilhada pela designer gráfica Katherine McCoy (n. 1945) com seu marido, o designer de produtos Michael McCoy, de 1971 a 1995, tornou-se um ímã para pessoas interessadas em expandir as fronteiras da área. Na época uma pequena escola de pós-graduação, com 150 alunos em nove departamentos, a Cranbrook sempre enfatizou a experimentação, ao mesmo tempo que rejeitava a uniformidade na filosofia e metodologia adotadas. O corpo docente incentivava os alunos a buscar seus próprios caminhos e a interagir com outros envolvidos em pesquisas similares. Katherine comparava a Cranbrook a “uma comunidade tribal, intensa e envolvente”.

Durante os 24 anos de Katherine na Cranbrook, o currículo evoluiu de uma abordagem racional e sistemática influenciada pelo Estilo Tipográfico Internacional, passando pelo questionamento dos limites expressivos desse estilo, para um enfoque em que se investigavam a complexidade e a estratificação, as formas vernaculares e pré-modernas e a validade de regras e convenções. O cartaz que ela fez para a Cranbrook [24.9] desafiava as normas dos impressos de divulgação da faculdade e demonstrava uma complexidade de forma e significado. Rompendo com as noções vigentes, simples e reducionistas, da comunicação, McCoy sobrepunha diferentes níveis de mensagens visuais e verbais, exigindo que o público as decifrasse.

Edward Fella (n. 1939), designer gráfico de Detroit com quem Katherine McCoy trabalhou no escritório Designers & Partners antes de seu cargo na Cranbrook, foi uma das grandes inspirações do currículo. Após atuar como crítico convidado da Cranbrook durante muitos anos, Fella frequentou a pós-graduação da academia de 1985 a 1987 e depois assumiu um cargo de docente na Califórnia. Com raízes no design vernacular norte-americano e início da tipografia modernista, o trabalho experimental de Fella tornou-se influente para uma geração de designers. De 1983 até 1991, ele contribuiu com trabalhos para a Detroit Focus Gallery e produziu folhetos [24.10] cuja tipografia e *lettering* desafiavam o leitor na mesma proporção que a arte de vanguarda desafiava o espectador na galeria de arte. Ele explorava a entropia, a desintegração da forma por meio da cópia da cópia reiterada, e uma gama ilimitada de técnicas, desde letras impressas reaproveitadas, rabiscos e escrita a pincel até composição tipográfica, letras de transferência por fricção, *clip art* de domínio público e estêncil. Fazendo coro ao futurismo, Fella investigou o potencial estético de letras inventadas, intervalos espaciais irregulares, caracteres excêntricos, glifos pessoais e imagens vernaculares. Ele combinou esses materiais com grande habilidade composicional [24.11] e muitas vezes anexava apartes, comentários e adendos à mensagem principal. Fella ironicamente observou: “Desconstrução é uma maneira de expor a cola que mantém unida a cultura ocidental”.



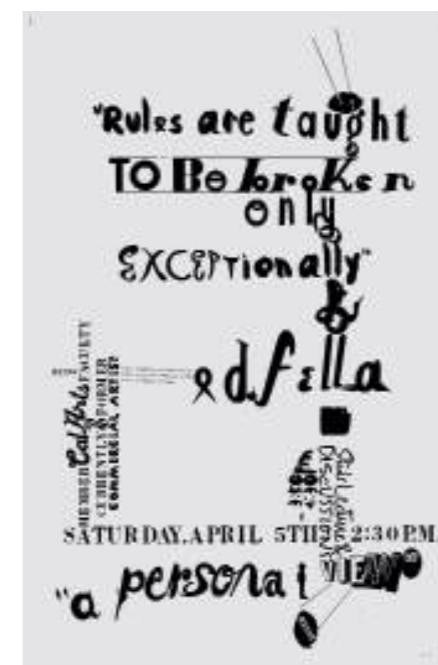
Em meados dos anos 1990, a complexidade de forma, as preocupações teóricas e as manipulações do computador encontradas no trabalho dos pioneiros chegavam à corrente dominante da comunicação gráfica.

REVITALIZANDO O DESIGN DE REVISTAS

No início dos anos 1990, a aceleração do progresso nos computadores, programas e dispositivos de saída possibilitou que os designers gráficos obtivessem resultados praticamente idênticos aos dos métodos de trabalho convencionais, uma vez cumprida a promessa de projetos coloridos inteiros e acabados na tela, dispensando a etapa do recortar/colar. Os designers exploravam as possibilidades inéditas dos computadores e programas gráficos, enquanto se renovava o interesse por letras e imagens artesanais e expressionistas.

QuarkXPress, outro aplicativo de composição de página, possibilitou que os designers manipulassem elementos no leiaute em incrementos de um centésimo de milésimo de polegada e ajustassem o *Kerning* dos tipos a intervalos de um vigésimo de milésimo de um *em* (medida horizontal equivalente à largura da letra M). O Adobe Photoshop, aplicativo inicialmente desenvolvido para retoque fotográfico eletrônico, possibilitou uma inédita manipulação e criação de imagens.

As novas linguagens migraram do circuito restrito das faculdades e das revistas de design para um público maior quando designers de revistas especializadas também aplicaram a suas páginas a experimentação digital. David Carson (n. 1956), ex-surfista profissional e professor do ensino fundamental, voltou-se ao design editorial nos anos 1980. Carson descartou princípios cristalizados como grid, hierarquia de informações, leiaute consistente e padrões tipográficos; em vez disso, optou por explorar as possibilidades expressivas de cada objeto [24.12] e de cada página dupla, rejeitando noções convencionais de sintaxe e imagens tipográficas. Como diretor de arte e designer para *Transworld Skateboarding* (1983-1987),



24.10 Edward Fella, mala direta para Detroit Focus Gallery, 1987. A tipografia “transparente” da comunicação de massa dá lugar a uma tipografia que remete a sua forma, história e processos de produção.

24.11 Edward Fella, anúncio para uma palestra, 1995. Uma miscelânea de letras pessoais e excêntricas é composta com lógica conectiva e extravagância visual.



24.12 David Carson (diretor de arte) e Pat Blashill (fotógrafo), "Hanging at Carmine Street" (Dando um tempo na rua Carmine), *Beach Culture*, 1991. Reagindo ao título de uma matéria editorial sobre uma piscina pública, Carson se inspirou a "dar um tempo" com a tipografia convencional.

24.13 David Carson (diretor de arte) e John Ritter (fotógrafo), "Is Techno Dead" (O tecno está morto?), *Ray Gun*, 1994. Tipos textuais e intervalos espaciais se juntam a fotos manipuladas por computador numa melodia rítmica de formas brancas e escuras.



24.14 David Carson (diretor de arte) e Chris Cuffaro (fotógrafo), "Morrissey: The Loneliest Monk" (Morrissey: o monge mais solitário), *Ray Gun*, 1994. O corte fotográfico incomum e o título desconstruído transmitem o romantismo e o mistério do músico.



Musician (1988), *Beach Culture* (1989-1991), *Surfer* (1991-1992) e *Ray Gun* (1992-1996), Carson zombava das convenções de design. Seus leiautes revolucionários incluíam números de página compostos em grandes tipos *display* e legendas, que normalmente seriam diminutas, transformadas em elementos proeminentes. Ele costumava espaçar as letras dos títulos de seus artigos de maneira irregular ou os dispunha em sequências antes expressivas que normativas. Também exigia que o leitor decifrasse sua mensagem fatiando partes das letras. Os tipos de texto de Carson muitas vezes desafiavam os critérios fundamentais de legibilidade. Ele explorava o entrelinhamento negativo, justificação extremamente forçada, colunas de texto totalmente ocupadas e sem espaço entre si,



24.15 Fred Woodward (diretor de arte e designer) e Andrew Macpherson (fotógrafo), "Sinead O'Connor...", *Rolling Stone*, 1990. Este leiaute inovador usou tipos *display* de grande escala em duas páginas como contraponto dinâmico ao retrato fotográfico.

colunas de texto da largura de uma página (e, ao menos em uma ocasião, uma página dupla), texto com contraste mínimo de valor tonal em relação à imagem ou cor de fundo e colunas de texto compostas em formas curvas ou irregulares [24.13]. Tipos brancos *display* cobriam algumas palavras do texto, que ainda assim era inteligível. O texto e o tema recebem cuidadosa atenção de Carson, pois seus projetos derivam do significado das palavras, ou comentam o tema, enquanto ele procura harmonizar o leiaute.

O tratamento não convencional das imagens incluía o corte "não natural" para expressar conteúdo. Embora fosse encarado como síntese da revolução digital, *Ray Gun* 14 [24.14] foi a primeira revista que Carson enviou para a gráfica na forma de arquivos eletrônicos. Antes disso ele havia gerado elementos por computador e depois montado a arte-final em pranchas.

Carson se tornou bastante polêmico durante o início dos anos 1990. Inspirou jovens designers enquanto irritava outros que acreditavam que ele estava cruzando a linha da ordem para o caos. Sua tipografia era criticada e denunciada, mas, à medida que ele e outros impeliam seu trabalho até o limite da ilegibilidade, os designers descobriam que muitos leitores eram mais flexíveis do que eles haviam suposto e notavam que com frequência as mensagens eram lidas em condições aquém das ideais. Técnicas de vídeo e

filme animavam os projetos de revista de Carson, pois a estrutura hierárquica e padronizada do projeto de página cedeu lugar em seu trabalho a um ambiente espacial instável, cinético, onde tipo e imagem se sobrepõem, esmaecem e borram. Carson conscientemente tornava suas páginas dinâmicas, deixando que artigos e títulos fluíssem de uma página dupla para a outra e fazendo as figuras darem a volta pela margem até o verso da página.

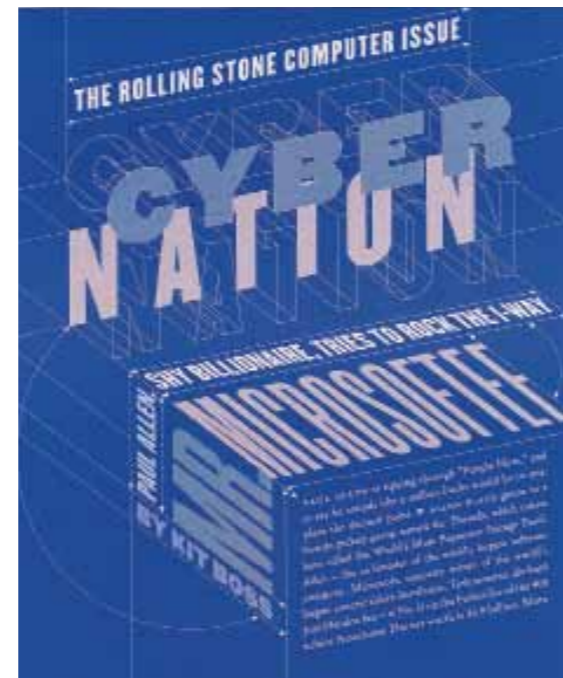
No período em que foi diretor de arte da revista *Ray Gun*, Carson propiciou um raro fórum aberto para importantes ilustradores e fotógrafos, já que apresentava novos artistas e reservava meia dúzia de páginas para os leitores exibirem suas ilustrações para letras de músicas. Esse gesto populista se repetiu quando os *zines*, revistas pessoais autoeditadas usando programa de editoração eletrônica e impressão barata ou reprodução em fotocopiadora, começaram a surgir nas estantes de revistas. Carson deixou a *Ray Gun* em 1996 e aplicou seu enfoque em impressos e trabalhos em outras mídias para anunciantes dos meios de comunicação de massa, como a Coca-Cola e a Nike. Ele acredita que não se deve confundir legibilidade com comunicação, pois muitas mensagens compostas de maneira tradicional são teoricamente legíveis, mas oferecem pouco atrativo visual aos leitores, enquanto projetos mais expressionistas podem atraí-los e envolvê-los.

Após ser diretor de arte de *Texas Monthly* e *Regardie's*, Fred Woodward (n. 1953) tornou-se diretor de arte da revista quinzenal de *rock Rolling Stone* em 1987; mais tarde no mesmo ano, Gail Anderson (n. 1962) assumiu a função de subdiretor de arte. A tradição de excelência editorial e gráfica da *Rolling Stone* datava de sua criação, em 1967, e a pressão para estar à altura desse legado prevalecia. A virada se deu quando Woodward restabeleceu a linguagem de fios e molduras duplos, grossos e finos, dos períodos iniciais da revista (conhecida como “Oxford rules”) [19.46]. Ele achava que essas margens lhe proporcionavam grande liberdade, quase como se qualquer coisa que ele pusesse dentro delas teria as feições da *Rolling Stone*.

A revista possuía um Phototypesetter e centenas de tipos; Woodward aumentou esse estoque e fez da tipografia audaciosa uma das marcas de seu trabalho. Um projeto de ruptura [24.15] empregou tipos de grande escala e uma foto de página inteira para produzir uma forte expressão visual sobre a cantora Sinead O'Connor. Esse leiaute mudou a cara da *Rolling Stone*, pois Woodward se sentiu desafiado a apostar no caminho que ele apontava. As páginas de texto eram pontuadas por duplas expansivas, que se abriam justapondo um retrato sangrado em página simples oposta à página de título dominada por tipos *display*. Muitas vezes, essas páginas tinham pouco ou

nenhum texto. O conteúdo era expresso por meio de seleção inesperada, escala e disposição de tipos.

Embora a revista fosse transferida para computadores no início dos anos 1990, Woodward buscava um aspecto feito à mão. A *Rolling Stone* utilizava uma gama ampla de fontes, explorando livremente não só a manipulação digital, mas a caligrafia, tipos compostos à mão, reciclagem de letras e entropia gráfica obtida pela passagem dos tipos diversas vezes por uma fotocopiadora. Quando Woodward disse que preferia nunca usar um tipo mais de uma vez, estava manifestando interesse por mudança dinâmica e pela criação de uma publicação que constantemente reinventasse



24.17 Fred Woodward (diretor de arte) e Lee Bearson (designer), “Cyber Nation” (Nação ciber), *Rolling Stone*, 1994. A escolha de tipos, sua manipulação em computador e a paleta de cores simbolizam e expressam o conteúdo do artigo.

seu projeto em resposta ao conteúdo. A figura 24.16 demonstra como a fonte, seu tratamento, a paleta de cores e a imagem emergiam a partir de associações com o tema do artigo.

A nova elasticidade da tipografia permitiu que as letras contornadas do título para um artigo sobre computadores [24.17] fossem convertidas em formas em perspectiva representadas apenas por arestas para um efeito cinético tridimensional. As letras que formam o plano superior da caixa foram perspectivadas, assim como o texto se tornou o plano frontal. O programa de computador permitiu que os designers controlassem interativamente os tipos [24.18] pela mudança de escala e cor e a sobreposição de formas até que fosse alcançado um equilíbrio dinâmico, assim como deu aos ilustradores e fotógrafos mobilidade e amplitude de recursos para realizar seu melhor trabalho.

Em meados dos anos 1990, enquanto a economia norte-americana se recuperava de uma recessão devastadora, surgia um novo paradigma cultural: computadores pessoais e a internet lançavam a era da informação. A revista que daria voz e funcionaria como um mapa virtual da nova “geração digital” foi a *Wired*.

A equipe da *Wired*, John Plunkett (n. 1952) e Barbara Kuhr (n. 1954), designers diretores da Plunkett + Kuhr, sediada em Park City, Utah, imaginavam uma

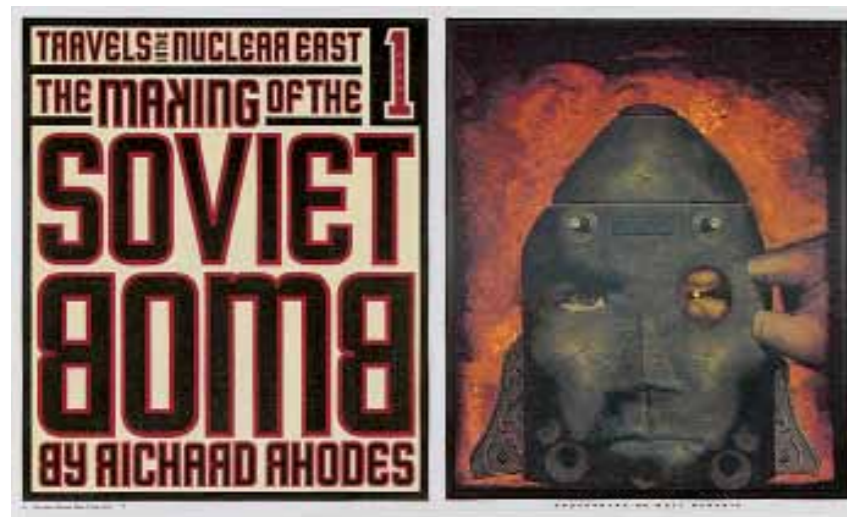


revista que faria pelo emergente canal da informação o que a *Rolling Stone* havia feito uma geração antes pelo *rock*: defini-lo, explicá-lo e torná-lo indispensável aos leitores da revista.

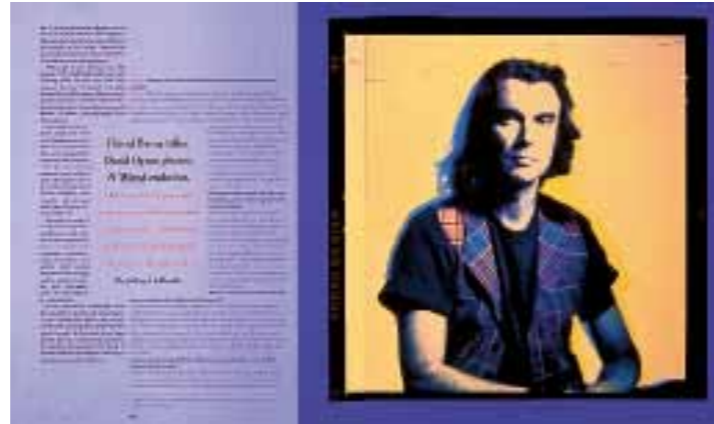
Plunkett e Kuhr chegaram à *Wired*, publicação de San Francisco, via Paris, onde haviam conhecido quem seria o editor e fundador da futura revista, Louis Rossetto, em 1984. Em 1991, Kuhr projetara um boneco para a *Wired* em fotocópia colorida, mas só conseguiram lançar a revista em 1994 [24.19], após longa busca de financiamento efetuada por Rossetto e sua sócia Jane Metcalf. Para Plunkett, a questão do projeto

24.18 Fred Woodward (diretor de arte), Geraldine Hessler (designer) e David Cowles (ilustrador), “Man of the Year: David Letterman” (Homem do ano: David Letterman), *Rolling Stone*, 1995. É alcançada a coesão visual entre tipo e imagem, já que ambos são construídos de amplas formas chapadas de cores entrelaçadas.

24.16 Fred Woodward (diretor de arte), Gail Anderson (designer) e Matt Mahurin (fotógrafo), “The Making of the Soviet Bomb” (Fazendo a bomba soviética), *Rolling Stone*, 1993. Letras maciças sem serifa evocam o construtivismo russo, enquanto os “Bs”, “Rs” e um “K” invertidos sugerem o alfabeto cirílico, usado na Rússia.



24.19 Erik Adigard/MAD (designer), John Plunkett e Barbara Kuhr (diretores de arte), página dupla do sumário da revista *Wired* com a missão da publicação, primeiro número, março de 1994. O manifesto da missão editorial assinado pelo editor Louis Rossetto era sintetizado na citação do parágrafo de abertura do livro de Marshall McLuhan de 1967, *O meio são as massa-gens*.



24.20 John Plunkett, Barbara Kuhr (designers e diretores de arte), revista *Wired*, página dupla inicial. A seção *Electronic Word* usava uma estrutura em camadas, com o texto frequentemente passando por cima de imagens para expressar o conteúdo multidimensional da internet e a “forma” da experiência dos leitores, nas palavras dos designers. Foto do carro: Renault, Ltd.

consistia em encontrar uma maneira de usar a convencional técnica da impressão “para informar sobre esse mundo emergente, fluido, não linear, assíncrono e eletrônico”.

O pulso da era da informação era apresentado de um modo decididamente não linear, com tintas fluorescentes e pantones praticamente nunca usadas na publicação de revistas. A seção de abertura, *Electronic Word* (Palavra eletrônica), com oito páginas de notícias e produtos [24.20], era sempre citada como difícil de ler, mas de fato se tratava de um design em camadas que pretendia imitar o emergente sistema nervoso da internet, com informações em geral sobrepostas e simultâneas. Seu projeto era indubitavelmente influenciado pelo de Quentin Fiori de 1967 para *The Medium is the Massage* (O meio são as mensagens), de Marshall McLuhan. Os projetos dos artigos, claramente pós-modernos, usavam ampla gama de fontes angulosas nos títulos [24.21]. Os designers da *Wired* logo encomendaram sua própria fonte para

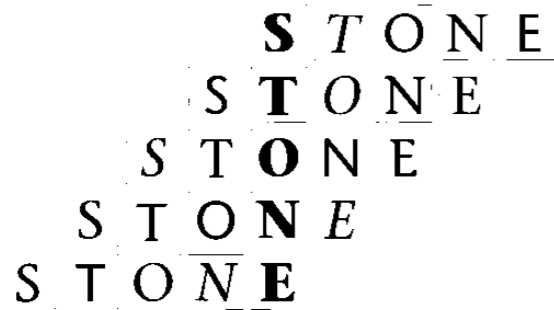
texto, a *Wiredbaum*, projetada por Matthew Carter (ver adiante, neste capítulo) e baseada na *Walbaum*, fonte moderna com serifa.

Não houve nenhuma outra revista que se parecesse com a *Wired*. O ritmo era perfeito, no rastro dos primeiros passos da internet, e a estreia do design computacional causou impacto imediato.

FUNDIÇÃO DIGITAL DE TIPOS

Os primeiros sistemas digitais de design de tipos, como o pré-PostScript Ikarus, usado nos anos 1980 pelos fabricantes de equipamentos de composição, eram muito caros. Quando se tornaram disponíveis os programas de desenho de fontes para computadores – o *Fontographer*, por exemplo –, isso possibilitou aos designers projetar e comercializar tipos originais como arquivos em discos, com considerável redução no custo, tanto de projetar como de distribuir fontes. Uma explosão virtual no lançamento de novos tipos ocorreu nos anos 1990, quando os fabricantes independentes se uniram a grandes vendedores.

A Adobe Systems tornou-se uma prolífica e influente fundição digital. Uma primeira família de tipos desenvolvida em sua linguagem PostScript de descrição de páginas foi a *Stone* [24.22], projetada por Sumner Stone (n. 1945). Tendo recebido formação de calígrafo e de matemático, Stone foi diretor de tipos da Adobe Systems antes de abrir sua própria fundição em 1990. A família *Stone* possui três

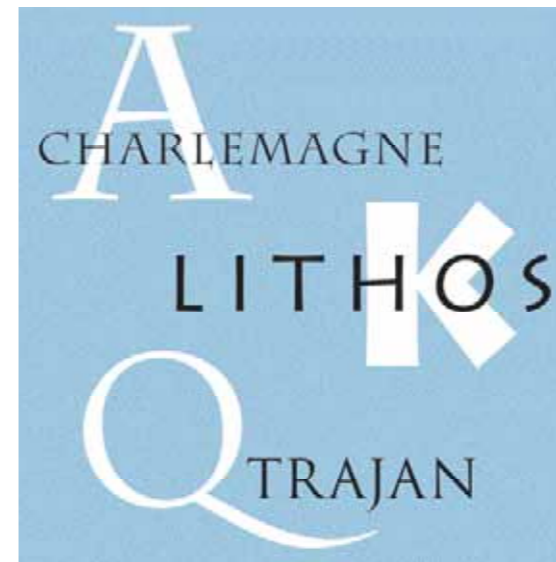


24.22 Sumner Stone, a família de tipos *Stone*, 1987. Este arranjo tipográfico de Min Wang mostra a harmonia das versões serifa, sem serifa e informal.

24.21 John Plunkett, Barbara Kuhr (designers e diretores de arte), página dupla de matéria de destaque da revista *Wired*. Foto de David Byrne: Neil Selkirk. Projetos de texto pós-modernos e cores fluorescentes sinalizavam um novo paradigma para a comunicação impressa a respeito das novas mídias eletrônicas.

versões – com serifa, sem serifa e informal –, que compartilham proporções e estrutura. Cada uma delas tem três fontes romanas e três itálicas, para um total de dezoito tipos na família. A definição da reprodução em impressoras *laser* de 300 dpi foi seriamente levada em consideração em seus projetos de caracteres.

No passado, quando os designers desenvolviam um tipo para um determinado sistema como o Linotype ou Monotype, levavam em conta a natureza específica do equipamento de composição. Os designers de tipos contemporâneos criam fontes para uso em muitos dispositivos de saída, como monitores de baixa e alta resolução, impressoras a jato de tinta e de alta resolução e outros que ainda não existem. Além disso, o ambiente no qual os tipos são usados



se expandiu muito, com pessoas em diversos campos, não apenas designers e tipógrafos, tomando decisões tipográficas e compondo documentos.

Carol Twombly (n. 1959) e Robert Slimbach (n. 1956) despontaram como excelentes designers de tipos na Adobe, criando projetos originais e respeitáveis adaptações digitais de tipos clássicos. Entre os muitos tipos de Twombly se encontram três famílias magistrais [24.23] inspiradas em inscrições antigas. Essas foram as três primeiras fontes *display* no programa de tipos Adobe Originals, uma série de projetos criados para tecnologia digital. A *Charlemagne* é uma adaptação livre das versais decorativas usadas como capitulares e títulos em manuscritos iluminados da era carolíngia. A *Lithos* foi inspirada na simplicidade dos traços sem modulação e na textura uniforme das inscrições gregas em pedra, mas Carol Twombly transformou essas letras talhadas

Adobe Garamond

Myriad

Minion

Caflisch script

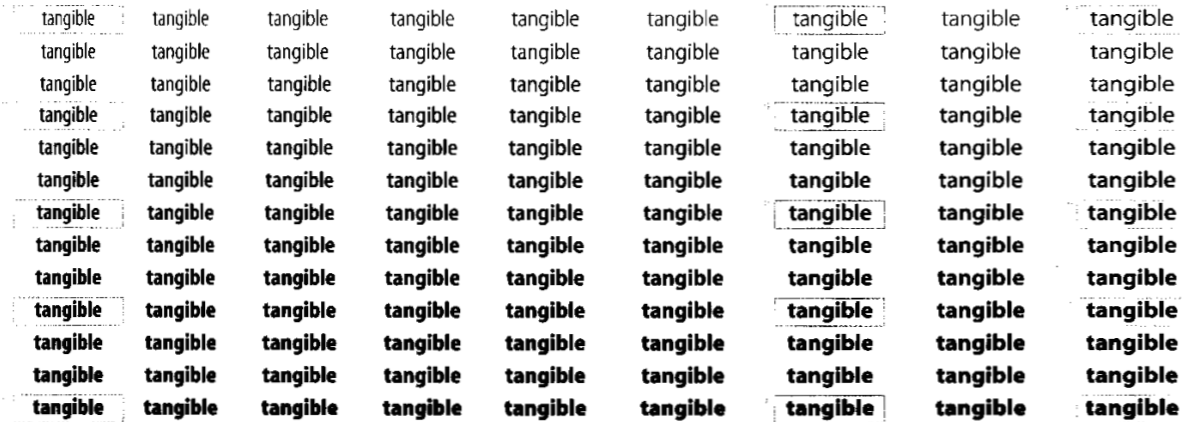
Poetica

Adobe Jenson

Cronos

24.23 Carol Twombly, tipos *Charlemagne*, *Lithos* e *Trajan*, 1989. O espírito de inscrição do mundo antigo é traduzido para o universo digital.

24.24 Robert Slimbach, tipos *Adobe Garamond*, 1989; *Myriad* (em colaboração com Carol Twombly) e *Minion*, 1990; *Caflisch script*, 1993; *Poetica*, 1992; *Adobe Jenson*, 1996; e *Cronos*, 1997.



24.25 Robert Slimbach e Carol Twombly, Myriad, uma fonte *multiple master* de dois eixos, 1990. Da esquerda para a direita, a largura fixa dos caracteres vai de condensada a expandida; de cima para baixo, o peso dos traços se torna mais espesso.

numa família extremamente original de cinco pesos, com caracteres criativos e aparência única. Após seu lançamento, a Lithos foi adotada pela MTV e ganhou enorme popularidade. A inscrição na consagrada coluna de Trajano [2.17] inspirou inúmeras fontes, entre elas a versão de Twombly. Sua fonte parafraseia de perto a original, mas a conversão da pedra para o tipo exigiu um *N* menos pesado, um *S* mais grosso e serifas mais evidentes.

Mestre calígrafo, Robert Slimbach busca inspiração em tipos clássicos ao projetar fontes para texto em tecnologia digital. Ele cria também fontes vibrantes com base em caligrafia e inscrição manual [24.24]. Extensas pesquisas e documentação, combinadas com meticulosa habilidade, resultaram em tipos extremamente fiéis aos originais. As fontes de Slimbach são aclamadas por manter o espírito do original e ao mesmo tempo ter ajustes e refinamentos adequados à tecnologia digital.

Em 1992, a Adobe lançou seus primeiros tipos *multiple master*. Dois ou mais desenhos-mestres se combinam para gerar extensa sequência de fontes. Esses desenhos determinam a gama de versões que pode ser gerada por meio de mudanças em um ou mais eixos do projeto. Os eixos controlam o *peso*, determinado pela espessura do traço e a relação resultante entre a forma preta e o fundo branco; a *largura*, determinada pelo alargamento (expansão) ou estreitamento (condensação) das letras; o *estilo*, no qual eram alterados os atributos visuais que iam das sem serifa às serifas pesadas, ou de serifas em forma de

24.26 As fontes Emigre incluem P. Scott Makela, Dead History, 1990; Jonathan Barnbrook, Exocet, 1990; Jeffrey Keedy, Keedy Sans, 1989; Frank Heine, Remedy, 1991; Rudy VanderLans, Suburban, 1994; Barry Deck, Template Gothic, 1990; Zuzana Ličko, Totally Gothic, 1990, Filosofia, 1997, e Mrs Eaves, 1996.

Dead History
 EXΘCE†
 Keedy Sans
 Remedy
 Suburban
 Template Gothic
 Totally Gothic
 Filosofia
 Mrs Eaves

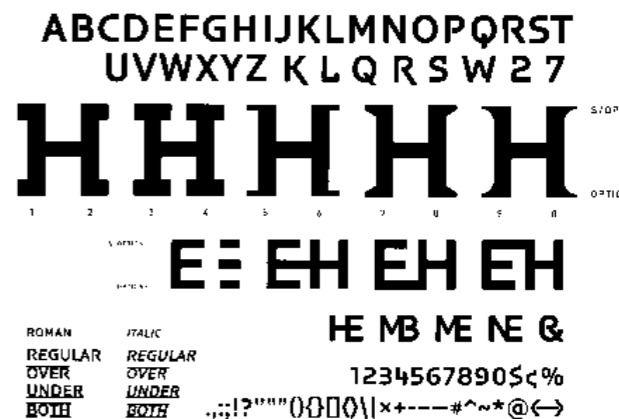


cunha a serifa retangulares ou egípcias; e o *tamanho ótico*, envolvendo ajustes sutis de proporção, peso, contraste entre elementos espessos e finos e espaçamento para otimizar a legibilidade e o desenho. O eixo do tamanho ótico foi uma consideração importante. Durante a era da fotocomposição, um conjunto de caracteres-mestres era desenhado para uso em todos os tamanhos, muito embora os pequenos caracteres de texto precisem de serifa mais robustas e traços finos mais pesados que os tamanhos grandes de fontes *display*. A Myriad, uma sem serifa de dois eixos (peso e largura) [24.25], foi uma das primeiras fontes *multiple master*. Twombly e Slimbach executaram seu desenho e digitalização durante um período de dois anos.

Muitas fundições de tipos caseiras saltaram para a existência no mundo inteiro; seus proprietários são designers independentes e empreendedores que criam e distribuem seus próprios tipos graças à nova tecnologia. Surgiu uma cisão entre designers defensores dos valores tradicionais e os que defendiam a experimentação e até mesmo a excentricidade. Quase sempre o cisma se dava entre gerações. Os jovens designers não estavam preocupados em expandir a gama de tipos no âmbito das categorias existentes (por exemplo, o modo como o Univers ampliava a gama de tipos sem serifa, 18.13) ou criar tipos deco-

rativos e fantasia [11.32]; em vez disso, procuravam inventar modalidades de tipos totalmente novas. Essas fontes não poderiam ser avaliadas em comparação com tradições tipográficas consolidadas.

Em 1990 a Emigre Fonts começou a receber muitas fontes idiossincráticas e originais de designers independentes. Ličko e Vanderlans reconheceram a qualidade de muitos desses projetos e passaram a licenciar e distribuir os tipos. Muitas vezes essas fontes se mostravam extremamente controversas [24.26], embora fossem amplamente aplicadas em importantes campanhas publicitárias e projetos editoriais. Mais tarde na mesma década, Ličko projetou dois revivescimentos importantes: Mrs



Eaves é uma interpretação exemplar das fontes de transição de John Baskerville do século XVIII [8.12, 8.13], e a Filosofia capta o espírito dos tipos modernos [8.17, 8.18] e ao mesmo tempo soluciona alguns problemas de legibilidade inerentes aos originais do século XVIII.

De 1955 a 1957, o londrino de nascimento Matthew Carter (n. 1937) aprendeu a abrir punções manualmente na fundição da gráfica de Enschedé, na Holanda. Por mais de quarenta anos Carter fez dezenas de projetos, enquanto a tecnologia tipográfica evoluía do metal para as fontes de fotocomposição e depois para a tecnologia digital. Durante uma associação com a Linotype de 1965 a 1981, entre os projetos de Carter estava o onipresente Bell Centennial (1978),

24.27 Matthew Carter, projetos de tipos: Galliard, 1978; Mantinia, 1993; Sophia, 1993; e Big Caslon cc, 1994.

24.28 Matthew Carter, tipos Walker, 1995. “Snap-on serifs” e outras variáveis ampliam a gama de formas.



24.29 Laurie Haycock Makela e Matt Eller, trabalhos gráficos do Walker Art Center, 1995-1996. As primeiras aplicações do sistema de tipos Walker exploram apenas pequena parcela de sua gama infinita de possibilidades.

criado para a primeira tecnologia de alta velocidade digital e tubo de raios catódicos (CRT). Esse tipo era projetado para ter excelente legibilidade nos catálogos telefônicos com corpos pequenos em papel-jornal. Depois de ser cofundador e dirigir as atividades de design de tipos da fundição digital Bitstream de 1981 a 1992, Carter fundou a Carter & Cone Type em Cambridge, Massachusetts.

Matthew Carter projeta excelentes fontes baseadas em modelos antigos [24.27]. A Galliard, lançada em quatro pesos com itálicos, é uma adaptação magistral de um projeto do século XVI de Robert Granjon. Mantinia é um tipo para títulos inspirado em versais pintadas e entalhadas pelo renascentista Andrea Mantegna. Sophia é um tipo *display* original inspirado em alfabetos híbridos de versais, letras gregas e unciais de Constantinopla do século VI; contém dez caracteres associados que se fundem com outras letras para formar ligaturas. Embora existam muitas retomadas de tipos de texto de William Caslon no século XX, seus tipos *display* vigorosos e um tanto excêntricos não haviam sido redesenhados para composição digital até que Carter lançou seu Big Caslon CC.

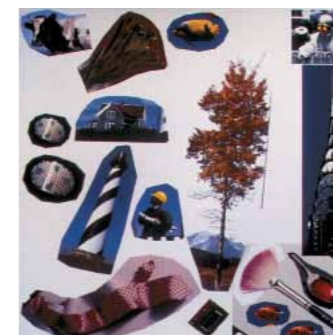
Padronização e partes intercambiáveis se tornaram a norma na Revolução Industrial; na tipografia essa racionalização era percebida por meio da repetição de partes de letras e layouts com estrutura e elementos fixos. A revolução digital abriu uma era de individualização, flexibilidade e customização.

Os tipos Walker [24.28] de Matthew Carter projetados para o Walker Art Center, sediado em Minneapolis, fornecem um exemplo sensacional de expansão das possibilidades tipográficas. Capitulares robustas sem serifa têm uma série de cinco serifas complementares que Carter chamou de “*snap on serifs*” (serifas de acoplar), as quais podem ser anexadas à vontade aos traços verticais de cada letra; e mais, elas se encontram disponíveis em diversas larguras. Carter também projetou um fio correndo acima e/ou abaixo das letras, ligando suas formas em uma unidade dinâmica. Sobre as letras básicas, Carter disse: “Penso nelas antes como manequins de vitrines com boa estrutura óssea nos quais se podem pendurar muitos tipos diferentes de roupa”. Ligaturas e caracteres alternados completam o conjunto, permitindo ao Walker Art Center modular formas adequadas à mensagem em pauta [24.29]. O tipo, ou melhor, suas várias permutações, se torna a identidade corporativa. Laurie Haycock Makela (n. 1956), diretora de design do centro de 1991 a 1996, e Matt Eller (n. 1968), designer sênior que se tornou diretor de design em 1996, usaram



24.30 Pat Gorman, da Manhattan Design, capa de *kit* de imprensa da MTV, 1982. Combinações de cor aleatoriamente geradas foram selecionadas e compostas num padrão repetitivo; elementos visuais comunicam o caráter da rede de uma forma não verbal.

24.31 Woody Pirtle, ilustração digital para a Mead Paper Company, 1985. Mostram-se as fotos originais, o traçado estrutural dos primeiros dispositivos de ponta da edição digital e a imagem impressa.



o sistema Walker para obter uma liberdade de expressão tipográfica adequada a um centro de arte, design e performance.

A fundição digital de tipos descentralizou e democratizou a criação, a distribuição e o uso de fontes de tipos. Os anos 1990 assistiram ao maior acesso à tipografia e à proliferação de fontes experimentais e fantasia. Versões excelentes e medíocres de tipos tradicionais eram lançadas, e a superabundância de novos projetos incluía inovações sem precedentes ao lado de outros mal concebidos e toscamente elaborados.

IMAGENS DIGITAIS

A fotografia perdeu seu *status* de documento da realidade, já que novos programas possibilitaram a manipulação da imagem. As fronteiras entre fotografia, ilustração e artes plásticas começaram a se desmanchar juntamente com as que separavam designer, ilustrador e fotógrafo. Entretanto, o acesso aos primeiros sistemas de manipulação da imagem era muito dispendioso, e geralmente os designers não tinham acesso direto; eles podiam apenas dirigir os técnicos em vez de trabalhar efetivamente no sistema. Antes do advento do computador Macintosh, o potencial criativo da tecnologia eletrônica raramente era explorado, porque os artistas e designers quase não dispunham de acesso direto à tecnologia sofisticada; muitas vezes, o aluguel de computadores e centros de edição de vídeo era proibitivo.

A capa de um *kit* de imprensa da MTV [24.30], projetada por Pat Gorman da Manhattan Design, é apenas um prenúncio da invenção possibilitada pelos computadores. Gorman criou variações de cor da marca da MTV explorando controles de edição num estúdio

de televisão. O engenheiro do estúdio ficou tão desconcertado com suas propostas que preferiu deixá-la sozinha com o equipamento, trancando-a no estúdio, para que seu comportamento ousado não fosse visto por seus colegas. Ela chamou esse projeto de “*má televisão*”, porque vai na contramão da “*correta*” fidelidade de cor almejada numa transmissão. Amplamente reproduzido, inclusive na capa da revista *Billboard* em 1983, esse projeto exemplificou o potencial criativo da manipulação eletrônica da imagem.

Numa imagem para a Mead Paper Company, o designer Woody Pirtle criou um livro surreal cujas páginas se abrem para deixar que objetos e figuras flutuem sobre um céu [24.31]. Muitas fotos foram digitalizadas, transformadas em silhuetas e combinadas numa montagem eletrônica.

Para criar um anúncio para um simpósio sobre saúde [24.32], April Greiman “construiu” um cartaz combinando imagens digitalizadas – fotos de uma bandeira e uma águia, os raios X e um desenho do tradicional caduceu da profissão médica – com formas e gradações de cor e um videoclipe de mãos filmadas ao vivo no programa *Paintbox*. Grande variedade de efeitos, como mosaico, *fading*, contorno, sobreposi-



24.32 April Greiman, cartaz “Shaping the Future of Health Care” (Definindo o futuro da assistência em saúde), 1987. Cor e composição transformam imagens simbólicas facilmente compreendidas numa poderosa expressão de possibilidades futuras.

ção e aumento e redução dos níveis de transparência, possibilita que a complexa iconografia evolua como um todo integrado e orgânico.

Essas montagens eletrônicas incomuns dos anos 1980 eram prenúncios da posterior revolução na edição de imagens, quando milhares de designers, ilustradores e fotógrafos passaram a utilizar cotidianamente computadores com programas de desenho, pintura e manipulação da imagem. A poderosa fusão entre as tecnologias do vídeo e da impressão desencadeou novas possibilidades gráficas. Discos óticos, equipamentos de captura e edição de vídeo e mídias interativas baseadas na impressão ou no tempo expandiram mais ainda a atividade do design gráfico.

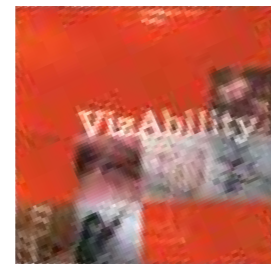
MÍDIA INTERATIVA, INTERNET E WORLD WIDE WEB

Hipertexto é texto na tela de um computador contendo indicadores para outro texto, que são instantaneamente disponibilizados pela simples colocação de um cursor sobre a palavra-chave ou ícone e clicando-se o *mouse*. O hipertexto pode ser acessado de maneira não linear. Clicando sobre o nome *Marco Polo* em um texto de história mundial, por exemplo, o leitor pode abrir outra página com uma biografia e o retrato de Marco Polo na tela do computador. O programa Hypercard

para Macintosh, projetado por Bill Adkinson, foi uma primeira aplicação desse conceito.

A *mídia interativa*, também chamada de *hipermídia*, estende o conceito de hipertexto para uma combinação de comunicações auditiva, visual e cinemática conectadas para formar um corpo coerente de informações. Esses conteúdos são vinculados para permitir que o espectador os acesse de forma não linear, possibilitando que cada usuário busque as informações ao longo de um caminho pessoalmente escolhido. Ao contrário dos livros e filmes, que apresentam informações em sequências lineares, a mídia interativa possui uma estrutura não linear. Ela é normalmente criada por equipes de profissionais, incluindo especialistas em audiovisuais, autores, programadores, especialistas em conteúdo, diretores, designers gráficos, criadores de imagens e produtores. As apresentações de mídia interativa são armazenadas em DVD e CD-ROM ou hospedadas em *sites*, oferecendo uma capacidade sempre crescente de armazenagem de diversas mídias, como animação, ilustração, fotografia, som, texto e vídeo.

VizAbility [24.33] era um CD-ROM interativo exemplar, que ensinava conceitos relativos à percepção visual e ajudava os usuários a refletir sobre ela. A tela principal tinha a função de uma página de sumário usando a metáfora de um cubo desdobrado em seis capítulos; ao clicar sobre uma imagem, o usuário era levado para uma folha de rosto do respectivo capítulo [24.34, 24.35]. O VizAbility foi projetado pela MetaDesign San Francisco. Empresa com escritórios em Berlim, Londres e San Francisco, a MetaDesign é dirigida pelo alemão Erik Spiekermann (n. 1947), designer da família de tipos Meta e fundador da FontShop, fundição digital de tipos.



24.33 Bill Hill e Terry Irwin (diretores de criação) e Jeff Zwerner (designer), MetaDesign San Francisco, CD-ROM interativo VizAbility, 1995. Um design sistêmico unifica folhetos, embalagem e projeto de telas.

24.34 e 24.35 Bill Hill e Terry Irwin (diretores de criação) e Jeff Zwerner (designer), MetaDesign San Francisco (empresa de design), CD-ROM Interativo VizAbility, 1995. Um projeto de formato consistente, porém lúdico, torna-se um auxílio importante para o usuário. Clicar nos ícones alinhados na parte inferior de cada tela permite a navegação pelo programa.



Em contraste com a comunicação impressa que é imutável após sair da gráfica, alguns programas de mídia interativa não têm fim. São possíveis revisões ilimitadas e constantemente se podem acrescentar ou modificar conteúdos. Sete métodos estruturais básicos são utilizados, muitas vezes em conjunto, para conferir ordem e coesão à experiência do espectador: séries lineares, *zooms* espaciais, textos paralelos, superposições, hierarquias, matrizes e teias ou redes.

Uma *série linear* é uma sequência de telas, quase como as páginas de um livro ou imagens numa apresentação de *slides*, que podem ser acessados um após outro. O *zoom espacial* permite ao espectador adquirir dados mais aproximados ou mais detalhados mediante o clique sobre uma palavra para ver sua definição ou mediante *zoom-in* sobre um detalhe de um mapa ou diagrama. *Textos paralelos* são versões modificadas do mesmo documento. *Superposições* são visões diferentes das mesmas informações – por exemplo, uma série de mapas mostrando o Império Romano em diferentes estágios de sua história. *Hierarquias* são estruturas ramificadas organizadas como uma árvore genealógica; permitem que se façam opções percorrendo os vários ramos. Uma *matriz* organiza dados sobre um grid de caminhos interconectados; esses caminhos se interceptam em pontos tangenciais apropriados. *Estruturas em teia ou redes* são construídas com *links* projetados para orientar o espectador através de informações interligadas.

A comunicação por computador dá um espetacular salto adiante com o desenvolvimento da internet, vasta rede de computadores conectados. Ela teve suas origens no final dos anos 1960, quando cientistas da

Department of Defense Advanced Research Projects Agency – DARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa) – dos Estados Unidos implantaram a rede ARPANet de computadores para que pudessem transferir dados entre máquinas que trabalhavam com projetos de pesquisa similares. Supercomputadores em toda parte nos Estados Unidos foram conectados pela National Science Foundation – NSF (Fundação Nacional da Ciência) – com a NSFNET em 1986; no prazo de dois anos essa rede substituiu totalmente a ARPANet. Em 1991, o Congresso norte-americano aprovou legislação que ampliava o acesso a escolas públicas, faculdades com cursos de dois anos e empresas, gerando uma expansão radical do que passou então a chamar-se internet. No início de 1997 mais de 30 milhões de usuários em mais de cem países estavam ligados numa comunidade eletrônica mundial. No início de 2005, havia mais de 800 milhões de usuários da internet no mundo, mais de 200 milhões nos Estados Unidos.*

A hoje onipresente World Wide Web propiciou um meio de organizar e acessar facilmente o conteúdo sempre crescente da internet, incluindo texto, imagens, som, animação e vídeo. A web foi desenvolvida inicialmente em 1990 pelo físico Tim Berners-Lee (n. 1955) no Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire – (Organização Europeia para Pesquisa Nuclear) em Genebra, Suíça. Berners-Lee desenvolveu as três primeiras pedras fundamentais da web, o Hypertext Transfer Protocol (HTTP) ou Protocolo de Transferência de Hipertexto, a Hypertext Markup Language (HTML) ou Linguagem de Marcação de Hipertexto, e uma especificação para o “endereço” de cada arquivo

* Segundo a Internet Usage and World Statistics (<http://www.internetworldstats.com>), em dezembro de 2008 o número estimado de usuários na internet no mundo era em torno de 1,6 bilhão, sendo 250 milhões nos Estados Unidos. [N.E.]



uma equipe da qual participava Marc Andreessen (n. 1971). Saindo do NCSA, Andreessen ajudou a fundar a Netscape Communications para produzir o primeiro navegador gráfico comercial importante no final de 1994, o Netscape Navigator, que levou o número de usuários da web a se multiplicar rapidamente. A expansão do uso da web prossegue a um ritmo incrível

24.36 a 24.41 Jessica Helfand (diretora de criação), Melissa Tardiff (diretora de arte), Jessica Helfand Studio; Interactive Bureau (agência); John Lyle Sanford (diretor de design do Discovery Channel), site do Discovery Channel, 1994-1995.

Três objetivos – identidade visual eficaz, navegação funcional e apresentação editorial da programação do canal – são alcançados com clareza, coesão e uma estética coerente.

24.43 Bob Aufuldish, página inicial do site do catálogo interativo da fontBoy, 1995. É comunicada a estética descontraída dos tipos.

24.44 Bob Aufuldish, página principal do site do catálogo interativo da fontBoy, 1995. O usuário clicou no g flutuante, trazendo para a tela o nome e os pesos do tipo.

na web chamado de Uniform Resource Locator (URL) ou Localizador Uniformizado de Recursos. Navega-se na web via *hiperlinks*, que são palavras destacadas ou sublinhadas, expressões, ícones ou imagens que vinculam elementos de um documento com outros documentos existentes em algum lugar na web.

Inicialmente limitada à comunidade científica, a web começou a decolar em 1993, com o desenvolvimento do navegador gráfico Mosaic no National Center for Supercomputing Applications – (Centro Nacional de Aplicações de Supercomputação) por



24.42 Clement Mok e Brian Forst (designers), Scott Peterson (fotógrafo) e Studio Archetype (estúdio de design), tela das principais categorias da loja virtual iQVC, 1995. Gavetas e nichos tornam esta tela adaptável para novas promoções sazonais, tal como uma vitrine de loja.



até hoje, à medida que ela se tornou uma ferramenta ubíqua de comércio, pesquisa e expressão para indivíduos e corporações do mundo inteiro.

Nos anos 1990, a expressão *information superhighway*, superestrada da informação ou infovia, foi empregada para denotar o acesso mundial a enormes quantidades de informações propiciado pela internet e pela web. Em 1997, estimava-se que 150 milhões de páginas da web estavam *on-line* e em 2005 havia mais de 8 bilhões de *sites*.

A internet representa um avanço sem precedentes na comunicação humana. Seu crescimento explosivo ao longo do final dos anos 1990 abriu novos horizontes para o design gráfico com os profissionais e indivíduos que a utilizam para produzir *sites*. Ocorreu uma descentralização dos meios de comunicação que antes era inconcebível.

Nos primeiros anos do webdesign havia significativas limitações para os profissionais da área. O tamanho da tela do computador e *defaults* tipográficos em geral reconfiguravam o projeto da página até que programas mais sofisticados passassem a baixar fontes. No início da revolução da internet, muitos temiam um colapso dos padrões do design devido às limitações da linguagem HTML e ao acesso generalizado à criação de *sites* por pessoas sem formação na área. Contudo, na infância do meio, muitos profissionais, como Jessica Helfand (n. 1960), demonstraram que os designers gráficos podiam criar identidade, ajudar a navegação e trazer interesse visual para os *sites*. Seu *site* inicial do Discovery Channel se tornou um paradigma do design na web. A folha de rosto [24.36] e páginas secundárias de abertura [24.37, 24.38] utilizam zoneamento geométrico para criar áreas para títulos, subtítulos e uma barra lateral de informações. As imagens são usadas como significantes para dirigir os espectadores em sua navegação. Telas de abertura para matérias editoriais [24.39 – 24.41] usam imagens envolventes e tipografia comedida, em contraste com a confusão estridente de pequenos elementos em competição presentes na maioria dos *sites*.

Em 1976, o arquiteto e designer Richard Saul Wurman (n. 1935) cunhou o termo *arquitetura da informação* e previu que esta se tornaria uma nova profissão

que consistiria em tornar inteligíveis informações complexas. Vinte anos depois essa expressão entrou em uso generalizado para denotar o processo de analisar informações complexas e dar-lhes estrutura e ordem, possibilitando que o público recolha sua essência de forma eficiente e agradável.

Clement Mok (n. 1958), diretor de criação da Apple que saiu para abrir a Clement Mok Designs em 1987 (rebatizada de Studio Archetype em 1996), despontou como um dos primeiros defensores do papel do designer gráfico no mundo dos meios interativos em rápida transformação. Mok percebeu que a revolução digital estava fundindo comércio, tecnologia e design em uma totalidade simbiótica [24.42]. Ele acreditava que o design deveria ser definido não como uma entidade isolada, tal como a embalagem ou ilustração acrescentadas ao produto ou serviço, mas como parte integrante da visão global e da estratégia da organização.

A mídia interativa possibilita que as pequenas empresas e os indivíduos se comuniquem de forma eficaz com o público e comercializem produtos ou serviços. Isso é demonstrado pelo primeiro catálogo interativo de tipos fontBoy [24.43], projetado por Bob Aufuldish (n. 1961). Na tela principal, as letras flutuam aleatoriamente no espaço. Quando um espectador passa o cursor sobre uma letra, o movimento das letras se detém e o nome da fonte aparece [24.44]; dois cliques na letra abrem outra tela mostrando a fonte inteira. Os tipos também podem ser acessados de uma página de menu. Esse catálogo eletrônico de fontes “barocas modernas” de Aufuldish e Kathy Warinner (n. 1957) possibilita que os usuários imprimam amostras em *bitmap*, obtenham informações sobre pedidos, analisem futuros lançamentos e leiam biografias sucintas dos designers de tipos. Aufuldish abriu uma fundição de tipos porque acreditava que ainda existia espaço para experimentação e exploração em projetos de fontes. Manifestou interesse por “uma nova tipografia à espera de acontecer – o que eu chamo de modernismo barroco para o novo milênio – e quero fazer e lançar tipos para inspirar essa nova tipografia”.

A extravagância permeou o design do fontBoy, por meio de sons engraçados, cores incomuns e formas divertidas que iam de paráfrases cômicas de elemen-

24.45 Charles S. Anderson Design Company, página da web para CSA Archive, 1996. A informalidade tátil de uma colagem com materiais encontrados evita a mesmice estridente da maioria dos sites.



24.47 Gitte Kath, cartaz para as Paraolimpíadas de Sydney, 2000. Este projeto foi selecionado para ser o cartaz oficial da Organização Desportiva Dinamarquesa para os Portadores de Deficiência.

tos vernaculares a imagens abstratas inspiradas por pintores modernos como Matisse e Miró. Uma estética sofisticada parodiava a si mesma, em contraste com o enfoque utilitário contido de muitos projetos interativos. Do mesmo modo, o site para a CSA Archive [24.45] demonstra a habilidade para trazer uma ressonância criativa à internet em vez de deixar que o meio determine a abordagem do design e a mensagem.

Com o acesso aos computadores agora quase universal, o controle de texto e imagens tornou-se domínio de qualquer designer. Conforme mencio-



24.46 Helmut Brade, cartaz para *Jedermann* (Todo mundo), de Hugo von Hofmannsthal, 2001. O contraste entre a caveira e o chapéu de bobó da corte sugere, sardonicamente, o título da peça.

nado anteriormente, programas cada vez mais sofisticados possibilitam que os designers assumam papéis anteriormente desempenhados pelas atividades de composição e produção. A elite da profissão era outrora dominada, em grande parte, por poucos indivíduos, enquanto hoje o campo de atuação está bem mais equânime. A ampliação da profissão de designer ocorreu não só pela criação de programas e pela internet, mas também em decorrência da expansão e da maior qualidade da formação em design.

O NOVO CARTAZ CONCEITUAL

A despeito dos avanços na tecnologia, o design de impressão continua a prosperar na era da internet e alguns designers, como Helmut Brade (n. 1937), permanecem fiéis aos métodos tradicionais. Natural de Halle, Alemanha, Brade trabalha como designer gráfico e cenógrafo. Exibindo humor irônico, seus car-



tazes coloridos e altamente ilustrativos penetram de modo eficaz no cerne do tema retratado [24.46].

Além de ser uma artista do cartaz e designer têxtil, Gitte Kath (n. 1948) é cenógrafa e diretora do Mill Theatre em Haderslev, Dinamarca. Com exceção de alguns cartazes para organizações como Anistia Internacional, as Paraolimpíadas de Sydney e do Umbrella Theatre em Copenhague, Kath tem criado a maior parte de seus cartazes para o Mill Theatre. Intensamente meditativos, os cartazes normalmente levam vários meses para serem produzidos. O processo de projeto que ela utiliza envolve coletar o material, fotografá-lo e depois introduzir pintura e texto, escrito frequentemente com sua caligrafia ou em letras datilografadas ampliadas. Muitos desses elementos visuais refletem a natureza transitória da vida, e ela chegou a usar uma parede gasta e desbotada de sua casa como fundo para os objetos fotografados. Kath se envolve com seus cartazes mais como pintora que como designer gráfica – eles se relacionam tanto com a

pintura tradicional de naturezas-mortas como com a montagem do século xx. Embora cheios da ressonância poética que alude à essência de seus temas, sua abordagem irredutível requer inevitavelmente um diálogo com o espectador [24.47, 24.48].

Tendo recebido sua formação artística na Bulgária, a artista e designer Luba Lukova (n. 1960) vive nos Estados Unidos desde 1981. Trabalha em Nova York e já ganhou inúmeros prêmios, entre os quais o Grand Prix Savignac/World's Most Memorable Poster no Salão Internacional do Cartaz, realizado em Paris em 2001. Empregando imagens radicalmente contrastantes [24.49, 24.50], suas expressões sutis e lúcidas são abordagens diretas de questões sociais e políticas, como a guerra e a conservação ambiental.

O conceitualismo, atributo comum do design gráfico japonês, é presença constante nos projetos complexos de Hideki Nakajima (n. 1961). Carregados de ambiguidades, seus cartazes elegantes consistem em imagens minimalistas e diretas altamente abstratas de cor e luz. Seu uso pictórico e harmonioso do espaço é criado pela mescla de imagem digital, padrões lineares *moiré*, planos de cores chapadas e tipografia audaciosa [24.51]. Em “I am walking” (Estou caminhando), um grande cartaz em nove seções, Nakajima sutilmente guia o leitor pelo texto de um poema sobre a caminhada numa floresta.

Makoto Saito (n. 1952) é atuante como diretor de design, arquiteto e designer gráfico. Dotado de imaginação fértil, ele orchestra um conteúdo simbólico enigmático que não segue nenhum modelo prévio. O acaso desempenha papel proeminente, já que ele



24.48 Gitte Kath, cartaz para *Kridtcirklen – eller historien om den forlattede dukke* (O círculo de giz, ou a história da boneca abandonada), peça para crianças e adultos inspirada em *Der kaukasische Kreidekreis* (O círculo de giz caucasiano), de Bertolt Brecht.



24.49 Luba Lukova, “Peace” (Paz), cartaz, 2001. Várias armas são usadas para construir uma pomba.

24.50 Luba Lukova, “Water” (Água), cartaz, 2002. A mensagem para conservação da água é o leite estéril de um lago que forma o corpo de um peixe morto.



24.51 Hideki Nakajima, "I am walking", cartaz, 2001. Ryuichi Sakamoto, famoso músico japonês e vencedor de um prêmio Grammy, escreveu o poema para o cartaz e Nakajima deu interpretação tipográfica ao texto.

descobre suas soluções durante o processo criativo. Seu cartaz de 1988 para Alpha Cubic Co., Ltd., consiste em um rosto intrinsecamente reconstruído. Sem nenhum texto além do nome da empresa, o cartaz é tanto um dilema como fonte de perplexidade para o observador [24.52]. Certa vez ele declarou: "Dez pessoas olhando para um de meus cartazes podem imaginar dez coisas diferentes". Até agora, Saito se recusa a usar um computador, dizendo: "Seja qual for a rapidez com que o computador possa trabalhar, minha imaginação

24.52 Makoto Saito, cartaz para Alpha Cubic Co., Ltd., 1988.



é muito mais rápida". Seu cartaz de 1999 "Sunrise Sunset" (Pôr do sol do amanhecer) é um elegante e comovente tributo ao falecido Yusaku Kamekura [24.53].

Shin Matsunaga (n. 1940) apresenta objetos comuns como imagens novas, ricas e inesperadas. Usando elementos geométricos simples, ele confere a suas imagens cor vibrante e equilíbrio, calor e suavidade que chegam a parecer espirituais. Seu cartaz de 2002 para a Exposição de Cartazes dos Associados da Japan Graphic Designers Association (JAGDA) usa o recorrente tema do sol nascente como elemento central [24.54].

A aplicação de camadas de luz etérea é um dispositivo recorrente nos cartazes do designer gráfico de Tóquio Mitsuo Katsui (n. 1931). Tal como em Matsunaga, a conhecida forma circular é usada em seu majestoso cartaz de 1998, "En hommage à Yusaku Kamekura" (Homenagem a Yusaku Kamekura), projeto plenamente digno de seu tema [24.55].

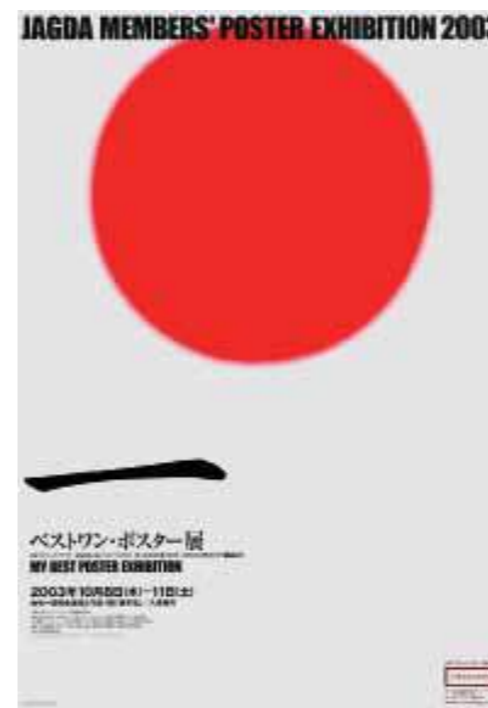
Jianping He (n. 1973) inicialmente estudou arte na Academia Chinesa de Arte em Hangzhou. Após continuar seus estudos na Universidade de Artes de Berlim, ali permaneceu e abriu o Hesign Studio. Como sua notável mistura de tipos e fotografia, seus cartazes retêm a majestade e a serenidade da pintura chinesa tradicional de paisagens [24.56].

Nascido na Áustria, Stefan Sagmeister (n. 1962) recebeu seu primeiro diploma de design gráfico da Universität für Angewandte Kunst Wien (Universidade de Artes Aplicadas de Viena), e como bolsista Fulbright obteve título de mestrado do Pratt Institute em Nova York, cidade onde trabalhou inicialmente. Mais tarde assumiu o cargo de diretor de criação no escritório de Hong Kong da agência de publicidade Leo Burnett, e em 1993 retornou a Nova York para fundar a Sagmeister, Inc. Projetou material gráfico e capas de discos para os Rolling Stones, David Byrne, Lou Reed, Aerosmith e Pat Metheny, entre outros clientes. O design gráfico da Sagmeister é constantemente caracterizado por uma franqueza incômoda e intransigência. Em um cartaz para um disco de Lou Reed, a letra de uma das canções do álbum é escrita à mão em seu rosto [24.57].

Werner Jeker (n. 1944) trabalha como designer gráfico em Chatillens e Lausanne, Suíça, principal-



24.53 Makoto Saito, "Sunrise Sunset Yusaku Kamekura", cartaz, 1999. Encomendado pelo Toppan Printing Company, Ltd., este trabalho é uma grande homenagem ao falecido designer Kamekura.

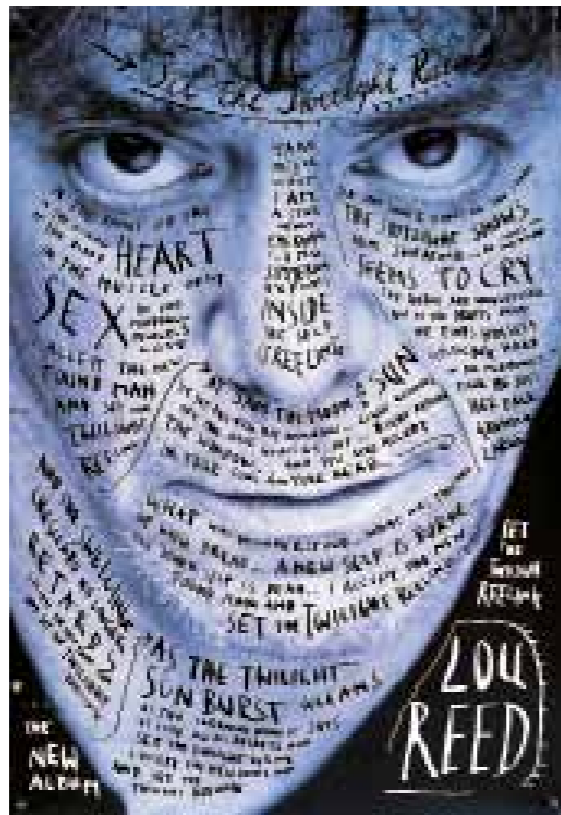


24.55 Mitsuo Katsui, "En Hommage à Yusaku Kamekura", cartaz, 1998.

24.54 Shin Matsunaga, JAGDA Members' Poster Exhibition (Exposição de cartazes dos associados da JAGDA), cartaz, 2003.



24.56 Jianping He, cartaz anunciando o Hesign Studio Berlin, 2004.



24.57 Stefan Sagmeister, cartaz de Lou Reed, 1996. “Projetamos um cartaz anunciando seu novo disco, *Set the Twilight Reeling*,” explica Sagmeister. “A letra é extremamente pessoal. Tentamos mostrar isso escrevendo-a diretamente em seu rosto.”

mente para instituições culturais. Em seu cartaz “Saison” (Temporada), uma imagem única é dotada de duplo sentido por uma simples modificação, uma mudança de cor [24.58].

Jean-Benoît Lévy (n. 1959) divide seu tempo entre San Francisco e Basileia, onde estudou na Escola de Design de 1978 a 1983. Lévy foi um dos poucos designers de cartazes que permaneceu em Basileia. Combinando elementos figurativos, frequentemente um rosto, com tipografia e formas naturais ou geométricas, seus cartazes convidam à reflexão e à contemplação. Seus projetos testemunham o rigor de sua formação suíça, harmonizado com uma visão conceitual [24.59, 24.60].

Antes de mudar-se para a França durante os anos 1960, Rudi Meyer (n. 1943), estudou com Armin Hofmann e Emil Ruder na Escola de Design de Basileia, sua cidade natal. Lecionou na École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (Escola Nacional Superior de Artes Decorativas) e como designer gráfico produz programas de identidade visual, cartazes, exposições, produtos e cartografia. Como professor inspirou uma geração de designers gráficos, enfatizando a importância de princípios básicos do design, da pesquisa tipográfica e da rica tradição do design francês de cartazes. Sejam baseados em tipografia ou em imagens, os trabalhos de Meyer exibem constantemente uma graciosa elegância [24.61, 24.62].

Niklaus Troxler (n. 1947) foi iniciado no design gráfico quando trabalhava como aprendiz de tipógrafo. De 1967 a 1971 recebeu instrução formal na Escola de Arte de Lucerna. Trabalhou como diretor de arte da Hollenstein Création em Paris antes de abrir seu escritório de design gráfico em Willisau, Suíça, em 1973. Aficionado pelo jazz, criou muitos cartazes para concertos e festivais. À vontade com interpretações tipográficas e ilustrativas, Troxler é indiscutivelmente uma das principais referências na cartazística contemporânea [24.63, 24.64].

Iniciando sua formação em design gráfico com Ernst Keller e Johannes Itten na Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich, Karl Dominic Geissbuhler (n. 1932) concluiu seus estudos de artes gráficas na Kunsthochschule (Escola Superior de Artes) em Berlim. Após trabalhar como diretor de arte para uma agência de

24.58 Werner Jeker, “Saison”, cartaz, 2000. Com lembranças de Man Ray, no cartaz de Jeker anunciando a temporada 2000-2001 para os Théâtres Vidy-Lausanne, uma folha que se transforma em lábios tanto sugere “temporada” como “voz”.



24.59 Jean-Benoît Lévy, cartaz para RAR, 2001. Neste projeto para uma pequena boutique que vende objetos e flores artesanais, a fotografia e a tipografia são integradas e camadas de informações são apresentadas de um modo que é característico da visão de Lévy. A tradição do “cartaz de rua” na Suíça fornece às pequenas empresas publicidade de baixo custo, que pode ser usada durante vários anos ou por períodos de duas a três semanas.



24.60 Jean-Benoît Lévy, cartaz para AIGA, 2002. Este cartaz anuncia a abertura de nove estúdios de design em San Francisco para membros da AIGA local. A palavra *seam* (em geologia, “camada” ou “veio”) foi sugerida como tema e Lévy buscou imagens que sugerissem mineração. Diamantes numerados de 1 a 9 representam os nove estúdios de design e a qualidade de seu trabalho. A fotografia em preto e branco de uma modelo com a maquiagem borrada, foi feita pelo fotógrafo suíço Robert Schlatter, atualmente residente em San Francisco. De acordo com Lévy, as lágrimas poderiam ser provocadas pelo calor de uma mina, por tristeza ou por raiva. A questão persiste.

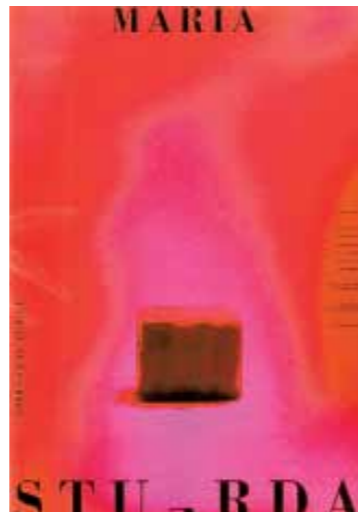
24.61 Rudi Meyer, cartaz de Verdi, 2001. As óperas de Verdi são sugeridas pelas linhas ondulantes de tipos nas cores da bandeira da Itália.

24.62 Rudi Meyer, cartaz para a ópera *Lucie de Lammermoor*, 2002. A natureza melancólica da ópera é sugerida pela imagem de uma abadia em ruínas.

24.64 Niklaus Troxler, "Solo Vocals" (Vocais solo), cartaz, 2004. O assunto é representado por um simples batom.



24.65 Karl Dominic Geissbuhler, cartaz para *Die schweigsame Frau*, 2001. O tema da ópera é expresso com o título cruzando os lábios.



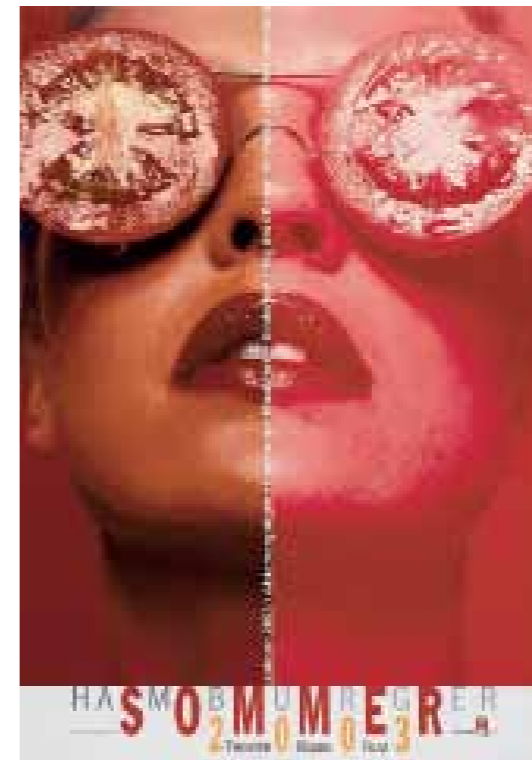
24.66 Karl Dominic Geissbuhler, cartaz para *Maria Stuarda*, 2002. O "A" no nome Stuarda se torna sua cabeça decapitada sob o cepo.

24.63 Niklaus Troxler, "Typoplakate" (cartaz tipográfico), cartaz, 1996. O tema deste projeto – uma exposição sobre o cartaz tipográfico – é sugerido por sua ausência.



24.67 Uwe Loesch, "Nur Fliegen ist schöner" (Somente voar é muito belo), cartaz, 2003. Um cartaz para uma exposição de projetos próprios curiosamente mistura moscas e tipos.

24.68 Holger Matthies, "Hamburger Sommer 2003" (Verão em Hamburgo 2003), cartaz. Neste cartaz para eventos culturais do verão de Hamburgo, a estação é indicada por óculos de sol de tomate e pelo bronzeado da mulher.



24.69 Philippe Apeloig, cartaz para a exposição *Bateaux Sur l'Eau, Rivières et Canaux* (Barcos na água, rios e canais), 2003. A exposição em Rouen, França, apresentava modelos de embarcações antigas; a tipografia sugere barcos navegando.



publicidade alemã, tornou-se designer gráfico autônomo. Durante sua longa carreira, Geissbuhler projetou mais de duzentos cartazes para clientes como a British Airways e a Ópera de Zurique, onde também criou notáveis projetos cenográficos para festivais de música e teatro. Conforme demonstram seus cartazes "Die schweigsame Frau" (A mulher silenciosa) e "Maria Stuarda", Geissbuhler é um mestre da insinuação [24.65, 24.66].

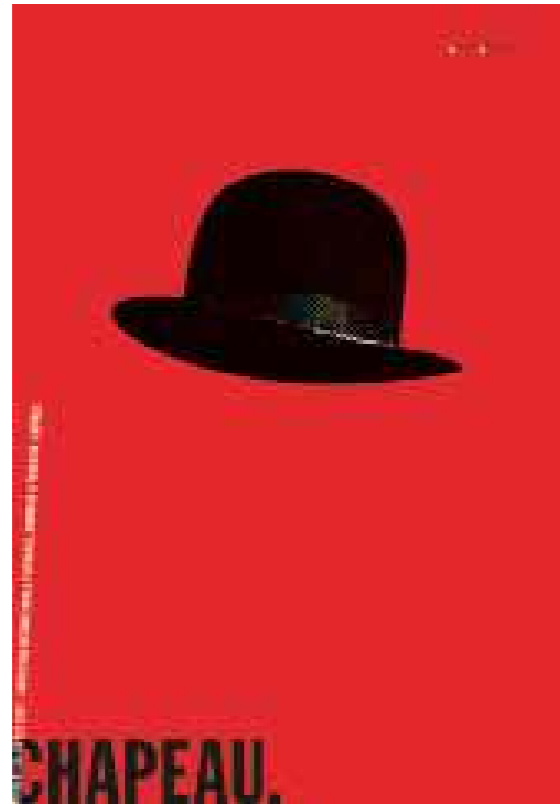
No mesmo estilo, Uwe Loesch (n. 1943), natural de Dresden, Alemanha, dá ao espectador algumas pistas para o significado de suas mensagens minimalistas e enigmáticas [24.67]. O designer gráfico de Berlim/Hamburgo Holger Matthies (n. 1940) se delicia em apresentar objetos e situações comuns de maneira incomum: tomates se tornam óculos de sol [24.68].

O parisiense Philippe Apeloig (n. 1962) foi educado na École Nationale Supérieure des Arts Appliqués e na École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs. Em seguida trabalhou como estagiário para a Total Design em Amsterdã, experiência que reforçou muito seu in-

teresse pela tipografia. Em 1985, começou a trabalhar como designer para o Musée d'Orsay, em Paris, e em 1988 trabalhou e estudou em Los Angeles com April Greiman. Após regressar a Paris, Apeloig abriu seu próprio estúdio e se tornou diretor de arte da revista *Jardin des modes*. Em 1997 tornou-se consultor em design para o Museu do Louvre, onde é o diretor de arte. Sejam com base na imagem ou no *lettering*, os projetos de Apeloig são dominados por um uso expressivo e decisivo da tipografia, que não só fornece informações, mas também funciona como trocadilho visual [24.69].

O Oriente Médio merece muito mais atenção do que permite o espaço deste livro. O designer gráfico israelense David Tartakover (n. 1944) estudou na Bezalel Academy of Art and Design (Academia de Arte e Design de Bezalel), em Jerusalém, antes de se formar no London College of Printing (Faculdade de Artes Gráficas de Londres)* em 1968. Desde 1976 trabalha como conferencista sênior no departamento de comunicação visual da Bezalel Academy of Art and Design e tem sido um orador frequente em seminá-

* Em 2004 foi renomeado London College of Communication. [N.E.]



24.70 David Tartakover, cartaz celebrando o centenário de Henri de Toulouse-Lautrec, 2001. A beleza deste cartaz advém de seu minimalismo e da tensão criada pela interseção do texto horizontal com o diagonal.

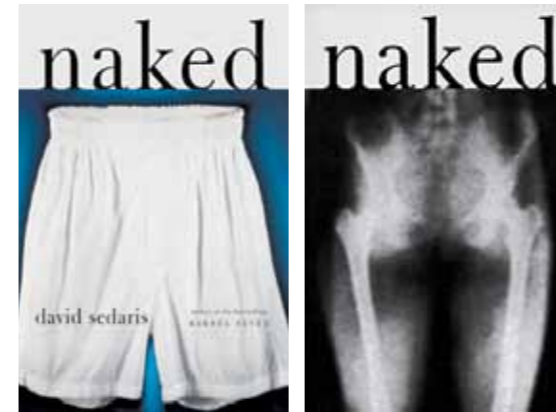
24.72 Reza Abedini (designer gráfico) e Mehran Mohajer (fotógrafo), "Photo and Graphic Exhibition in Yazd" (Mostra de fotografias e artes gráficas em Yazd), cartaz, 2004. Este cartaz tipográfico pode ser lido em quatro direções.



24.71 Reza Abedini, cartaz para o filme *Rêves de sable*, 2003. O manto de areia é criado por uma colagem com lettering farsi.

rios profissionais e faculdades de arte em Israel e no exterior. Desde 1975 dirige seu escritório em Tel-Aviv, especializado em comunicação visual sobre temas culturais [24.70].

O design gráfico no Irã tem desenvolvido uma feição cada vez mais idiossincrática. Os expressivos cartazes tipográficos do iraniano Reza Abedini (n. 1967) refletem tanto a sua formação em design gráfico como sua educação posterior como pintor. Combinando frequentemente o farsi com o inglês ou francês, seus cartazes irradiam graciosa elegância. Como aconteceu com seu cartaz premiado para o filme *Rêves de sable* (Sonhos de areia), seu tipo e imagem em geral se fundem [24.71, 24.72].

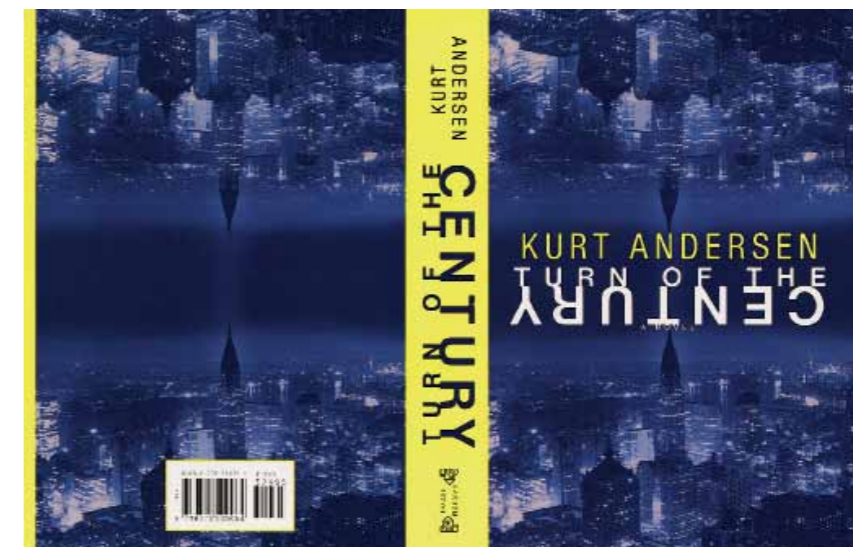


24.73 Chip Kidd, capa de livro para *Naked* (Nu), 1997. Duas capas em uma, este projeto revela um raio x após removida a sobrecapa. Fotografia de Peter Zeray/Photonica.

A CAPA DE LIVRO CONCEITUAL

Os projetos de Charles I. (Chip) Kidd (n. 1964) para a Alfred A. Knopf ajudaram a fomentar uma revolução no design de capas de livros. Em uma monografia recente (2003), Véronique Vienne aborda a essência do apelo da obra de Kidd:

24.74 Chip Kidd, capa de livro para *Turn of the Century* (Virada do século), 1998. Uma imagem em espelho é usada para representar o tema deste romance sobre o mundo movido pela mídia de Nova York e Los Angeles. Photography © Corbis/UPI.

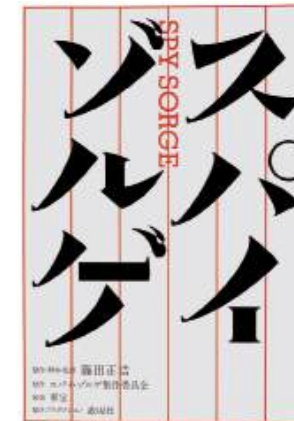


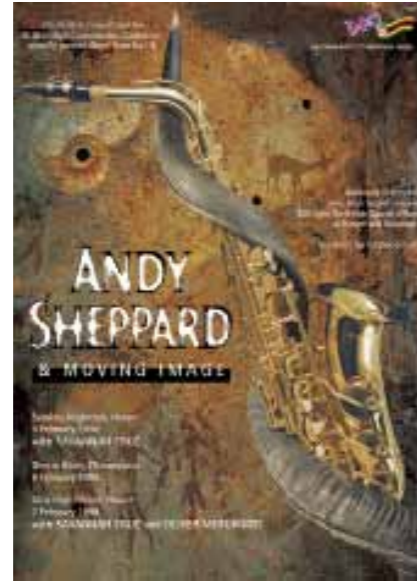
Ao distanciar o título da imagem na capa, Kidd coloca sobre os leitores uma pressão muito específica: pede a eles que transponham a distância entre o que leem e o que veem. Nesse processo ele os educa por demandar que assumam o controle da comunicação.

Como Gitte Kath, Kidd frequentemente usa imagens *vintage* como gravuras antigas e álbuns de família encontrados em mercados de pulgas e brechós. Suas pistas visuais são enganosas e exigem que o espectador escave a mensagem. Em suas palavras, “nunca sei realmente se os leitores entendem os trocadilhos visuais de minhas capas, mas não posso deixar que isso guie meu trabalho, a um ponto em que eu tenha que fazer concessões” [24.73, 24.74].

No final dos anos 1980 Katsumi Asaba (n. 1940), que fundou o Katsumi Asaba Design Office em 1975, transformou uma escrita ideográfica remanescente, a Dongba (Tompa), usada pela tribo Naxi na China, em uma linguagem pessoal de design intitulada “Katsumi Asaba’s Tompa Character Exhibition: The Last Living Pictographic Script on Earth” (Exposição de Caracteres Tompa de Katsumi Asaba: A Última Escrita Ideográfica Viva da Terra). Conforme demonstra a capa para o livro *Spy Sorge* (Espião Sorge), um de seus objetivos tem sido forjar uma ligação entre o design gráfico contemporâneo e os antigos sistemas de escrita [24.75].

24.75 Katsumi Asaba, capa do livro *Spy Sorge*, 2003.





24.76 Chaz Maviyane-Davies, cartaz sobre Artigo 4º dos Direitos Humanos, 1996. As imagens feitas por Maviyane-Davies, especialmente para os artigos dos Direitos Humanos, são poderosas e positivas, transpiram confiança e dignidade.

24.77 Chaz Maviyane-Davies, cartaz para um concerto do músico britânico de jazz Andy Sheppard no Zimbábue, 1998. Maviyane-Davies entrelaça um chifre de antilope kudu com um saxofone, trabalhando o fundo com imagens de pinturas rupestres africanas pré-históricas.

UMA VOZ DA ÁFRICA

Chaz Maviyane-Davies (n. 1952), chamado de “guerrilheiro do design gráfico”, cria cartazes com mensagens intensamente metafóricas, além de esperanças. Os riscos que tem assumido em sua vida pessoal e em seu trabalho resultam em imagens interculturais que comunicam com eficácia incisiva.

Nascido e criado na Rodésia (Zimbábue, desde a independência em 1980), acabou indo para Londres, onde estudou design gráfico. Maviyane-Davies trabalhou no Japão, estudando design tridimensional, e na Malásia para a International Organization of Consumers Unions (Organização Internacional dos Órgãos de Defesa do Consumidor) e para a Just World Trust. Sua experiência profissional em Londres inclui períodos na Fulcrum Design Consultants, Newell and Sorrel Design, Ltd., e no departamento de design gráfico da BBC. De 1983 a janeiro de 2001, manteve seu próprio escritório de design em Harare, Zimbábue, criando sua série Direitos Humanos, com a qual conquistou renome mundial [24.76].

Maviyane-Davies acredita que o design é uma ferramenta poderosa para a mudança social. Seus últimos catorze anos no Zimbábue assistiram a uma constante perda da liberdade e da melhoria econô-

mica prometida pelo governo de Robert Mugabe. Em decorrência disso, as convicções políticas de Maviyane-Davies têm sido a fonte de muitos de seus projetos pessoais. A série Direitos Humanos foi originalmente produzida às suas custas, mas acabou adotada pelas Nações Unidas. Quando deixou o Zimbábue, era o mais conhecido designer gráfico da África. Em janeiro de 2001, começou a lecionar e a trabalhar em Boston [24.77].

UMA NOVA GERAÇÃO DE ABERTURAS DE FILMES

O Imaginary Forces foi lançado em 1996 por Kyle Cooper, Chip Houghton e Peter Frankfurt. O escritório rapidamente se converteu na vanguarda do design de aberturas de filmes, e pela integração de design gráfico, movimento e mídia interativa, estabeleceu um novo enfoque para esse gênero. Sua equipe multidisciplinar é constituída por designers, diretores de arte, animadores, editores, redatores e produtores. Em 2000, aos sócios fundadores do Imaginary Forces se juntaram Mikon van Gastel, Karin Fong, Kurt Mattila, Michael Riley, Linda Nakagawa e Saffron Kenny. Todos os sócios têm estilo próprio e uma área de especialização, mas trabalham em outras conforme as demandas de



24.78 e 24.79 Abertura do filme Spiderman (Homem-Aranha), 2002.

cada projeto. Descrevendo sua metodologia, Cooper declarou: “Tudo começa com as palavras. Eu leio o roteiro. Se o roteiro for baseado num romance, procuro ler o livro. Gosto quando os letrados principais tiram partido da obsessão de alguém” [24.78, 24.79].



A VANGUARDA DIGITAL

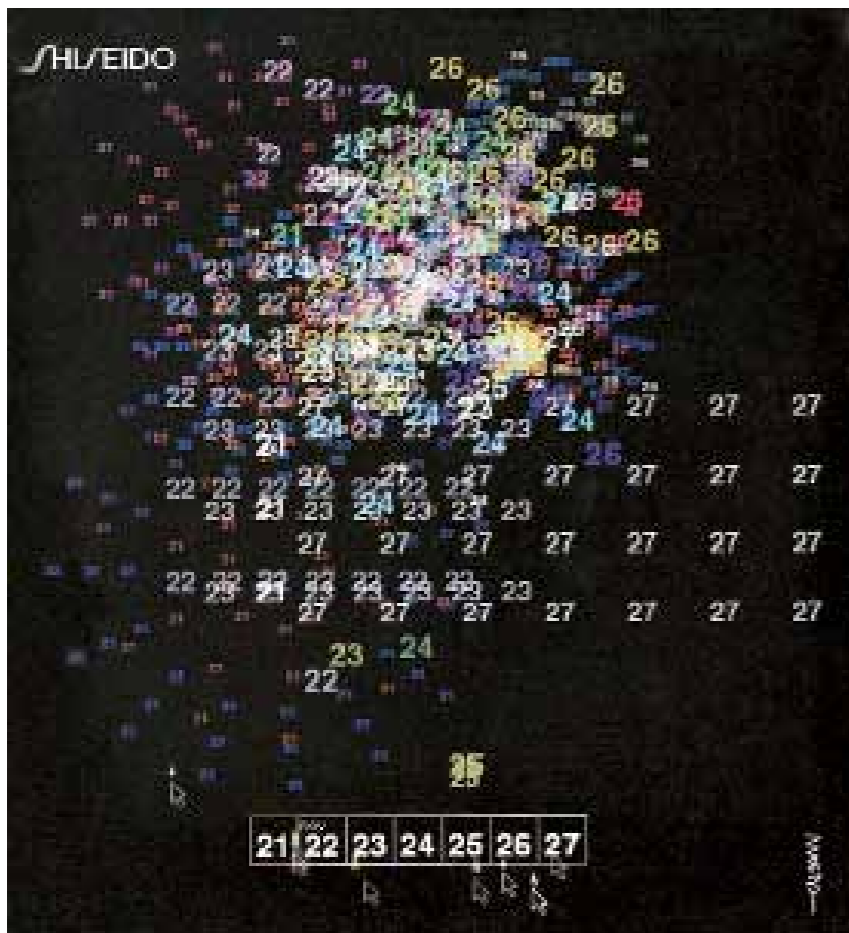
Nos anos 1990 o design gráfico incorporou reiteradamente o processo digital em complexas combinações visuais de arquitetura, mídia, tecnologia e cultura da informação. Dois designers que exploraram as possibilidades do processo digital são Erik Adigard (n. 1953) e Patricia McShane (n. 1953), da M.A.D. Design. Seus projetos de páginas iniciais para a revista *Wired* construíram ensaios visuais a partir das matérias de capa. Em “*Money is Just a Type of Information*” (Dinheiro é apenas um tipo de informação), projetada por Adigard para a edição de julho de 1994 [24.80], ele combinou desenhos de cédulas estrangeiras com o verso da nota de um dólar norte-americano convertida para a cor vermelha, listagens de dados financeiros, imagens e padrões vernaculares e gradações digitais, criando montagens densamente compactadas que remetem aos efeitos das novas tecnologias. O trabalho de Adigard e McShane dá uma medida do potencial das ilustrações digitais.

Adigard projetou o logotipo da HOTBOT, o primeiro mecanismo comercial de busca com possibilidade de customização, lançada pela Wired Digital em 1996 [24.81]. Os os concêntricos também eram *links* de navegação. Ironicamente, as formas tipográficas têm mais em comum com as primeiras experiências tipográficas do século xx, como as do construtivista russo Ródtchenko, do que com as novas tecnologias que a marca representa.



24.81 Erik Adigard, logotipo da HOTBOT, 1996.

24.80 Erik Adigard, “*Money is Just a Type of Information*”, *Wired*, julho de 1994.



24.82 John Maeda, calendário, 1996.

John Maeda, pós-graduado pelo Massachusetts Institute of Technology – MIT e pela Tsukuba University of Art and Design no Japão, dirigiu o Media Lab's Visible Language Workshop (Oficina de Linguagem Visual do Laboratório de Mídia) do MIT até dezembro de 2007. Desde então é diretor da Rhode Island School of Design – RISD (Escola de Design de Rhode Island). Ele é amplamente reconhecido por seu papel determinante na transição da mídia impressa para a digital no design gráfico, e está constantemente em busca de novos caminhos para integrar a expressão artística com a nova tecnologia digital [24.82].

PROJETO GRÁFICO BRITÂNICO RECENTE

Com seu mercado de consumo em constante mudança e sua população multicultural em expansão, Londres é em geral caracterizada como transitória e enigmática. Ali reside uma cultura visual que une as novas mídias e o desenvolvimento da tecnologia digital com uma multiplicidade de estúdios de design emergentes, que oferecem diferentes abordagens para a solução de problemas visuais.

Muitos estúdios londrinos incorporam a arte contemporânea, que é eclética e conectada à efêmera cultura pop. Muitos também tiram inspiração do design gráfico tradicional.

Como jovem designer com uma paixão pelo *rock* independente, Vaughan Oliver (n. 1957) colaborou com Ivo Watts-Russell (n. 1954), fundador do selo 4AD Records. Empregado pela empresa de Ivo no sul de Londres, Oliver criou uma série notável de capas de discos e impressos promocionais para grupos musicais bem conhecidos, como os Cocteau Twins, This Mortal Coil, Pixies, Bush e Lush. Na 4AD, Oliver tinha independência para criação e um fluxo de projetos para o *rock* independente. Motivado por sua ligação intensa com a música, comprometeu-se com padrões elevados, exploração audaciosa e uso imaginativo de imagens recicladas. Oliver tem trabalhado muitas vezes com o fotógrafo Nigel Grierson (23 Envelope) e mais recentemente colaborou com Chris Bigg (n. 1962), produzindo design gráfico para clientes como Microsoft, Sony, BBC, JP Morgan Private Bank, Victoria and Albert Museum, Harrod's, Virgin, Warner Bros. e Raygun Publishing [24.83].

Michael Johnson (n. 1964) iniciou sua carreira na empresa de *branding* Wolff Olins nos anos 1980. Depois de breve período trabalhando na Austrália e no Japão como diretor de arte, retornou a Londres e estabeleceu seu estúdio de design gráfico. Seu trabalho é engenhoso e inteligente, usando jogos de palavras e fortes trocadilhos visuais como estratégia de comunicação [24.84].

A Why Not Associates foi estabelecida por Andrew Altmann (n. 1962), David Ellis (n. 1962) e Howard Greenhalgh (n. 1963) em 1987. Essa empresa de design

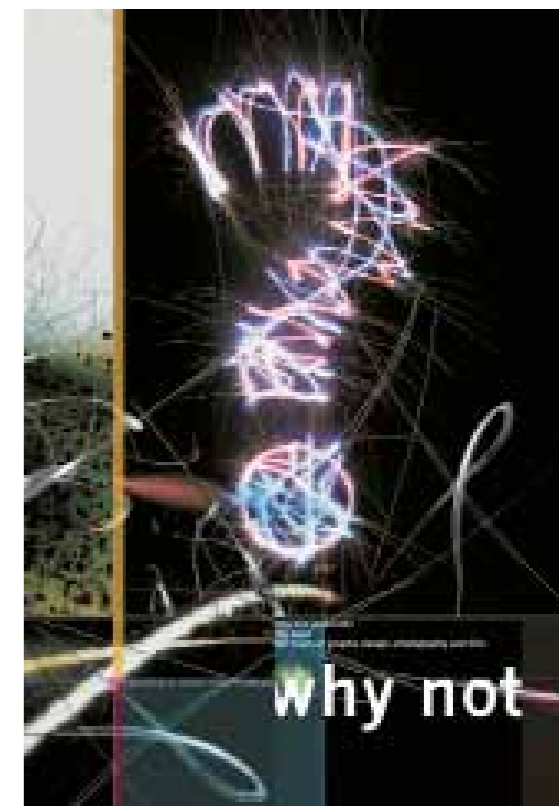


multidisciplinar e experimental sediada em Londres tem trabalhado em projetos diversos, como selos postais, identidade corporativa, projeto de exposições, videografismo para televisão e animação gráfica. Entre os clientes se encontram a revista de tipografia *U&Ic*, o Royal College of Art, o Kobe Fashion Museum do Japão, Armani, Nike, Saab e First Direct [24.85].

A filosofia da Pentagram continua a basear-se no conceito da prática interdisciplinar e interação entre os sócios. O escritório de Londres promove eventos públicos, como conferências e exposições, em sua galeria em Notting Hill. A Pentagram se diversificou com a entrada do arquiteto Lorenzo Apicella (n. 1957), do designer de livros Angus Hyland (n. 1963) [24.86] e do diretor de criação da revista *Colors* Fernando Gutiérrez (n. 1963). Outros membros destacados do escritório de Londres são David Hillman (n. 1943) [24.87], que anteriormente esteve encarregado de projetar o jornal francês *Le Matin de Paris*; John McConnell (n. 1939), que trabalhou para a Biba, a principal boutique dos anos 1960; o conhecido designer de produtos e embalagens John Rushworth (n. 1958); e o designer industrial e de veículos Daniel Weil (n. 1953), cujo trabalho pode ser encontrado nas coleções do Victoria and Albert Museum e no MOMA.

24.83 Vaughan Oliver, convite para o Central St Martin's Fashion Show (Desfile de moda da Central St Martin's), 2004.

24.84 Michael Johnson, "Design Decisions" (Decisões de design), cartaz, 1996. Um dentre uma série de cartazes criados pelo Design Council do Reino Unido. Eram exibidos em escolas e destinavam-se a despertar o interesse das crianças pelo design mediante o uso de imagens maravilhosamente "erradas".



Vince Frost (n. 1964) soluciona problemas de design gráfico mediante estreita colaboração com fotógrafos, ilustradores e redatores. Essa associação é exemplificada no projeto e edição da revista literária *Zembla*. Representando uma nova era no design de revistas, a fusão operada pela *Zembla* entre redação, fotografia, ilustração e tipografia expressiva desafia todos os hábitos anteriores [24.88].

24.85 Why Not Associates, capa de monografia sobre o próprio estúdio, 1998.



24.86 Angus Hyland, capas da série Pocket Canons (Cânones de bolso), publicada pela Canongate, 1998, 1999.



24.88 Vince Frost, página dupla para a revista Zembra 10, nº 3, primavera de 2004.



24.87 David Hillman, série de selos do milênio para o Royal Mail, Reino Unido, 1999.

Alan Kitching (n. 1940), o eminente especialista e professor de design e impressão tipográficos, é internacionalmente famoso por seu uso inovador de letras em madeira e metal. Em composições tipográficas, livros, embalagem e monotípias, Kitching adapta habilmente os tipos do passado para a comunicação moderna. Começando como aprendiz de tipógrafo aos 14 anos, fundou o Typographic Workshop em Clerkenwell, Londres, em 1989, para estudantes e profissionais. Em 1999 Kitching formou sociedade com a designer e professora Celia Stothard e mudou o Typographic Workshop e a gráfica para Lambeth, no sul de Londres. Em 1992, Kitching criou seminários em tipografia como orientador sênior no Royal College of Art e como professor visitante na University of the Arts em Londres [24.89, 24.90].



24.89 Alan Kitching, Hamlet I, cópia de edição tipográfica, 2001.

NOVA EXPRESSÃO TIPOGRÁFICA

Muito antes do advento do microcomputador, artistas e designers já haviam libertado os tipos da página, convertendo-os em signos expressivos. O artista e designer futurista Filippo Marinetti celebrava as "parole in libertà" em seu *Manifesto tecnico della letteratura futurista*, de 1912. Com o computador, as possibilidades de libertação para letras ou palavras aumentaram exponencialmente. O designer Shuichi Nogami (n. 1954) cria cartazes usando formas tipográficas inusitadas. No cartaz para a firma de arquitetura Shiki [24.91], ele combinou letras e esticou suas formas criando uma escultura de madeira solta no espaço para comentar a obra de um arquiteto que trabalha com madeira no Japão. Nogami costuma reunir surpreendentes imagens fotográficas e letras e combiná-las, sobrepô-las, fundi-las e estirá-las em formas que flutuam na página como objetos tridimensionais. Os projetos de Shinnoske Sugisaki (n. 1953), ao mesmo tempo elegantes e poéticos, exibem uma mescla ímpar de características ocidentais e japonesas [24.92].

Entre os expoentes do design gráfico suíço contemporâneo se encontram Ralph Schraivogel (n. 1960) e Melchior Imboden (n. 1956). Pós-graduado pela Hochschule für Gestaltung und Kunst (Escola de Design e Artes) de Zurique, Schraivogel montou seu próprio estúdio em 1982. Criou cartazes para muitas instituições e eventos culturais diferentes, como o Filmposium e o Museum für Gestaltung (Museu de Design) [24.93], ambos de Zurique, o Cinemafrika (Festival de Filmes Africanos) e o Theatre am Neumarkt (Teatro próximo ao Neumarkt). Imboden organiza elemen-

24.90 Alan Kitching, Blood, Toil, Tears, and Sweat (Sangue, trabalho, lágrimas e suor), cópia de edição tipográfica, 2004. Esta impressão foi criada para a exposição Public Address System (Sistema de endereçamento público) em Londres e Berlim, 2004.



24.91 Shuichi Nogami, cartaz para a firma de arquitetura Shiki, que trabalha exclusivamente com madeira em edifícios residenciais no Japão, 2002.

24.92 Shinnoske Sugisaki, cartaz para a exposição Mackintosh and the Glasgow Style (Mackintosh e o estilo Glasgow), 2000. Usando sobreposições de letras simétricas, Sugisaki sugere primorosamente a elegância ascendente do Estilo Glasgow.



tos em composições geométricas, simples, mediante o uso mínimo e decisivo de cor para criar abstrações tipográficas audaciosas, visualmente envolventes e ilusionistas. Seu trabalho expressivo combina um uso penetrante e rítmico do espaço com abstração, repetição, planos geométricos de cor chapada e tipografia experimental. Imboden projetou muitos cartazes, livros e catálogos para instituições culturais suíças que conquistaram reconhecimento em diversas exposições internacionais [24.94, 24.95].

Paula Scher continua a ser uma referência importante no design gráfico, uma líder que se reinventa com aparente facilidade. Ela continua usando referên-

cias históricas e as transformando segundo seu modo singular de expressão. Evocando cartazes de canções dos anos 1960, seu cartaz *The Diva is Dismissed* (A diva está despedida) é um exemplo dessa habilidade. Seu cartaz para as produções de *The Tempest* (A tempestade) e *Troilus & Cressida* (Tréilo e Cróssida) do 1995 New York Shakespeare Festival (Festival Shakespeare de Nova York em 1995) parece uma versão refinada dos cartazes tipográficos do século XIX [24.96, 24.97].

Nancy Skolos (n. 1955) e Thomas Wedell (n. 1949), uma equipe de mulher fotógrafa e marido designer,

trabalham para diminuir as fronteiras entre design gráfico e fotografia – criando colagens de imagens tridimensionais influenciadas pela pintura moderna, tecnologia e arquitetura. Essa colaboração única, bem como o diálogo entre os próprios artífices e as peças em produção, é um processo permanente de curiosidade e descoberta.



A energia intensa, a cor vibrante e as texturas de seus cartazes, identidades corporativas, livros, exposições, sites e vídeos – principalmente para clientes da tecnologia de ponta – evocam o espírito da própria tecnologia. Além de suas atividades no escritório, ambos lecionam design gráfico na Rhode Island School of Design [24.98, 24.99].

Hans Dieter Reichert (n. 1959) estudou inicialmente design gráfico e comunicação visual com Willi Fleckhaus nas universidades de Essen (Folkwang-Hochschule) e Wuppertal, na Alemanha. Após breve período de estudos de design na Suíça, finalmente se formou pela University of the Arts, em Londres. Trabalhou na BRS Prensela & Vonk com Guus Ros e na Total Design com Jelle van der Toorn Vrijthoff, retornando então a Londres para trabalhar durante cinco anos na empresa de design Banks & Miles, Ltd. Em 1993, fundou a HDR Visual Communication, em Kent, Inglaterra, e em 1995 foi cofundador da Bradbourne Publishing, Ltd. Ali deu início à notável revista de tipografia, trimestral e internacional, *Baseline*, na qual atuou como editor, redator, diretor de arte e designer [24.100]. Os projetos de livro da HDR Visual Communication incluem *Alexey Brodovitch*, de Kerry William

24.94 Melchior Imboden, cartaz para a exposição suíça 30 Jahre Chäslager Stans (30 anos da galeria Chäslager Stans), 1997.

24.95 Melchior Imboden, “Kunst” (Arte), cartaz de exposição, 1999.

24.93 Ralph Schraivogel, “Henry van de Velde”, cartaz, 1993. O espírito de Van de Velde é invocado enquanto seu nome está sentado em uma de suas cadeiras.



24.96 Paula Scher, cartaz para *The Diva is Dismissed*, 1994.

24.97 Paula Scher, "1995 New York Shakespeare Festival: The Tempest/Troilus & Cressida", cartaz, 1995. Serigrafia sobre papel.



24.99 Nancy Skolos e Thomas Wedell, cartaz para o prêmio IDSA IDEA, 1999. Nesta fotomontagem convida-se a "entrar" no concurso de design industrial.

24.98 Nancy Skolos e Thomas Wedell, página dupla, "Purple Prototype" (Protótipo púrpura), de *Ferrington Guitars Book* (Livro de Ferrington sobre guitarras), 1992. Com esse livro, Skolos e Wedell ajudaram a redefinir a forma do livro à medida que tanto os tipos como os objetos se movem para dentro e fora do espaço.

24.100 Hans Dieter Reichert e Paul Arnot, página dupla de revista para "Hearing Type" (Ouvindo o tipo), de Frank Armstrong, *Baseline International Typographics Journal*, n.º 42, 2003.



Purcell, a monografia *Paul Rand*, de Steven Heller, de 1999, e *Merz to Emigre and Beyond* (Da *Merz* à *Emigre* e além), também de Heller [24.101].

O uso de texto como signos ou como forma visual remonta ao século III aC, quando foi chamado de *pattern poetry*. Os cubistas, dadaístas e futuristas exploravam palavras-imagens e davam forma ao texto. O trabalho cubista de Guillaume Apollinaire [13.15, 13.16], que diagramou o texto para representar ideias em seus *calligrammes* e páginas editoriais, foi uma inspiração para outros que buscavam usar o próprio texto para ilustrar uma história. Essas peças gráficas desafiam os espectadores a "ver" o texto como imagens, além de algo a ser lido.

O emigrado da Bósnia e Herzegovina Mirko Ilić (n. 1956) explorou os recursos do computador para projetar peças verbo-visuais para livros e ilustrações para os editoriais do *New York Times*, para o qual contribuiu assiduamente. Iniciando como ilustrador

e designer, foi mais tarde diretor de arte da revista *Time* e do *New York Times*. Sua firma Mirko Ilić, Inc., tem sua base na cidade de Nova York. Em seu projeto de livro para *Elvis + Marilyn 2x Immortal*, páginas inteiras de texto são configuradas como os caracteres +, 2 e x, os mesmos usados no título. Esse estilo é diretamente inspirado em projetos de texto do início do século xx, como as páginas de Apollinaire para a revista *STC* em 1917. Apollinaire laboriosamente configurou espaço negativo e texto, usando tipos de composição manual. Os projetos de texto configurados por Ilić, que desafiam o leitor a ver o texto como imagem e, ao mesmo tempo, a lê-lo, não teriam sentido prático ou seriam impossíveis sem o computador e

os programas de diagramação disponíveis no final do século xx [24.102].

O designer gráfico polonês Wladyslaw Pluta (n. 1949) usa habilidosamente tipos para evocar o conteúdo de seus projetos. Humor, cor expressiva e a tentativa de fazer "jogos intelectuais com o espectador" são aspectos de seu trabalho. Dedicado à formação para o design gráfico, Pluta dirige o departamento de comunicação visual da Faculdade de Design Industrial na Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie (Academia de Belas-Artes de Cracóvia), a escola em que se formou [24.103, 24.104].

No início dos anos 1980, o designer gráfico coreano Ahn Sang-Soo (n. 1952) projetou um conjunto de

24.101 Hans Dieter Reichert e Paul Spencer, página dupla do sumário de *Alexey Brodovitch*, de Kerry William Purcell, 2002.

24.102 Mirko Ilić, página dupla para *Elvis + Marilyn 2 x Immortal*, 1994.

24.103 Wladyslaw Pluta, cartaz para a exposição Image of Jazz in Polish Posters (Imagem do jazz em cartazes poloneses), 2002.



24.105 Ahn Sang-Soo, cartaz para o Jeonju International Film Festival (Festival Internacional de Cinema de Jeonju), 2002.



24.104 Wladyslaw Pluta, cartaz para a exposição Polnische Plakate des 21. Jahrhunderts (Cartazes poloneses do século XXI), 2003.

letras experimentais baseadas em tipos coreanos antigos. Essa série foi a primeira a desviar-se da rigidez da tipografia em *hangul*, alfabeto coreano criado em meados do século XV, e a estrutura quadrática da escrita coreana. Em seus projetos de cartazes, Sang-Soo incorpora as letras como elementos livres e divertidos [24.105].

Pelo trabalho de Michael Bierut (n. 1957) e Helmut Schmid (n. 1942), fica claro que o Estilo Tipográfico Internacional não só está vivo como também prosperando. Antes de se tornar sócio do escritório da Pentagram de Nova York em 1990, Bierut trabalhou durante dez anos na Vignelli Associates, tornando-se por fim vice-presidente [24.106]. Hoje cidadão alemão, o austríaco de nascimento Schmid foi inicialmente aprendiz de tipógrafo na Alemanha e, depois, aluno de Emil Ruder, Robert Buechler e Kurt Hauert na Escola de Design de Basileia. Desde 1977 tem trabalhado como designer gráfico em Osaka, Japão, onde produz embalagens e identidades de marca para bens de consumo. Mestre da tipografia, escreveu ensaios valiosos sobre o tema para revistas internacionais, como *TM* (Suíça),

Idea, *Graphic Design* (Japão), *Grafisk Revy* (Suécia), *Grafische Revue* (Áustria) e *Baseline* (Reino Unido). Seu livro inspirador, *The Road to Basel: Typographic Reflections by Students of the Typographer and Teacher Emil Ruder* (O caminho para Basileia: reflexões tipográficas de alunos do tipógrafo e professor Emil Ruder) foi publicado em alemão, inglês e japonês em 1997 e reimpresso por Robundo Publishers, Tóquio, em 2004. O projeto de Schmid reflete claramente o ensino de Ruder, ainda que ele lhe tenha conferido um refinamento adicional próprio [24.107].

Os designers gráficos na Holanda continuam na vanguarda. Selecionar alguns dos principais para destacar neste capítulo não foi apenas uma tarefa difícil, mas praticamente impossível. A Holanda possui uma cultura de design rica e diversificada o bastante para justificar um livro à parte. Muitos designers citados no capítulo 22 são hoje tão atuantes quanto o foram em anos anteriores. Exemplos típicos são o Studio Dumbar em Roterdã e Anthon Beeke em



24.107 Helmut Schmid, cartaz para a exposição On Typography (Sobre tipografia), Kobe Design University, Japão, 2000.

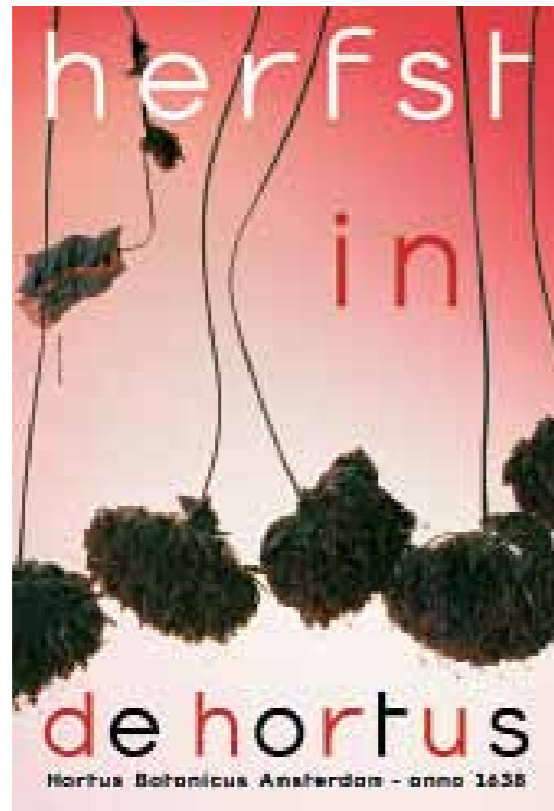


24.106 Michael Bierut, cartaz para uma série de palestras e exposições da Yale University School of Architecture (Escola de Arquitetura da Universidade de Yale), 2002.

Amsterdã, cujo trabalho permanece vibrante, surpreendente e cada vez mais culto. Um novo escritório de design que se destaca é o Koeweiden-Postma em Amsterdã, iniciado por Jacques Koeweiden (n. 1957) e Paul Postma (n. 1958). Como acontece com o âmbito do design gráfico holandês como um todo, o trabalho do Koeweiden-Postma é tão variado que a descrição de um projeto em particular consegue apenas tangenciar a ampla diversidade de suas criações. Os cartazes impressos para a nova sede do Hortus Botanicus – jardim botânico pequeno, mas opulento, no centro de Amsterdã – delicadamente familiarizam os moradores da cidade com o que há além dos portões do parque [24.108].

Max Kisman (n. 1953) criou seu escritório de design gráfico pouco depois de se formar pela Academia Gerrit Rietveld em 1977. Em meados dos anos 1980, aderiu à tecnologia digital em projetos para as revistas *Vynil* (Vinil) e *Language Technology* (Tecnologia da

linguagem), cartazes para o cinema Paradiso em Amsterdã e selos da Cruz Vermelha para o serviço postal holandês. Em 1986, foi cofundador da *TFP/Typografisch Papier*, revista dedicada à tipografia e à arte. De 1989 a 1992 viveu em Barcelona, onde digitalizou muitos de seus primeiros tipos para a FontShop Internacional em Berlim. De 1992 a 1996 trabalhou como designer e animador gráfico para a emissora de TV VPRO na Holanda. Em 1994 envolveu-se com design gráfico para mídia interativa para a VPRO-digital, agência holandesa especializada em novas mídias. Além disso, trabalhou para a revista *on-line HotWired*, a *Wired Television* e depois como diretor de arte para a *Wired Digital*, todas em San Francisco. Kisman mantém seu escritório MKDSGN em Mill Valley, Califórnia, e em 2002 fundou a *Holland Fonts* para comercializar seus projetos de tipos. No cartaz que celebra o centenário de Henri de Toulouse-Lautrec, Kisman aborda seu trabalho com franqueza e espiritualidade [24.109].



24.108 Koeweiden-Postma, cartaz para o Hortus Botanicus Amsterdã, 2001. Por meio da ampliação, são reveladas a delicadeza e a complexidade da planta.

24.109 Max Kisman, cartaz celebrando um século de Henri de Toulouse-Lautrec, 2001. Aqui, uma tipografia manual e digital é criada diretamente com uma prancheta digitalizadora (tablet).



Tendo vivido e trabalhado juntos desde 1993, Nikki Gonnissen (n.1967) e Thomas Widdershoven (n. 1960) fundaram em 2000 em Amsterdã o estúdio de design Thonik, cujo nome é derivado de uma combinação de seus nomes. Desde sua criação, o Thonik está na vanguarda de uma nova geração de designers gráficos holandeses. Trabalhando simultaneamente com design, direção de arte e arte conceitual e midiática, o estúdio assume um fluxo constante de tarefas em grande parte desconexas, mas nem uma única solução caiu no domínio do previsível. Gonnissen e Widdershoven estão preocupados com o mundo das ideias, e seus projetos, que não fazem concessões, não são para o consumo fácil. Conforme se declara em uma monografia de 2001 sobre seu trabalho: “A abordagem da Thonik uma lufada de ar fresco. Intelectual, mas não intelectualizada” [24.110].

VANGUARDA MEXICANA

O México tem mais de 104 milhões de pessoas falantes do espanhol, várias línguas maia, Nahuatl e outros idiomas indígenas regionais. As culturas europeias e pré-colombianas são recursos importantes para o movimento do design mexicano. As modernas interpretações de tradições ajudam a preservar sua herança cultural à medida que o país e sua população reagem aos acelerados acontecimentos econômicos e sociais de hoje. Com dinamismo de cores e espírito latino, muitos designers mexicanos encontram sucesso na expressão de motivos e temas de sua cultura.

Vários designers mexicanos, como Félix Beltrán (n. 1938), nasceram em outros países. Natural de Havana, Cuba, Beltrán foi para os Estados Unidos em 1956 estudar pintura e design gráfico na School of Visual Arts, na Art Students League, na American School of Art e no Pratt Institute. Em 1962 ele voltou a Cuba, onde projetou uma série de cartazes sobre a Revolução Cubana, arte indígena, segurança pública e a nova economia. Desde a década de 1980, Beltrán vive no México, onde trabalha como designer no escritório Beltrán-Asociados [24.111]. Com sua armação arquitetônica, estrutural, o design gráfico de Beltrán segue as tradições do Estilo Internacional.



24.110 Thonik. “n8”, cartaz, 2004. Este anúncio para o “Museumnacht” (noite no museu) em Amsterdã. O título é um trocadilho derivado da letra “n” e do número “8” que, em holandês, é grafado como *acht*. Desse modo, combinado com o “n” ele se torna *nacht*, que significa “noite”.

24.111 Félix Beltrán, capa de um convite para uma exposição de arquitetura, 2001.



24.112 Luis Almeida Herrera, "Cervantes xxxii", cartaz para o 32.º Festival Internacional de Cervantes, 2004. Este cartaz ganhou o prêmio do júri na competição de cartazes, "Premio Cervantino de Cartel", por suas qualidades técnicas e por sua mensagem atrevida e controversa.



24.113 Luis Almeida Herrera, "Quixote", cartaz, 2004; uma variação do cartaz original.

24.114 German Montalvo, "José Gorostiza", cartaz, 2002. Este cartaz celebra cem anos de nascimento do poeta mexicano.



24.115 Gabriela Rodriguez, "I don't need legs if I have wings for flying" (Eu não preciso de pernas se tenho asas para voar), cartaz, 2001. Este cartaz é uma homenagem a Toulouse-Lautrec.



Embora natural do México, o currículo de Luis Almeida (n. 1946) é internacional, pois ele estudou arquitetura na Universidad Nacional Autónoma de México, design industrial na Università degli Studi di Firenze, Itália, e semiótica na Sorbonne, em Paris. Suas identidades corporativas incluem o emblema da Cidade do México, bem como a do Consejo Nacional para La Cultura y las Artes do México. Ele trabalha principalmente como designer editorial para as revistas *Saber-Ver* e *Artes de México* e os periódicos *El Nacional* e *La Crónica*. Conforme demonstra seu cartaz "Cervantes xxxii", homenageando o autor espanhol Miguel de Cervantes, os projetos de Almeida são frequentemente diretos e agressivos [24.112, 24.113].

Como Almeida, German Montalvo (n. 1956) recebeu educação europeia, estudando no Instituto Nacional das Belas-Artes e na Scuola del Libro, Società Umanitaria, ambos em Milão, Itália. Seus projetos para o Fondo de Cultura Económica, a Universidad Nacional Autónoma de México, o Instituto Nacional das Belas-Artes e o Centro Cultural de Arte Contemporâneo o colocaram na corrente dominante do design



Designers profissionais agora convivem com pessoas de outras áreas, que fazem design como extensão de seus trabalhos, ou mesmo como passatempo. Enquanto isso, os designers gráficos ampliam seus horizontes com iniciativas pessoais e experimentações, invadindo a fronteira com as artes plásticas. Está em curso um fluxo dinâmico, com potencialidades técnicas e possibilidades criativas em rápida expansão.

24.116 Alejandro Magallanes, cartaz para *Las (a)versiones del ojo* (As [a]versões do olho), 2000. "Este cartaz enfatiza um trocadilho: *Version/aversion*", explica Magallanes. "Vários de meus trabalhos revelam a influência dos designers que admiro – Roman Cieslewicz é um deles".

gráfico mexicano. Conforme indica seu cartaz que celebra o poeta José Gorostiza, Montalvo se alinha claramente com a tradição do cartaz polonês [24.114].

Gabriela Rodriguez (n. 1956) estudou design gráfico na Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes. Como designer gráfica, ela trabalha principalmente com livros de crianças, revistas, cartazes e catálogos de arte contemporânea. Seus projetos extravagantes, como os de Montalvo, são inspirados por designers poloneses como Roman Cieslewicz [24.115]. O trabalho do designer gráfico independente Alejandro Magallanes (n. 1971) também possui raízes no domínio conceitual polonês. Com conotações surrealistas, ele emprega colagem e desenho à mão livre com discernimento e destreza intelectual [24.116, 24.117].

Nos anos 1980 o acesso a equipamentos de ponta e as primeiras gerações de microprocessadores *desktop* possibilitaram que os designers explorassem o domínio digital; saltos espetaculares na tecnologia durante os anos 1990 e atualmente continuam a transformar a indústria da comunicação. À medida que o design gráfico se expande e evolui rapidamente, está em curso um processo de redefinição da própria natureza da comunicação, autoria, mídia e do campo de atuação.



24.117 Alejandro Magallanes, "Reflexiones en torno al libro" (Reflexões sobre o livro), cartaz, 2002.



Epílogo

No momento em que este livro foi escrito, a humanidade estava passando por uma nova revolução comparável à Revolução Industrial, que inaugurou a era da máquina. Circuitos eletrônicos, microprocessadores e imagens geradas por computador ameaçam alterar radicalmente as referências de nossa cultura, os processos de comunicação e a própria natureza do trabalho. O design gráfico, como muitas outras esferas de atividade, está passando por mudanças profundas. O envolvimento com projetos para mídias interativas, design de sistemas e computação gráfica está entre as reações à nova era dos circuitos.

As ferramentas – como já aconteceu tantas vezes – estão se transformando com o avanço inexorável da tecnologia, mas a essência do design gráfico permanece inalterada. Essa essência consiste em dar ordem às informações, forma às ideias e expressão e emoção aos artefatos que documentam a experiência humana.

A necessidade de comunicação visual clara e inventiva para relacionar as pessoas a sua vida cultural, econômica e social nunca foi tão grande. Como formadores de mensagens e imagens, os designers gráficos têm obrigação de contribuir ativamente para que o público entenda as questões ambientais e sociais. Eles têm a responsabilidade de adaptar a nova tecnologia e de traduzir o espírito de seu tempo mediante a invenção de formas e modos de expressar ideias. O cartaz e o livro, ferramentas vitais de comunicação da Revolução Industrial, continuarão na nova era da tecnologia eletrônica como formas de arte, e os designers gráficos ajudarão a definir e aperfeiçoar cada nova geração de mídias eletrônicas.

Bibliografia

A bibliografia completa para este livro conteria mais de 5 mil itens, incluindo livros, artigos de periódicos, fitas e anotações de entrevistas, palestras, apresentações e projetos de livros, cartazes e outros materiais gráficos. Esta bibliografia se restringe necessariamente aos livros selecionados para leituras adicionais sobre tópicos específicos. Livros que abrangem mais de uma seção ou capítulo são relacionados na primeira área de cobertura. Listas de pesquisas e periódicos gerais estão no final da bibliografia.

[Às referências listadas na edição original deste livro foram acrescentadas, entre colchetes, edições em português, espanhol ou, quando encontradas, edições mais recentes que aquelas citadas pelo autor.]



A PRÓLOGO AO DESIGN GRÁFICO

A INVENÇÃO DA ESCRITA

- ALLEN, Thomas George. *The Book of the Dead or Going Forth by Day*. Chicago: University of Chicago Press, 1974.
- BREASTED, James. *Development of Religion and Thought in Ancient Egypt*. Gloucester: Scribner's, 1959 [Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1999].
- BUDGE, E. A. Wallis. *The Book of the Dead*. Londres, 1909 [Nova York: Gramercy Books, 1996].
- _____. *The Dwellers on the Nile*. Nova York: Benjamin Blom, 1972 [Nova York: Dover, 1977].
- _____. *The Rosetta Stone in the British Museum*. Nova York: Press, 1976.
- COLLON, Dominique. *First Impressions*. Londres: British Museum, 1987 [Oxford: David Brown Book Co, 2006].
- DOWSON, Thomas A. *Rock Engravings of Southern Africa*. Joanesburgo: Witwatersrand University Press, 1992 [Lafayette, LA: Transaction Pub, 1994].
- GELB, I. J. *A Study of Writing*. Ed. rev. Chicago: University of Chicago Press, 1952.
- GIEDION, S. *The Eternal Present*. The Beginning of Art. Nova York: Pantheon, 1962. v. 1. [Ed. esp.: *El Presente Eterno: Los Comienzos de la Arquitectura*. Madri: Alianza, 1997.]
- GRAYSON, A. Kirk; REDFORD, Donald B. *Papyrus and Tablet*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1973.
- GRAZIOSI, Paolo. *Paleolithic Art*. Nova York: McGraw-Hill, 1960.

- HUYGHE, Rene. *Larousse Encyclopedia of Prehistoric and Ancient Art*. Nova York: Prometheus Press, 1962.
- JACKSON, Donald. *The Story of Writing*. Nova York: Taplinger, 1981.
- LEAKEY, Richard E.; LEWIN, Roger. *Origins*. Nova York: Dutton, 1977. [Ed. bras.: *Origens*. Trad. M. L. G. Almeida. São Paulo: Melhoramentos; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1981.]
- LEWIS-WILLIAMS, J. D.; DOWSON, T. A. *Images of Power: Understanding Bushman Rock Art*. Joanesburgo: Southern Book Publishers, 1989.
- _____. *Discovering Southern African Rock Art*. Cidade do Cabo: David Philip Publishers, 1990.
- MICHALOWSKI, Kazimierz. *Art of Ancient Egypt*. Nova York: Abrams, 1978.
- PETRIE, W. M. Flinders. *Buttons and Design Scarabs*. Warminster, Inglaterra: Aris & Phillips, 1974.
- PARROT, Andre. *The Arts of Assyria*. Nova York: Golden Press, 1961.
- PORADA, Edith. *Ancient Art in Seals*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1980.
- ROSSITER, Evelyn. *The Book of the Dead*. Fribourg-Geneva: Productions Liber SA, 1979.
- STROMMINGER, Eva. *5000 Years of the Art of Mesopotamia*. Nova York: Abrams, 1964.
- TEISSIER, Beatrice. *Ancient Near Eastern Cylinder Seals*. Los Angeles: University of California Press, 1984.
- THE TRUSTEES OF THE BRITISH MUSEUM. *Introductory Guide to the Egyptian Collection*. Oxford: Oxford University Press, 1971.
- VINNICOMBE, Patricia. *People of the Eland*. Pietermaritzburg, África do Sul: University of Natal Press, 1976.
- WILKINSON, Richard H. *The Complete Gods and Goddesses of Ancient Egypt*. Londres: Thames & Hudson, 2003.

2 ALFABETOS

- ANDERSON, Donald M. *The Art of Written Forms*. Nova York: Holt, Reinhart and Winston, 1969.
- DANIELS, Peter T.; BRIGHT, William (orgs.). *The World's Writing Systems*. Nova York: Oxford University Press, 1996.
- DIRINGER, David. *The Alphabet: A Key to the History of Mankind*. 3. ed. Nova York: Funk and Wagnalls, 1968 [Filadélfia: Coronet Books, 1997].
- _____. *The Book Before Printing: Ancient Medieval, and Oriental*. Nova York: Dover, 1982.
- _____. *Writing*. Nova York: Praeger, 1962. [Ed. port.: *A escrita*. Lisboa: Verbo (Brasil), 1985.]
- DOBLERHOFFER, Ernest. *Voices in Stone*. Nova York: Viking, 1961.
- DRUCKER, Johanna. *The Alphabetic Labyrinth: The Letters in History and Imagination*. Londres: Thames & Hudson, 1995.
- FAIRBANK, Alfred. *A Book of Scripts*. Londres: Faber, 1977.
- HUTCHINSON, James. *Letters*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1983.
- KRAUS, Theodor. *Pompeii and Herculaneum: The Living Cities of the Dead*. Nova York: Harry N. Abrams, 1975 [1998].
- LOGAN, Robert K. *The Alphabet Effect: The Impact of the Phonetic*

Alphabet on the Development of Western Civilization. Nova York: Morrow, 1986 [Lafayette, LA: St Martins Press, 1987].

NESBITT, Alexander. *The History and Technique of Lettering*. Nova York: Dover, 1950 [1998].

OUAKNIN, Marc-Alain. *Mysteries of the Alphabet*. Nova York: Abbeville Press, 1999.

ROBERTS, Colin H.; SKEAT, T. C. *The Birth of the Codex*. Londres: Oxford University Press, 1983 [Londres: British Academy, 1987].

SUTTON, James; BARTRAM, Alan. *An Atlas of Typeforms*. Nova York: Hastings House, 1968 [1988].

TRUDGILL, Anne. *Traditional Penmanship*. Nova York: Watson-Guptill, 1989.

TURNER, E. G. *Greek Manuscripts of the Ancient World*. Londres: Institute of Classical Studies, 1986.

ULLMAN, B. L. *Ancient Writing and Its Influence*. Nova York: Longmans, Green, 1932 [Nova York: scls Humanities E-Book, 2008].

3 A CONTRIBUIÇÃO ASIÁTICA

CARTER, Thomas F. *The Invention of Printing in China and Its Spread Westward*. Revisto por L. Carrington Goodrich. Nova York: Ronald Press, 1955.

CHANG, Leon Long-Yien. *Four Thousand Years of Chinese Calligraphy*. Chicago: University of Chicago Press, 1990.

DEVINNE, Theodore L. *The Invention of Printing*. Nova York: Francis Hart & Co., 1876.

KAPLEAU, Philip. *The Three Pillars of Zen*. Nova York: Beacon, 1967. [Ed. bras.: *Os três pilares do Zen*. Trad. Abadia de Nossa Senhora das Graças. Belo Horizonte: Itatiaia Editora, 1978.]

TSIEN, Tsuen-Hsuin. *Written on Bamboo and Silk*. Chicago: University of Chicago Press, 1962 [2008].

TWITCHETT, Denis. *Printing and Publishing in Medieval China*. Nova York: Beil, 1983.

WILLIAMS, C. A. S. *Outlines of Chinese Symbolism and Art Motives*. Nova York: Dover, 1976.

4 MANUSCRITOS ILUMINADOS

ALEXANDER, J. J. G. *The Decorated Letter*. Nova York: Braziller, 1978

_____. *Italian Renaissance Illuminations*. Londres: Chatto & Windus, 1977.

ATYIEH, George N. (org.). *The Book in the Islamic World: The Written Word and Communication in the Middle East*. Albany State University of New York Press; Washington, DC: Library of Congress, 1995.

BACKHOUSE, Janet. *The Illuminated Manuscript*. Londres: Phaidon, 1979 [2006].

BANKS, Doris H. *Medieval Manuscript Bookmaking*. Metuchen, NJ: Scarecrow Press, 1989.

BROWN, Peter. *The Book of Kells*. Londres: Thames & Hudson, 1980.

BEACH, Milo Cleveland. *The Grand Mogul: Imperial Painting in India, 1600-1660*. Williamstown, MA: Sterling and Francine Clark Art Institute, 1978.

_____. *The Imperial Image Paintings for the Mughal Court*. Washington, DC: Freer Gallery of Art, Smithsonian Institution, 1981 [1982].

CHAITANYA, Krishna. *History of Indian Painting*. Nova Delhi: Abhinav Publications, 1976 [1994].

D'ANCONA, P.; AESCHLIMANN, E. *The Art of Illumination*. Londres: Phaidon Press, 1969.

DROGIN, Marc. *Medieval Calligraphy: Its History and Technique*. Montclair, NJ: Allenheld & Schram, 1980 [Nova York: Dover 1989].

FAIRBANK, Alfred. *The Story of Handwriting*. Nova York: Watson Guptill, 1970.

FREMANTLE, Ann. *Age of Faith*. Nova York: Time-Life, 1965. [Ed. bras.: *Idade da fé*. Trad. Rachel de Queiroz. Rio de Janeiro: José Olympio, 1981.]

GUTMANN, Joseph. *Hebrew Manuscript Painting*. Nova York: Braziller, 1978.

HASSALL, A. G.; W. O. *The Douce Apocalypse*. Nova York: Thomas Yoseloff, 1961.

HENDERSON, George. *From Durrow to Kells: The Insular Gospel-books 650-800*. Londres: Thames & Hudson, 1987.

HENRY, Françoise. *The Book of Kells*. Nova York: Knopf, 1974.

KARP, Abraham J. *From the Ends of the Earth: Judaic Treasures of the Library of Congress*. Nova York: Rizzoli, 1991.

KER, N. R. *Medieval Scribes, Manuscripts, and Libraries*. Londres: Scholar Press, 1978.

MORISON, Stanley. *Selected Essays on the History of Letterforms in Manuscript and Print*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

MUTHERICH, Florentine; GAEHDE, Joachinn E. *Carolingian Painting*. Nova York: Braziller, 1976 [1977].

NORDENFALK, Carl. *Celtic and Anglo-Saxon Painting*. Nova York: Braziller, 1977 [1995].

O'NEILL, Timothy. *The Irish Hand: Scribes and Their Manuscripts from the Earliest Times to the 17th Century with an Exemplar of Irish Scripts*. Portlaoise, Irlanda: Dolmen Press, 1984.

POGNON, Edmond. *Les Très riches heures du duc de Berry: 15th Century Manuscript*. Fribourg-Geneva: Productions Liber SA, 1979.

PETROSYAN, Yuri A. *Pages of Perfection*. Lugano, Itália: ARCH Foundation, 1995.

ROBB, David M. *The Art of the Illuminated Manuscript*. Londres: Yoseloff, 1973.

ROBINSON, B. W. et al. *Islamic Painting and the Arts of the Book*. Londres: Faber & Faber, 1976.

ROGERS, J. M. *Islamic Art & Design, 1500-1700*. Londres: British Museum Publications, 1983.

SCHMITZ, Barbara et al. *Islamic Manuscripts in the New York Public Library*. Nova York: Oxford University Press, 1992.

SWIETOCZOWSKI, Marie Lukens et al. *Illustrated Poetry and Epic Images: Persian Painting of the 1330s and 1340s*. Nova York: Metropolitan Museum of Art, 1994.

TITLEY, Norah M. *Persian Miniature Painting*. Londres: The British Library, 1983.

WEITZMANN, Kurt. *Late Antique and Early Christian Book Illumination*. Nova York: Braziller, 1977.

WELCH, Stuart Gary. *Persian Painting: Five Royal Safavid Manuscripts of the Sixteenth Century*. Nova York: Braziller, 1976.

WILLIAMS, John. *Early Spanish Manuscript Illumination*. Nova York: Braziller, 1977.

_____. *The Illustrated Beatus: A Corpus of the Illustrations of the Commentary on the Apocalypse*. Londres: Harvey Miller, 1994.



B UM RENASCIMENTO IMPRESSO

5 A IMPRESSÃO CHEGA À EUROPA

AMMAN, Jost; SACHS, Hans. *The Book of Trades*. Nova York: Dover, 1973.

BEATTY, Nancy Lee. *The Craft of Dying: A Study In the Literary Tradition of the Ars Moriendi in England*. New Haven: Yale University Press, 1970.

BLADES, William. *The Life and Typography of William Caxton*. Londres: Joseph Lilly, 1861.

BREITKOPF, Johann G. I. *Versuch den Ursprung der Spielkarten, Die Einfuhrung des Leinenpapieres, und den Anfang der Holzschneidekunst in Europa*. Leipzig, 1784.

CARTER, John; MUIR, Percy H. *Printing and the Mind of Man*. Londres: Cassell, 1967.

CHATTO, William Andrew. *A Treatise on Wood Engraving*. Londres: Chatto and Windus, Piccadilly, 1861 [Londres: Thoemmes Continuum, 1990].

COLIN, Clair. *A Chronology of Printing*. Nova York: Cassell, 1969.

DOWDING, Geoffrey. *An Introduction to the History of Printing Types*. Clerkenwell, Inglaterra: Wace and Company, 1961 [Londres: British Library Publishing Division, 1998].

EISENSTEIN, Elizabeth L. *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. [Ed. bras.: *A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa moderna*. Trad. Osvaldo Biato. São Paulo: Ática, 1998.]

GRESS, Edmund. *The Art and Practice of Typography*. Nova York: Oswald, 1917 [Nova York: Harper & Brothers, 1931].

HAEBLER, Konrad. *Incunabula: Original Leaves Traced by Konrad Haeber*. Munique: Werss and Company, 1927.

HANSARD, Thomas. *Typographia: An Historical Sketch of the Origin and Progress of the Art of Printing*. Londres: Baldwin, Cradock & Joy, 1825 [Londres: The Thoemmes Libraries, 2003].

HELLINGA, Lotte. *Caxton in Focus: The Beginning of Printing in England*. Londres: British Library, 1982.

ING, Janet Thompson. *Johann Gutenberg and His Bible: A Historical Study*. Nova York: Typophiles, 1988.

KAPR, Albert. *Johann Gutenberg: The Man and His Invention*. Trad. Martin Douglas. Brookfield, VT: Scolar Press, 1996.

LAVARIE, Norma. *The Art and History of Books*. Nova York: Heineman, 1968.

LEHMANN-HAUPT, Hellmut. *Gutenberg and the Master of the Playing Cards*. New Haven: Yale University Press, 1966 [1967].

LOCKOMBE, Philip. *The History and Art of Printing*, 1771.

MCLUHAN, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto, 1962 [1998]. [Ed. bras.: *A galáxia de Gutenberg: A formação do homem tipográfico*. Trad. Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Edusp, 1972.]

MCMURTRIE, Douglas C. *The Book: The Story of Printing and Bookmaking*. Nova York: Oxford University Press, 1943.

MORISON, Stanley. *German Incunabula in The British Museum*. Nova York: Hacker Art Books, 1975. [Ed. port.: *O livro: impressão e fabrico*. Trad. Maria L. S. Machado. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.]

_____; DAY, Kenneth. *The Typographic Book*. Londres: Ernest Benn; Chicago: University of Chicago, 1963.

NORTON, F. J. *Printing in Spain 1501-1520*. Cambridge: Cambridge University Press, 1966.

STEINBERG, Saul. H. *Five Hundred Years of Printing*. Revisado por John Trevitt. New Castle, DE: Oak Knoll, 1996.

6 O LIVRO ILUSTRADO ALEMÃO

ANZEWELEWSKY, Fedja. *Dürer: His Art and Life*. Nova York: Alpine, 1980.

BAILEY, Martin. *Dürer*. Londres: Phaidon Press, 1995.

BLISS, Douglas Percy. *A History of Wood-Engraving*. Londres: J. M. Dent and Sons, 1928.

DODGSON, Cambell. *Catalog of Early German and Flemish Woodcuts*. Londres: British Museum, 1903. v. I e II.

DÜRER, Albrecht. *Of the Just Shaping of Letters*. Trad. R. T. Nichol. Nova York: Dover, 1965 [1978].

_____. *Underweysung der Messung mit dem Zirckel und Richtscheit*. Nuremberg, 1525.

GILVER, William. *Masterworks in Wood: The Woodcut Print*. Portland, OR: Portland Art Museum, 1976.

HIND, Arthur M. *An Introduction to a History of Woodcut*. Boston; Nova York: Houghton Mifflin, 1935.

HOETINK, Hans. *Dürer's Universe*. Woodbury, NY: Barron's, 1971.

HOLLSTEIN, F. W. H. *German Engravings Etchings and Woodcuts c. 1400-1700*. Amsterdã: Menno Hertzberger, 1962.

JOHNSON, A. P. *Selected Essays on Books and Printing*. Nova York: Van Gendt, 1970.

KURTH, Dr. Willi. *The Complete Woodcuts of Albrecht Dürer*. Nova York: Crown, 1946.

MUTHER, Richard. *German Book Illustration of the Gothic Period and the Early Renaissance (1460-1530)*. Metuchen, NJ: Scarecrow Press, 1972.

SMITH, Jeffrey Chipps; PANOFKY, Erwin. *The Life and Art of Albrecht Dürer*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1955 [2005]. [Ed. esp.: *Vida y arte de Alberto Durero*. Madri: Alianza, 1995.]

ROSSITER, Henry Preston. *Albrecht Dürer: Master Printmaker*. Boston: Museum of Fine Arts, 1971.

STRAUSS, Walter L. *The German Single-Leaf Woodcut, 1550-1600*. Nova York: Abrams, 1975.

TALBOT, Charles W. (org.). *Dürer in America: His Graphic Work*. Nova York: Macmillan, 1971.

WILSON, Adrian. *The Making of the Nuremberg Chronicle*. Amsterdã: Nico Israel, 1976.

7 O DESIGN GRÁFICO DO RENASCIMENTO

ARMSTRONG, Elizabeth. *Robert Estienne the Royal Printer: An Historical Study of the Elder Stephanus*. Cambridge: Cambridge University Press, 1954.

ARRIGHI, Ludovico. *The First Writing Book: An English Translation and Facsimile Text of Arrighi's Operina; The First Manual of The Chancery Hand*. New Haven: Yale University Press, 1954.

BARKER, Nicolas. *Aldus Manutius and the Development of Greek Script & Type in the Fifteenth Century*. 2. ed. Nova York: Fordham University Press, 1992.

BAROLINI, Helen. *Aldus and His Dream Book: An Illustrated Essay*. Nova York: Italica Press, 1992.

BENSON, John Howard. *The First Writing Book*. New Haven: Yale University Press, 1955.

BERNARD, Auguste. *Geofroy Tory*. Trad. George B. Ives. Nova York: Houghton Mifflin, 1909.

CALZOLARI, Francesco; FAHY, Conor (orgs.). *Printing a Book at Verona in 1622, The Account Book of Francesco Calzolari*. New Castle, DE: Oak Knoll, 1993.

DEVINNE, Theodore L. *A Treatise on Title-Pages*. 1901. Reedição. Nova York: Haskell House, 1972.

FLETCHER, H. George. *New Aldine Studies: Documentary Essays on the Life and Work of Aldus Manutius*. San Francisco: B. M. Rosenthal, 1988.

JOHNSON, A. P. *Selected Essays on Books and Printing*. Nova York: Van Gend, 1970.

JOHNSON, Fridolf. *A Treasury of Bookplates from the Renaissance to the Present*. Nova York: Dover, 1977.

LE BÉ, Pierre. *Modèles de lettres de Pierre le Bé*. Paris, 1601.

LOWRY, Martin. *The World of Aldus Manutius*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1979.

MCCRILLIS, John O. C. *Printer's Abecedarium*. Boston: Godine, 1974.

MCKITTERICK, David (org.). *Stanley Morison and D. B. Updike: Selected Correspondence*. Londres: Scholar Press, 1972.

MEYNELL, Sir Francis; SIMON, Herbert (orgs.). *Fleurion Anthology*. Boston: Godine, 1979.

MORISON, Stanley. *First Principles of Typography*. Cambridge: Cambridge University Press, 1936. [Ed. esp.: *Principios fundamentales de la tipografía*. Barcelona: Columna, 1999.]

MORTIMER, Ruth. *Catalogue of Books and Manuscripts*. Part 1, French 16th Century Books. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press, 1964.

SCHREIBER, Fred. *The Estiennes: An Annotated Catalog*. Nova York: E. K. Schreiber, 1982.

STANDARD, Paul. *Arrighi's Running Hand*. Nova York: Taplinger, 1979.

TANNENBAUM, Samuel A. *The Handwriting of the Renaissance*. Nova York: Ungar, 1930.

WILLIAMSON, Hugh. *Methods of Book Design*. New Haven: Yale University Press, 1983.

WOODFIELD, Denis. *Surreptitious Printing in England 1550-1640*. Nova York: Bibliographical Society of America, 1973.

8 UMA ÉPOCA DE GENIALIDADE TIPOGRÁFICA

BALL, Johnson. *William Caslon, 1693-1766*. Kineton, Inglaterra: Roundwood Press, 1973.

BARTRAM, Alan. *The English Lettering Tradition from 1700 to the Present Day*. Londres: Lund Humphries, 1986.

BERRY, W. Turner; JOHNSTON, A. F. *Catalog of Specimens of Printing Types by English and Scottish Printers and Founders 1665-1830*. Nova York: Garland, 1983.

BODONI, Signora; ORSI, Luigi (orgs.). *Manuale tipografico*. Parma, Itália, 1818.

BULTIN, Martin. *William Blake 1757-1827*. Londres: Tate Publishing, 1990.

CARTER, Henry (trad.). *Tournier on Typefounding*. Nova York: Lenox Hill, 1972.

DIDOT, Ambroise Firmin. *Essai sur la typographie*. Paris, 1851.

FOURNIER, Pierre Simon. *Manuel typographique*. Paris, 1764-1766. 2 v.

FRANKLIN V, Benjamin. *Boston Printers, Publishers, and Booksellers: 1640-1800*. Boston: G. K. Hall, 1980.

HOLLOWAY, Owen E. *French Rococo Book Illustration*. Nova York: Transatlantic Arts, 1969.

HOLMES, Nigel. *Designer's Guide to Creating Charts and Diagrams*. Nova York: Watson-Guptill, 1984.

HUTT, Allen. *Fournier, the Compleat Typographer*. Londres: Frederick Muller, Ltd., 1972.

LOWANCE, Mason I., Jr.; BUMGARDNER, Georgia B. (orgs.). *Massachusetts Broad-sides of the American Revolution*. Amherst: University of Massachusetts, 1976.

OSBORNE, Carole Maroot. *Pierre Didot the Elder and French Book Illustration*. Nova York: Garland, 1985.

OSWALD, John Clyde. *Printing in the Americas*. Nova York, 1937.

PIGNATTI, Terisio. *The Age of Rococo*. Nova York: Paul Hamlyn, 1966.

PLAYFAIR, William. *The Commercial and Political Atlas*. Londres: J. Debrett, 1786 [Cambridge: Cambridge University Press, 2005].

PLOMER, Henry R. *English Printer's Ornaments*. Nova York: Burt Franklin, 1924.

SEWTER, A. C. *Baroque and Rococo*. Nova York: Harcourt Brace Jovanovich, 1972.

TWYMAN, Michael. *Printing 1770-1970*. Londres: Eyre & Spottiswoode, 1970 [Brighton: Delta, 1998].



C A PONTE PARA O SÉCULO XX

9 O DESIGN GRÁFICO E A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

ABBOT, Charles D. *Howard Pyle, A Chronicle*. Nova York: Harper's, 1925.

ALISTAIR, Aden; HOVERSTADT, Joan. *The History of Printed Scraps*. Londres: New Cavendish Books, 1983.

ANNENBERG, Maurice. *A Typographic Journey through the Inland Printer*. Baltimore: Maran Press, 1977.

ARNOLD, H. J. P. *William Henry Fox Talbot: Pioneer of Photography and Man of Science*. Londres: Hutchinson Benham, 1977.

BAKER, Elizabeth Faulkner. *Printers and Technology*. Westport, CT: Greenwood Press, 1957.

BIDWELL, John (org.). *Specimens of Type... American Type Founders Co*. Nova York: Garland, 1981.

BILLINGTON, Elizabeth T. *The Randolph Caldecott Treasury*. Nova York: F. Warne, 1978.

BLACK, Mary. *American Advertising Posters of the Nineteenth Century*. Nova York: Dover, 1976.

BLACKBURN, Henry W. *Randolph Caldecott: A Personal Memoir of His Early Art Career*. Londres: S. Low, Marston, Searle & Rivington, 1886.

BRADY, Mathew B. *National Photographic Collection of War Views, and Portraits of Representative Men*. Nova York: C. A. Alvord, printer, 1869.

BRUCE, David, Jr.; ECKMAN, James (orgs.). *History of Type-founding in the United States*. Nova York: The Typophiles, 1981.

BUCKLAND, Gail. *Fox Talbot and the Invention of Photography*. Boston: Godine, 1980.

CRANE, Walter. *Walter Crane as a Book Illustrator*. Londres: Academy Editions, 1975.

DAY, Kenneth (org.). *Book Typography 1815-1965 in Europe and the United States of America*. Chicago: University of Chicago Press, 1965.

DOBSON, Austin. *Thomas Bewick and His Pupils*. Londres: Chatto and Windus, Piccadilly, 1884.

DURANT, Stuart. *Victorian Ornamental Design*. Londres: Academy Editions; Nova York: St. Martin's Press, 1972.

ECKMAN, James. *The Heritage of the Printer*. Filadélfia: North American Publishing Company, 1965.

ENGEN, Rodney K. *Kate Greenaway: A Biography*. Londres: Macdonald, 1981.

FREEMAN, Larry. *Louis Prang: Color Lithographer*. Watkins Glen, NY: Century House, 1971.

GOWAN, A. I. T. J. *Lyons: A Biography and Critical Essay*. Boston: Society of Printers, 1987.

GRAY, Nicolette. *Nineteenth Century Ornamented Typefaces*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1976.

GREENAWAY, Kate. *Kate Greenaway*. Nova York: Rizzoli, 1977.

HAMMOND, John H. *The Camera Obscura: A Chronicle*. Bristol, Inglaterra: Adam Hilger, 1981.

HILLIER, Bevis. *100 Years of Posters*. Nova York: Harper and Row, 1972.

HUSS, Richard E. *The Development of Printer's Mechanical Typesetting Methods 1822-1925*. Charlottesville: University of Virginia Press, 1973.

JAMMES, Andre. *William H. F. Talbot, Inventor of the Positive-Negative Process*. Nova York: Macmillan, 1973.

JARVIS, Simon. *High Victorian Design*. Woodbridge, Suffolk, Inglaterra: Boydell, 1983.

JONES, Owen. *The Grammar of Ornament*. Edição in-fólio. Londres: B. Quaritch, 1910.

_____. *The Grammar of Ornament*. Reedição. Nova York: Portland House, 1986 [Lanham, MD: Natl Book Network, 2007].

KELLY, Rob Roy. *American Wood Type: 1828-1900: Notes on the Evolution of Decorative and Large Types*. Nova York: Da Capo, 1969.

KONODY, Paul George. *The Art of Walter Crane*. Londres: G. Bell, 1902.

LASSAM, Robert. *Fox Talbot: Photographer*. Wiltshire, Inglaterra: Compton, 1979.

LEHMANN-HAUPT, Hellmut. *The Book in America*. Nova York: Bowker, 1951.

LEWIS, John. *Typography/Basic Principles*. Nova York: Reinhold, 1966.

MCCLINTON, Katharine Morrison. *The Chromolithographs of Louis Prang*. Nova York: Clarkson N. Potter, 1973.

MCCLEAN, Ruari. *Victorian Book Design and Colour Printing*. 2. ed. Berkeley: University of California Press, 1972.

MAINDRON, Ernest. *Les Affiches illustrées*. Paris: H. Launette, 1886.

MARZIO, Peter C. *The Democratic Art*. Boston: Godine, 1979.

MATTHEWS, Oliver. *Early Photographs and Early Photographers: A Survey in Dictionary Form*. Nova York: Pitman, 1973.

MEREDITH, Roy. *Mr Lincoln's Camera Man*. Nova York: C. Scribner's Sons, 1946.

MORSE, Willard Samuel. *Howard Pyle; A Record of His Illustrations and Writings*. Wilmington, DE: Wilmington Society of the Fine Arts, 1921.

MOSLEY, James. *British Type Specimens before 1831: A Hand List*. Oxford: Bodleian Library, 1984.

MOTT, Frank Luther. *A History of American Magazines*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University, 1957 [1979].

MUIR, Percy. *Victorian Illustrated Books*. Nova York: Praeger, 1971.

MUYBRIDGE, Eadweard. *Descriptive Zoopraxography; or, The Science of Animal Locomotion Made Popular*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1893.

NEWHALL, Beaumont. *The History of Photography*. Nova York: Museum of Modern Art, 1964 [1982]. [Ed. esp.: *Historia de la Fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.]

PAINE, Albert Bigelow. *Thomas Nast: His Period and His Pictures*. Princeton, NJ: Payne Press, 1904.

PARDOE, F. E. *John Baskerville of Birmingham: Letter-Founder and Printer*. Londres: Frederick Muller, 1975.

PARTON, James. *Caricature and Other Comic Art*. Nova York: Harper & Brothers, 1877.

PIERCE, Sally; SLAUTTERBACK, Catharina. *Boston Lithography: 1825-1880*. Boston: Boston Athenaeum, 1991.

PITZ, Henry C. *Howard Pyle: Writer, Illustrator, Founder of the Brandywine Press*. Nova York: C. N. Potter, 1975.

POLLACK, Peter. *The Picture History of Photography*. Nova York: Abrams, 1969.

POTENNIÉE, Georges. *The Literature of Photography: The History of the Discovery of Photography*. Nova York: Arno Press, 1973.

REED, Talbot Baines. *A History of the Old English Letter Foundries*. Revisão A. F. Johnson. Londres: Faber & Faber, 1952.

ROSENBLUM, Naomi (org.). *A World History of Photography*. Nova York: Abbeville, 1981 [2008].

SHOVE, Raymond H. *Cheap Book Production in the United States, 1870 to 1891*. Urbana: University of Illinois Library, 1937.

SILVER, Rollo G. *Typefounding in America: 1787-1825*. Charlottesville: University of Virginia Press, 1965.

SNYDER, Joel. *American Frontiers: Timothy O'Sullivan*. Millerton, NY: Aperture, 1981.

SOUTHWARD, John. *Practical Printing: A Handbook for the Art of Typography*. Londres: Printer's Register Office, 1882. Reedição. Nova York: Garland, 1980.

SPENCER, Isabel. *Walter Crane*. Londres: Studio Vista, 1975.

STERN, Madeleine B. *Publishers for Mass Entertainment in Nineteenth Century America*. Boston: G. K. Hall, 1980.

STILLMAN, Jacob Davis Babcock. *The Horse in Motion as Shown by Instantaneous Photography with a Study on Animal Mechanics Founded on Anatomy and the Revelations of the Camera, in which is Demonstrated the Theory of Quadrupedal Locomotion*. Boston: J. R. Osgood and Company, 1882.

TALBOT, William Henry Fox. *The Pencil of Nature*. Londres: Longman, Brown, Green and Longmans, 1844-46.

THOMPSON, John Smith. *History of Composing Machines*. Chicago: The Inland Printer, 1904.

_____. *The Mechanism of the Linotype*. Chicago: The Inland Printer, 1902.

TRACY, Walter. *Letters of Credit: A View of Type Design*. Londres: Gordon Fraiser, 1986 [Boston: David Godine, 2003].

TUCKERMAN, Henry T. *Book of the Artists: American Artist Life*. Nova York: G. P. Putnam and Sons, 1867.

UPTON, Barbara London; UPTON, John. *Photography*. 4. ed. Nova York: HarperCollins, 1989.

WADE, John. *A Short History of the Camera*. Watford, Inglaterra: Fountain Press, 1979.

WEINBERGEN, Norman S. *The Art of the Photogram: Photography Without a Camera*. Nova York: Taplinger, 1981.

WOLPE, Berthold (org.). *Vincent Figgins Type Specimens: 1801-1815*. Londres: Printing Historical Society, 1967.

WORNUM, Ralph N. *Analysis of Ornament*. Londres: Chapman and Hall, 1879.

O MOVIMENTO ARTS AND CRAFTS E SEU LEGADO

ANSCOMBE, Isabelle; GERE, Charlotte. *Arts and Crafts in Britain and America*. Londres: Academy Editions, 1978.

ARTS AND CRAFTS EXHIBITION SOCIETY. *Arts and Crafts Essays*. Londres: Longmans Green and Company, 1893.

ASHBEE, Charles R. *Craftsmanship in Competitive Industry*. Campden, Inglaterra: Essex House, 1908.

_____. *An Endeavor Towards the Teaching of John Ruskin and William Morris*. Londres: Edward Arnold, 1901.

_____. (org.). *The Manual of the Guild and School of Handicraft*. Londres: Cassell, 1892 [Nova York: Garland, 1977].

BALSTON, Thomas. *The Cambridge University Press Collection of Private Press Types: Kelmscott Ashendene*. Eragny Cranach. Cambridge: B. Crutchley, 1951.

BELL, Malcolm. *Edward Burne-Jones*. Londres: Bell, 1892.

BELL, Quintin. *Ruskin*. Nova York: Braziller, 1963.

BLUMENTHAL, Joseph. *Bruce Rogers: A Life in Letters, 1870-1957*. Austin, TX: W. T. Taylor, 1989.

BRUCKNER, D. J. R. *Frederic Goudy*. Nova York: Abrams, 1990.

CARTER, Sebastian. *Twentieth Century Type Designers*. Londres: Trefoil, 1987 [Farnham, Inglaterra: Lund Humphries, 2002].

CAVE, Roderick. *The Private Press*. Nova York: Watson-Guption, 1971.

COBDEN-SANDERSON, Thomas James. *Ecce Mundus and the Arts and Crafts Movement*. Hammersmith, Inglaterra: Hammersmith Pub. Society, 1902-1905 [Nova York: Garland, 1977].

COLEBROOK, Frank. *William Morris: Master Printer*. Council Bluffs, Iowa: Yellow Barn Press, 1989.

CRANE, Walter. *Of the Decorative Illustration of Books Old and New*. Londres: Bell, 1896.

_____. *William Morris to Whistler*. Londres: Bell, 1911.

CRAWFORD, Alan. C. R. *Ashbee. Architect, Designer and Romantic Socialist*. New Haven: Yale University Press, 1985.

FAIRCLOUGH, Oliver. *Textiles by William Morris and Morris and Co: 1861-1940*. Londres: Thames & Hudson, 1981.

FEREBEE, Ann. *A History of Design from the Victorian Era to the Present*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

FRANKLIN, Colin. *The Ashendene Press*. Dallas: Birdwell, 1986.

_____; TURNER, John R. *The Private Presses*. 2. ed. Brookfield, VT: Gower, 1991.

GIBBS-SMITH, C. H. *The Great Exhibition of 1851*. Londres: Her Majesty's Stationery Office, 1951.

GILLOW, Norah. *William Morris: Designs and Patterns*. Londres: Bracken, 1988.

GOUDY, Frederic W. *The Alphabet and Elements of Lettering*. Berkeley: University of California Press, 1942 [Dorchester, Inglaterra: Dorset Press, 1989].

_____. *Goudy's Type Designs*. 2. ed. New Rochelle, NY: Myriade Press, 1978.

_____. *Typologia*. Berkeley: University of California Press, 1940.

HARVEY, Charles. *Art, Enterprise, and Ethics: The Life and Works of William Morris*. Londres: Portland, OR: Frank Cass, 1996.

KEYNES, Geoffrey. *William Pickering: Publisher*. Ed. rev. Londres: Galahad Press, 1969.

KOCH, Rudolf. *Das ABS BÜCHLEIN*. Leipzig: Insel-Verlag, 1934.

_____. *The Book of Signs*. Trad. Vyvyan Holland. Nova York: Dover, 1955 [1970].

_____. *The Little ABS Book of Rudolf Koch*. Boston: D. R. Godine, 1976.

KONODY, Paul George. *The Art of Walter Crane*. Londres: Bell, 1902.

LUDWIG, Coy L. *The Arts and Crafts Movement in New York State, 1890s-1920s*. Hamilton, NY: Gallery Association of New York State, 1983.

MACKAIL, J. W. *The Life of William Morris*. Nova York: Oxford University Press, 1950 [Nova York: Dover, 1995].

MCLEAN, Ruari. *Modern Book Design from William Morris to the Present Day*. Londres: Faber & Faber, 1958.

_____. (org.). *Typographers on Type: An Illustrated Anthology from William Morris to the Present Day*. Nova York: Norton, 1995.

_____. *Victorian Book Design and Colour Printing*. 2. ed. Berkeley: University of California Press, 1972.

MORRIS, William. *The Ideal Book: Essays and Lectures on the Art of the Book*. Ed. por William S. Peterson. Berkeley: University of California Press, 1983 [Tampa, FL: University of Tampa Press, 2007].

_____. *Selected Writings*. William Gaunt (org.). Londres: Falcon Press, 1948.

_____. *William Morris by Himself: Designs and Writings*. Boston: New York Graphic Society, 1988 [Londres: Little, Brown, 1990].

NAYLOR, Gillian. *The Arts and Crafts Movement*. Cambridge, MA: MIT Press, 1971 [1980].

PARRY, Linda (org.). *William Morris*. Nova York: Abrams, 1995 [Rochester, NY: Boydell & Brewer, 1996].

_____. *William Morris Textiles*. Londres: Weidenfeld and Nicol, 1983.

PETERSON, William S. *The Kelmscott Press: A History of William Morris's Typographical Adventure*. Oxford: Oxford University Press; Berkeley: University of California Press, 1991.

PISSARRO, Lucien; THOROLD, Anne (orgs.). *The Letters of Lucien to Camille Pissarro, 1883-1903*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

RANSOM, Will. *Kelmscott, Doves and Ashendene: The Private Press Credos*. Nova York: The Typophiles, 1952.

_____. *Private Presses and Their Books*. Nova York: Bowker, 1929.

ROGERS, Bruce. *Paragraphs on Printing*. Nova York: William E. Rudge's Sons, 1943 [Nova York: Dover, 1979].

ROSENBERG, John D. *The Darkening Glass: A Portrait of Ruskin's Genius*. Nova York: Columbia University Press, 1961 [1986].

SKOBLOW, Jeffrey. *Paradise Dislocated: Morris, Politics, Art*. Charlottesville: University of Virginia Press, 1993.

SPARLING, H. Halliday. *The Kelmscott Press and William Morris, Master Craftsman*. Londres: Macmillan, 1924.

SMART, William. *John Ruskin: His Life and Work*. Nova York: Heywood, 1973.

STANSKY, Peter. *Redesigning the World; William Morris, the 1880s, and the Arts and Crafts*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1985.

TIDCOMBE, Marianne. *The Doves Bindery*. Londres: British Library, 1991.

THOMPSON, Susan Otis. *American Book Design and William Morris*. New Castle, DE: Oak Knoll Press, 1997.

THOROLD, Anne. *A Catalogue of the Oil Paintings of Laden Pissarro*. Londres: Athelney, 1983.

_____; ERICKSON, Kristen. *Camille Pissarro and His Family*. Oxford: Ashmolean Museum, 1993.

TRIGGS, Oscar Lovell. *Chapters in the History of the Arts and Crafts Movement*. Chicago, 1902 [Nova York: Arno Press, 1979.]

UPDIKE, D. B. et al. *The Work of Bruce Rogers, Jack of All Trades: Master of One*. Nova York: Oxford University Press, 1939.

URBANELLI, Lora. *The Wood Engravings of Lucien Pissarro and a Bibliographical List of Eragny Books*. Cambridge: Silent Books; Oxford: Ashmolean Museum, 1994.

VALLANCE, Aymer. *William Morris: His Art His Writings, and His Public Life*. Londres: George Bell and Sons, 1897.

VOLPE, Todd; CATHERS, Beth. *Treasures of the American Arts and Crafts Movement*. Nova York: Abrams, 1988.

WARDE, Frederic. *Bruce Rogers, Designer of Books*. Cambridge, MA: Harvard, 1925.

ART NOUVEAU

ABRAMS, Leslie E. *The History and Practice of Japanese Printmaking: A Selectively Annotated Bibliography of English Language Materials*. Westport, CT: Greenwood Press, 1984.

AMAYA, Mario. *Art Nouveau*. Nova York: Schocken Books, 1985.

ANDO, Shin. *The Influence of Hiroshige on Whistler: A Study of Japonisme*, 1983.

ANDO, Hiroshige. *Hiroshige: Birds and Flowers*. Nova York: Braziller, 1988.

_____. *One Hundred Famous Views of Edo*. Nova York: Braziller, Brooklyn Museum, 1986.

_____. *Prints by Utagawa Hiroshige in the James A. Michener Collection*. Honolulu, HI: Honolulu Academy of Arts, 1991.

ARSÈNE, Alexandre et al. *The Modern Poster*. Nova York: Charles Scribner's Sons, 1895.

ARWAS, Victor. *Belle Epoque Posters and Graphics*. Nova York: Rizzoli, 1978.

_____. *Berthon and Grasset*. Nova York: Rizzoli, 1978.

ASLIN, Elizabeth. *The Aesthetic Movement: Prelude to Art Nouveau*. Londres: Elek Books, 1969.

BARGIEL, Rejane. *Steinlen affichiste: Catalogue raisonné*. Lausanne, França: Editions du Grand-Pont, 1986.

BAVILLI, Renato. *Art Nouveau*. Londres: Cassell, 1987.

_____. *The Later Work of Aubrey Beardsley*. Londres: Lane, 1901.

BEEH, Wolfgang. *Jugendstil: Kunst um 1900*. Darmstadt, Alemanha: Roether, 1982.

BOTWINICK, Michael et al. *Belgian Art, 1880-1914*. Brooklyn, NY: Brooklyn Museum, 1980.

BRADLEY, William H. *Will Bradley: His Chap Book*. Nova York: The Typofiles, 1955.

BRANDT, Frederick R.; KOCH, Robert.; MEGGS, Philip B. *Designed to Sell: Turn-of-the-Century American Posters*. Richmond, VA:

Virginia Museum of Fine Arts, 1994 [Washington, DC: University of Washington Press, 1997].

BRINCKMANN, Justus. *Jugendstil*. Dortmund, Alemanha: Havenberg, 1983.

BROIDO, Lucy. *The Posters of Jules Cheret*. Nova York: Dover, 1980 [1992].

CANNING, Susan Marie. *Henry van de Velde (1863-1957): Paintings and Drawings*. Antuérpia: Koninklijk Museum voor Schone Kunsten; Otterlo, Holanda: Rijksmuseum Kröller-Müller, 1987.

CASTLEMAN, Riva; WITTROCK, Wolfgang. *Henri de Toulouse-Lautrec*. Nova York: Museum of Modern Art, 1985.

CATE, Philip Dennis; HITCHINGS, Sinclair Hamilton. *The Color Revolution*. Santa Barbara, GA, e Salt Lake City, UT: Peregrine Smith, 1978.

_____; FINBY, Nancy; KIEHL, David W. *American Posters of the 1890s*. Nova York: Abrams, 1987.

CHIBBETT, David. *The History of Japanese Printing and Book Illustration*. Tóquio: Kodansha, 1977.

CIRKER, Hayward e Blanche. *The Golden Age of the Poster*. Nova York: Dover, 1971.

CONSTANTINE, Mildred; FERN, Alan M. *Word and Image*. Nova York: Museum of Modern Art, 1968 [1980].

DELEVOY, Robert L.; GULOT, Maurice; BRUNHAMMER, Yvonne. *Guimard, Horta, Van de Velde*. Paris: Musée des Arts Décoratifs, 1971.

ENGEN, Rodney. *Laurence Housman*. Stroud, Inglaterra: Catalpa Press, 1983 [Miami, FL: Parkwest Pubns, 1987].

ESCHMANN, Karl. *Jugendstil*. Kastellann, Alemanha: Aloys Henn Verlag, 1976 [Sudheim: Muster-Schmidt, 1991].

FIELDS, Armond. *George Auriol*. Layton, UT: Peregrine Smith, 1985.

FORRER, Matthi. *Hokusai*. Nova York: Rizzoli, 1988 [2002].

FREY, Julia Bloch. *Toulouse-Lautrec: A Life*. Nova York: Viking, 1994. [Ed. bras.: *Toulouse Lautrec: uma vida*. Trad. Milton Camargo Mota. São Paulo: Paz e Terra, 1997.]

GERHARDUS, Maly e Dietfried. *Symbolism and Art Nouveau*. Oxford: Phaidon Press, 1979.

GIBSON, David. *Designed to Persuade: The Graphic Art of Edward Penfield*. Yonkers, NY: Hudson River Museum, 1984.

GILLON, Edmund V., Jr. *Art Nouveau: An Anthology of Design and Illustration from the Studio*. Nova York: Dover, 1969.

GÖTZ, Adriani. *Toulouse-Lautrec: The Complete Graphic Works*. Londres: Thames & Hudson, 1988.

GRASSET, Eugène. *Eugène Grasset: Lausanne 1841-Sceaux 1917*. Paris: Y. Plantin et F. Blondel, c. 1980.

GREEN, William. *Japanese Woodblock Prints: A Bibliography of Writings from 1822-1992, Entirely or Partly in English Text*. Leiden, Holanda: Ukiyo-e Books, c. 1993.

HERMAND, Jost. *Jugendstil: Kunst um 1900*. Stuttgart: Metzlersche, 1965.

HIATT, Charles. *Picture Posters*. Londres: George Bell and Sons, 1995.

HIESINGER, Kathryn B. (org.). *Art Nouveau in Munich: Masters of the Jugendstil*. Munique: Prestel-Verlag, 1988.

HILLIER, Jack Ronald. *The Art of Hokusai in Book Illustration*. Berkeley: University of California Press, 1980.

_____. *The Japanese Print: A New Approach*. Rutland, VT: C. E. Tuttle, 1975.

_____. *Suzuki Harunobu*. Filadélfia: Philadelphia Museum of Art, 1970.

_____. *Utamaro: Colour Prints and Paintings*. 2. ed. Oxford: Phaidon Press, 1979.

HOFSTATTER, Hans H. *Art Nouveau: Prints, Illustrations, and Posters*. Nova York: Greenwich House, 1968.

HORNING, Clarence P. *Will Bradley: His Graphic Art*. Nova York: Dover, 1974.

HOUFE, Simon (org.). *The Birth of "The Studio": 1893-1895*. Woodbridge, Inglaterra: Antique Collectors' Club, 1976.

HUGUETTE BERES (Galeria de Arte). *Utamaro: Estampes, Livres Illustres*. Paris: Huguette Beres, c. 1977.

HUTCHISON, Harold F. *The Poster*. Nova York: Viking, 1968.

IZZARD, Sebastian. *Hiroshige: An Exhibition of Selected Prints and Illustrated Books*. Nova York: Ukiyo-e Society of America, c. 1983.

JULIEN, Edouard. *The Posters of Toulouse-Lautrec*. Monte Carlo: Andre Sauret, 1966.

KEAY, Carolyn. *American Posters of the Turn of the Century*. Londres: Academy Editions, 1975.

KEMPTON, Richard. *Art Nouveau: An Annotated Bibliography*. Los Angeles: Hennessey & Ingalls, 1977.

KITAGAWA, Utamaro. *A Chorus of Birds / Utamaro*. Nova York: Metropolitan Museum of Art, Viking Press, 1981.

KOBAYASHI, Tadashi. *Utamaro (Portraits from the Floating World)*. Trad. Mark A. Harbison. Tóquio; Nova York: Kodansha International, 1982 [2001].

_____. *Utamaro: Portraits from the Floating World*. Trad. Mark A. Harbison. Tóquio e Londres: Kodansha International, 1993.

LANE, Richard. *Hokusai, Life and Work*. Nova York: Dutton, 1989.

LEMONNIER, Camille; VERNEUIL, Maurice Pillard. *Eugène Grasset et son oeuvre*. Paris: Editions de "La Plume," 1900.

LEVY, Merwyn. *Liberty Style: The Classic Years 1889-1910*. Nova York: Rizzoli, 1986.

MADSEN, Stephan T. *Sources of Art Nouveau*. Nova York: Da Capo, 1975.

MAINDRON, Ernest. *Les Affiches étrangères*. Paris: 1897.

_____. *Les Affiches illustrées*. Paris: H. Launetter, 1886.

MARGOLIN, Victor. *American Poster Renaissance*. Nova York: Watson-Guptill, 1975.

MEECH, Julia; WEISBERG, Gabriel P. *Japonisme Comes to America*. Nova York: Abrams, 1990.

MORSE, Peter. *Hokusai, One Hundred Poets*. Nova York: G. Braziller, 1989.

MUCHA, Juri. *Alphonse Mucha*. Nova York: St. Martin's Press, 1971.

MURRAY-ROBERTSON, Anne. *Grasset: Pionnier de l'Art Nouveau*. Lausanne: Editions 24 Heures; Diffusion Payot, 1981.

NAGATA, Seiji. *Hokusai: Genius of the Japanese Ukiyo-e*. Trad. John Raster. Tóquio e Nova York: Kodansha International, 1995.

NYNS, Marcel. *Georges Lemmen*. Antuérpia: De Sikkel, 1954.

OKA, Isaburo, *Hiroshige*. Tóquio e Nova York: Kodansha International, 1982.

_____. *Hiroshige: Japan's Great Landscape Artist*. Tóquio e Nova York: Kodansha International, 1992.

OSTHAUS, Karl Ernst. *Van de Velde*. Hagen, Alemanha: Folkwang 1920.

PENFIELD, Edward. *Posters in Miniature*. Nova York: R. H. Russell and Son, 1896.

PLASSCHAERT, A. *Jan Toorop*. Amsterdã: Vorst & Tas, 1929.

PRICE, Charles Matlock. *Poster Design: A Critical Study of the Development of the Poster in Continental Europe, England, and America*. Ed. rev. Nova York: George W. Bricka, 1913.

RAPPARD-BOON, Charlotte van et al. *Hiroshige and the Utagawa School: Japanese Prints, c. 1810-1860*. Amsterdã: Rijksprentenkabinet, Rijksmuseum, 1984.

READ, Brian. *Aubrey Beardsley*. Nova York: Bonanza, 1968.

RENNERT, Jack. *Posters of the Belle Epoque*. Nova York: Wine Spectator Press, 1990.

RICHARDS, Maurice. *Posters at the Turn of the Century*. Nova York: Walker, 1968.

RICKETTS, Charles. *A Defence of the Revival of Printing*. Londres: Ballantine Press, 1909.

SAINTON, Roger. *Art Nouveau Posters and Graphics*. Nova York: Rizzoli, 1977.

SEIZ, Peter; CONSTANTINE, Mildred (orgs.). *Art Nouveau*. Nova York: Museum of Modern Art, 1959.

SEMBACH, Klaus-Jürgen et al. 1910. *Halbzeit der Moderne: Van de Velde, Behrens, Hoffmann und die Anderen*. Stuttgart: Hatje Cantz, 1992.

_____. *Henry van de Velde*. Trad. Michael Robinson. Nova York: Rizzoli, 1989.

SHARP, Dennis. *Henri van de Velde, Theatres 1904-1914*. Londres: The Architectural Association, 1974.

SHIBUI, Kiyoshi. *Utamaro*. Nova York: Crown Publishers, 1962.

SOLO, Dan X. *Art Nouveau Display Alphabets*. Nova York: Dover, 1976.

STERNER, Gabriele. *Jugendstil Art Deco Malerei and Grafik*. Munique: Wilhelm Heyne Verlag, 1981.

STRANGE, Edward Fairbrother. *Hiroshige's Woodblock Prints: A Guide*. Nova York: Dover, 1983.

_____. *Hokusai, The Old Man Mad with Painting*. Folcroft, PA: Folcroft Library Editions, 1977.

SUNSHINE, Linda. *The Posters of Alphonse Mucha*. Nova York: Harmony Books, 1975.

TAYLOR, John Russell. *The Art Nouveau Book in Britain*. Edimburgo: Paul Harris Publishing, 1979.

TERRENCE, Kathy. *An Art Nouveau Album*. Nova York: Dutton, 1981.

TROY, Nancy J. *Modernism and the Decorative Arts in France: Art Nouveau to Le Corbusier*. New Haven; Yale University Press, 1991.

ULMER, Renate. *Mucha*. Colônia: Taschen, 2003. [Ed. bras.: *Mucha*. Trad. Ruth Correia. Rio de Janeiro: Taschen/Paisagem, 2003.]

VELDE, Henri Van de. *Déblaïement d'art*. Bruxelas: Monnom, 1894.

_____. *Henri Van de Velde*. Colônia: Wienand, 1992.

_____. *Die Renaissance im Modernen Kunstgewerbe*. Berlin: Cassirer, 1903.

VERGEZ, Robert. *Early Ukiyo-e Master: Okumura Masanobu*. Tóquio: Kodansha, 1983.

VERNEUIL, M. M. P., AURIOL, G.; MUCHA, A. *Combinaisons ornementales*. Paris: Librairie Centrale des Beaux Arts, 1901.

WEISSER, Michael. *Im Stil der "Jugend"*. Frankfurt: Fricke, 1979.

WICHMANN, Siegfried. *Japonisme: The Japanese Influence on Western Art in the 19th and 20th Century*. Nova York: Harmony Books, 1981.

2 A GÊNESE DO DESIGN DO SÉCULO XX

ADES, Dawn et al. *The 20th Century Poster: Design of the Avant Garde*. Nova York: Abbeville, 1984.

ADLMANN, Jan Ernst. *Vienna Moderne: 1898-1918*. Houston: University of Houston, 1979.

BANHAM, Reyner. *Theory and Design in the First Machine Age*. Nova York: Praeger, 1967 [Cambridge: MIT Press, 1981]. [Ed. bras.: *Teoria e projeto na primeira era da máquina*. Trad. A. N. Goldberger Coelho. São Paulo: Perspectiva, 2006.]

BARONI, Daniele; D'AURIA, Antonio. *Kolo Moser: Graphic Artist and Designer*. Nova York: Rizzoli, 1986.

BEHRENS, Peter. *Teste des Lebens und der Kunst eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbols*. Leipzig: Eugen Diederichs, 1900.

BILLCLIFFE, Roger. *Charles Rennie Mackintosh: The Complete Furniture, Furniture Drawings, and Interior Designs*. Londres: J. Murry, 1986 [Nova York: Harry N. Abrams, 2007].

BLISS, Douglas Percy. *Charles Rennie Mackintosh and Glasgow School of Art*. Glasgow: Glasgow School of Art, 1979.

BRUCKHARDT, Lucius. *The Werkbund: History and Ideology 1907-1933*. Nova York: Barron's, 1977.

BUDDENSEIG, Tilmann. *Industrialkultur: Peter Behrens and the AEG*. Cambridge, MA: MIT Press, 1984.

_____. et al. *Peter Behrens: Umbautes Licht: Das Verwaltungsgebäude der Hoechst AG*. Frankfurt: Prestel-Verlag, 1990.

CAMPBELL, Joan. *The German Werkbund: The Politics of Reform in the Applied Arts*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1978.

CLAIR, Jean et al. *Line and Form*. Londres: G. Bell & Sons, Ltd., 1900.

_____. *Vienne 1880-1938: L'Apocalypse Joyeuse*. Paris: Editions du Centre Pompidou, 1986.

CRAWFORD, Alan. *Charles Rennie Mackintosh*. Londres e Nova York: Thames & Hudson, 1995.

EADIE, William. *Movements of Modernity: The Case of Glasgow and Art Nouveau*. Londres e Nova York: Routledge, 1990.

EISLER, Max. *Gustav Klimt*. Viena: Rikola, 1921.

FENZ, Werner. *Koloman Moser*. Salzburg; Viena: Residenz Verlag, 1904.

FLEISCHMANN, Benno. *Gustav Klimt*. Viena: Deuticke, 1946.

GARVEY, Eleanor M., SMITH, Anne B.; WICK, Peter A. *The Turn of a Century 1885-1910: Art Nouveau-Jugendstil Books*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.

GREEN, Oliver. *Art for the London Underground: London Transport Posters 1908 to the Present*. Nova York: Rizzoli, 1990 [Nova York: Random House, 1991].

HANKS, David A. *The Decorative Designs of Frank Lloyd Wright*. Nova York: Dutton, 1979 [Nova York: Dover, 1999].

HASLAM, Malcolm. *In the Nouveau Style*. Boston: Little, Brown, 1989.

HEILAND, Janice. *The Studios of Frances and Margaret Macdonald*. Manchester e Nova York: Manchester University Press, 1996.

HOEBER, Fritz. *Peter Behrens*. Munique: Georg Muller and Eugen Rentsch, 1913.

HOEPFNER, Wolfram. *Das Haus Wiegand von Peter Behrens in Berlin-Dahiem*. Mainz; Von Zabern, 1979.

HOFFMAN, Werner. *Gustav Klimt*. Trad. Inge Goodwin. Greenwich, CT: New York Graphic Society, 1974.

HOWARTH, Thomas. *Charles Bennie Mackintosh and the Modern Movement*. Londres: Routledge and Kegan Paul, 1952.

KADATZ, Hans-Joachim. *Peter Behrens*. Leipzig: VEB E. A. Seemann Verlag, 1977.

KALLIR, Jane. *Viennese Design and the Wiener Werkstatte*. Nova York: Braziller, 1986 [2002].

KOSCHATZKY, Walter; KOSSATZ, Horst-Herbert. *Ornamental Posters of the Vienna Secession*. Londres: Academy Editions, 1974.

LANE, Terence. *Vienna 1913*. Melbourne: National Gallery of Victoria, 1984.

LATHAM, Ian. *Josef Maria Olbrich*. Londres: Academy Editions, 1980.

LOOS, Adolf. *Spoken into the Void: Collected Essays 1897-1900*. Cambridge, MA: MIT Press, 1982 [1987].

LOUBIER, Hans. *Die Neue Deutsche Buchkunst*. Stuttgart: Felix Kraus Verlag, 1921.

MACLEOD, Robert. *Charles Rennie Mackintosh: Architect and Artist*. Nova York: Dutton, 1983.

MACMILLAN, Andy; FUTAGAWA, Yukio. *Charles Rennie Mackintosh: The Glasgow School of Art*. Tóquio: A. D. A. Edita, 1979.

MEEHAN, Patrick J. (org.). *Truth Against the World: Frank Lloyd Wright Speaks for an Organic Architecture*. Nova York: Wiley, 1987 [Washington: Preservation Press, 1998].

MESSINA, Maria Grazia. *Hoffmann: I "mobili semplici" Vienna 1900/1910*. Florença: Galleria dell'Emporio, 1977.

MEYER, Christian. *Josef Hoffmann: Architect and Designer 1870-1956*. Viena: Galerie Metropol, 1981.

NEBEHAY, Michael Christian. *Ver Sacrum: 1898-1903*. Nova York: Rizzoli, 1977.

NEUWIRTH, Waltraud. *Wiener Werkstätte: Avantgarde, Art Déco, Industrial Design*. Viena: Neuwirth, 1984.

NOEVER, Peter; OBERHUBER, Oswald. *Josef Hoffmann: Ornament Zwischen Hoffnung und Verbrechen*. Viena: MAK – Museum für Angewandte Kunst, 1987.

OLIVER, Cordelia. *Jessie M. King, 1875-1949*. Edimburgo: Scottish Arts Council, 1971.

PEVSNER, Nikolaus. *Charles R. Mackintosh*. Milão: il Balcone, 1950.

_____. *The Sources of Modern Architecture and Design*. Londres: Thames & Hudson, 1968. [Ed. bras.: *Origens da arquitetura moderna e do design*. Trad. João Paulo Monteiro Lisboa. São Paulo: Martins, 2001.]

POWELL, Nicolas. *The Sacred Spring: The Arts in Vienna 1898-1918*. Greenwich, CT: New York Graphic Society, 1974.

SARMANY-PARSONS, Ilona. *Gustav Klimt*. Nova York: Crown, 1987.

SCHUSTER, Peter-Klaus (org.). *Peter Behrens und Nürnberg*. Munique: Prestel-Verlag, 1980.

SCHWEIGER, Werner J. et al. *Koloman Moser: 1868-1918*. Viena: Hochschule für Angewandte Kunst in Wien, 1979.

_____. *Wiener Werkstatte: Design in Vienna 1903-1932*. Nova York: Abbeville, 1984.

TUMMERS, Nic H. M. J. *L Lauweriks, zijn werk en zigninvloed op architectuuren vormgevinggrond 1910: DeHagenerImps*. Hilversum, Holanda: Uitgeverij P. van Saane, 1968.

VARNEDOE, Kirk. *Vienna 1900: Art, Architecture, and Design*. Nova York: Museum of Modern Art, 1986 [1987].

VERGO, Peter. *Art in Vienna 1898-1918*. Londres: Phaidon, 1975 [1994].

_____. *Vienna 1900: Vienna, Scotland, and the European Avant-Garde*. Edimburgo: Her Majesty's Stationery Office, 1975.

VIENNA SECESSION. *Katalog der Kunst-Ausstellung der Vereinigung Bildenden Künstler Österreichs, nos. 1-14*. Viena, 1898-1902.

WEBER, Wilhelm. *Peter Behrens*. Berlim: Pfalzgalerie Kaiserslautern, 1966.

WERDE, Stuart. *The Modern Poster*. Nova York: Museum of Modern Art, 1988.

WHITE, Colin. *The Enchanted World of Jessie M. King*. Edimburgo: Canongate, 1989 [Berkeley: Pub Group West, 1990].

WINDSOR, Alan. *Peter Behrens: Architect and Designer*. Nova York: Whitney, 1981.



D O PERÍODO MODERNISTA

3 A INFLUÊNCIA DA ARTE MODERNA

ADES, Dawn. *Photomontage*. Londres: Thames & Hudson, 1986. [Ed. esp.: *Fotomontaje*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002].

APOLLINAIRE, Guillaume. *Calligrammes*. Paris: Editions Gallimard, 1925. [Ed. bras.: *Caligramas*. Trad. Alvaro Faleiros. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.]

_____. *The Cubist Painters, Aesthetic Meditations*, 1913. Nova York: Wittenborn, 1962. [Ed. bras.: *Pintores cubistas. Meditações estéticas*. Trad. Sueli Tomazini Barros Cassal. Porto Alegre: LP&M, 1997.]

APOLLONIO, Umbro (org.). *Futurist Manifestos*. Nova York: Viking Press, 1973 [Londres: Tate Publishing, 2009].

BALDACCI, Paolo; DAVERIO, Philippe. *Futurism 1911-1918*. Milão: Gallena Daverio, 1988.

BAXANDALL, Lee. *Radical Perspectives in the Arts*. Middlesex, Inglaterra: Penguin Books, 1972.

BENSON, Timothy O. *Raoul Hausmann and Berlin Dada*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1987.

BROWN, Jonathan (org.). *Picasso and the Spanish Tradition*. New Haven: Yale University Press, 1996.

CALVOCORESSI, Richard. *Magritte*. Londres: Phaidon, 1994.

CASSOU, Jean; LEYMARIE, Jean. *Fernand Léger Drawings and Gouaches*. Greenwich, CT: New York Graphic Society, 1973.

CENDRARS, Blaise. *La Fin du monde*. Reimpressão, Paris: Pierre Seghers, 1949. [Ed. bras.: *Morravagin e O fim do mundo filmado pelo anjo Notre-Dame*. Trad. Dorothee de Bruchard. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.]

COHEN, Arthur A. *The Avant Garde in Print*. Nova York: Ex Libris, 1983. v. I-V.

COOPER, Philip. *Cubism*. Londres: Phaidon, 1995.

CRANE, Arnold W. *Man Ray Photo Graphics*. Milwaukee, WI: Milwaukee Art Center, 1973.

CRONE, Rainer. *Paul Klee: Legends of the Sign*. Nova York: Columbia University Press, 1991.

DAMASE, Jacques. *Revolution typographique*. Genebra: Galerie Motte, 1966.

DE RACHE, Andre (org.). *Joan Miro*. Bruxelas: Gemeentelijke Casino, 1971.

D'HARNONCOURT, Anne et al. *Paintings from Europe and the Americas in the Philadelphia Museum of Art: A Concise Catalogue*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1994.

DRUCKER, Joanna. *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

DUCHAMP, Marcel. *Duchamp*. Nova York: Cameo/Abrams, 1996.

DUPIN, Jacques. *Miro*. Nova York: Abrams, 1993. [Ed. esp.: *Miró*. Barcelona: Polígrafa, 2004.]

EIDERFIELD, John. *Kurt Schwitters*. Londres: Thames & Hudson, 1985.

ENYERT, James. *Bruguiere: His Photographs and His Life*. Nova York: Knopf, 1977.

ERNST, Max. *Une Semaine de bonté*. Nova York: Dover, 1976.

EVANS, David. *John Heartfield: aiz/vi 1930-38*. Nova York: Kent, 1992.

FISCHER, Hannelore. *Käthe Kollwitz: Meisterwerke der Zeichnung*. Colônia: DuMont, 1995.

FORESTA, Merry; NAUMANN, Francis; FOSTER, Stephen C. et al. *Perpetual Motif: The Art of Man Ray*. Nova York: 1988.

FOSTER, Steven B. (org.). *Dada/Dimensions*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1984.

FRASER, James; HELLER, Steven. *The Malik Verlag 1916-1947, Berlin, Prague, New York*. Nova York: Goethe House; Madison, NJ: Fairleigh Dickinson University, 1985.

FREEMAN, Judi. *The Dada and Surrealist Word-Image*. Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

FRY, Edward F. *Cubism*. Londres: Thames & Hudson, 1966 [Nova York: Oxford University Press, 1978].

GOMBRICH, Lisbeth (trad.). *Käthe Kollwitz*. Berlim: Henschelverlag Kunst und Gesellschaft, 1980.

GREENBERG, Allen Carl. *Artists and Revolution: Dada and the Bauhaus*. 1917-1925. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1979.

HABASQUE, Guy. *Cubism*. Paris: Skira, 1959.

HAENLEIN, Carl-Albrecht. *Dada Photomontagen*. Hannover, Alemanha: Kestner-Gesellschaft Hannover, 1979.

HAUSMANN, Raoul; SCHWITTERS, Kurt. *PIN*. Londres: Gaberbocchus Press, 1962.

HEARTFIELD, John. *Photomontages of the Nazi Period*. Nova York: Universe, 1977.

HEWITT, Andrew. *Fascist Modernism: Aesthetics, Politics, and the Avant-Garde*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1993.

HUBERT, Renee Riese. *Surrealism and the Book*. Berkeley: University of California Press, 1988.

HUELSENBECK, Richard (org.). *The Dada Almanac*. Londres: Atlas Press, 1993.

HULTEN, Pontus (org.). *Futurism and Futurisms*. Nova York: Abbeville, 1986 [Londres: Thames & Hudson, 1992].

_____. *Memoirs of a Dada Drummer*. Nova York: Viking, 1969.

KAHN, Douglas. *John Heartfield: Art and Mass Media*. Nova York: Tanam, 1985.

KINROSS, Robin. *Modern Typography: An Essay in Critical History*. Londres: Hyphen Press, 1992.

KLEIN, Mina C. *Käthe Kollwitz, Life in Art*. Nova York: Schocken Books, 1975.

KOZLOFF, Max. *Cubism/Futurism*. Nova York: Charter House, 1973.

LIPPARD, Lucy R. (org.). *Dadas on Art*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1971 [Nova York: Dover, 2007].

LISTA, Giovanni. *Futurismo e fotografia*. Milão: Multhipla Edizioni, 1979.

LITTLE, Roger. *Guillaume Apollinaire*. Londres: Athlone Press, 1976.

LORIA, Stefano. *Pablo Picasso*. Nova York: Peter Bedrick Books, 1995.

MARCUS, George H. (org.). *Treasures of the Philadelphia Museum of Art and the John G. Johnson Collection*. Filadélfia: Philadelphia Museum of Art, 1973.

MARINETTI, Filippo T.; FLINT, R. W. (orgs.). *Marinetti Selected Writings*. Nova York: Farrar, Straus and Giroux, 1971 [2008].

MARTIN, Marianne W. *Futurist Art and Theory 1909-1915*. Oxford: Clarendon Press, 1968 [Nova York: Hacker Art Books, 1978].

MEYER, Esther da Costa. *The Work of Antonio Sant'Elia: Retreat into the Future*. New Haven: Yale University Press, 1995.

MICHAUD, Guy. *Mallarmé*. Nova York: New York University Press, 1965.

MOURE, Gloria. *Marcel Duchamp*. Nova York: Rizzoli, 1988.

NADEAU, Maurice. *The History of Surrealism*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989. [Ed. bras.: *História do surrealismo*. Trad. Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: Perspectiva, 1985.]

NAGEL, Otto. *Käthe Kollwitz*. Greenwich, CT: New York Graphic Society Ltd., 1971.

_____. et al. *Käthe Kollwitz, die Handzeichnungen*. Stuttgart: W. Kohlhammer, 1980.

NEWELL, Kenneth B. *Pattern Poetry: A Historical Critique from the Alexandrian Greeks to Dylan Thomas*. Boston: Marlborough House, 1976.

NOUN, Louise R. *Three Berlin Artists of the Weimar Era: Hannah Höch, Käthe Kollwitz, Jeanne Mammen*. Des Moines, IA: Des Moines Art Center, 1994.

PASSAMANI, Bruno. *Fortunato Depero*. Luglio, Itália: Bassano del Grappa, 1970.

POLIZZOTTI, Mark. *Revolution of the Mind: The Life of André Bréton*. Nova York: Farrar, Straus and Giroux, 1995.

READ, Herbert. *A Concise History of Modern Painting*. Nova York: Praeger, 1959. [Ed. bras.: *Uma história da pintura moderna*. Trad. Ivone Benedetti. São Paulo: Martins, 2001.]

RICHARDSON, Tony; STANGOS, Nikos (orgs.). *Concepts of Modern Art*. Nova York: Harper and Row, 1974.

ROSENBAUM, Robert. *Cubism and Twentieth-Century Art*. Nova York: Abrams, 1966.

ROTHSCHILD, Nannette F. et al. *Encounters with Modern Art*. Filadélfia: Philadelphia Museum of Art, 1996.

RYE, Jane. *Futurism*. Londres: Studio Vista, 1972.

SAMALTANOS, Katia. *Apollinaire: Catalyst for Primitivism, Picabia, and Duchamp*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1984.

SCHMALENBACH, Werner. *Fernand Leger*. Nova York: Abrams, 1976.

SCHWARTZ, Arturo. *Man Ray: Rigour of Imagination*. Nova York: Rizzoli, 1972.

SCUDIERO, Maurizio. *Futurismi postali*. Rovereto, Itália: Longo Editore, 1986.

_____; LEIBER, David. *Depero futurista & New York*. Rovereto, Itália: Longo Editore, 1986.

SEIGEL, Jerrold E. *The Private Worlds of Marcel Duchamp: Desire, Liberation, and the Self in Modern Culture*. Berkeley: University of California Press, 1995.

SIEPMANN, Eckhard. *Montage: John Heartfield*. Berlim: Elefanten Press Galerie, 1977.

STEEGMULLER, Francis. *Apollinaire, Poet among the Painters*. Freeport, NY: Books for Libraries Press, 1971.

STEINITZ, Kate Trauman. *Kurt Schwitters: A Portrait from Life*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press, 1968.

SYLVESTER, David. *Magritte*. Nova York: Praeger, 1969 [Londres: Thames & Hudson, 1992].

TISDALL, Caroline; BOZZOLA, Angelo. *Futurism*. Nova York: Oxford University Press, 1978.

WEBSTER, Michael. *Reading Visual Poetry after Futurism: Marinetti, Apollinaire, Schwitters, Cummings*. Nova York: Lang, 1995.

WEISS, Jeffrey S. *The Popular Culture of Modern Art: Picasso, Duchamp, and Avant-Gardism*. New Haven: Yale University Press, 1994.

WILLETT, John. *Heartfield versus Hitler*. Paris: Éditions Hazan, 1997.

4 MODERNISMO FIGURATIVO

BINDER, Carla (org.). *Joseph Binder*. Viena: Anton Schroll & Co., 1976.

BROWN, Robert K.; REINHOLD, Susan. *The Poster of A. M. Cassandre*. Nova York: Dutton, 1979.

COOPER, Austin. *Making a Poster*. Londres: The Studio, Ltd., 1938.

DARROCOTT, Joseph. *The First World War in Posters*. Nova York: Dover, 1974.

DELHAYE, Jean. *Art Deco Posters and Graphics*. Nova York: Rizzoli, 1978.

DUNCAN, Alastair. *The Encyclopedia of Art Deco*. Nova York: Dutton, 1988.

Encyclopedia des arts décoratifs et industriels modernes au xxème siècle. Paris: Impr. Nationale, 1925. v. I-VII.

GREEN, Oliver. *Art for the London Underground*. Nova York: Rizzoli, 1990 [Nova York: Random House, 1991].

GLUCK, Felix. *World Graphic Design: Fifty Years of Advertising Art*. Nova York: Watson-Guptill, 1969.

HAWORTH-BOOTH, Mark E. *McKnight Kauffer: A Designer and His Public*. Madison, CT: Fraser, 1979.

HELLER, Steven; FILL, Louise. *Italian Art Déco: Graphic Design Between the Wars*. San Francisco: Chronicle Books, 1993.

HILLIER, Bevis. *Art Déco of the 20s and 30s*. Londres: Studio Vista; Nova York: Dutton, 1968.

_____. *The World of Art Deco*. Nova York: Dutton, 1971.

HITLER, Adolf. *Mein Kampf*. Trad. E. T. S. Dugdale. Boston: Houghton Mifflin, 1933. [Ed. bras.: *Minha luta*. Trad. Klaus von Pushen. São Paulo: Centauro, 2001.]

HOHLWEIN, Ludwig. *Hohlwein Posters*. Nova York: Dover, 1976.

_____. *Ludwig Hohlwein, 1874-1949*. Munique: Klinkhardt & Biermann, 1996.

KAUFFER, E. McKnight. *The Art of the Poster*. Londres: Cecil Palmer, 1924.

MASUTANI, Yoko (org.). *Every Face of the Great Master Cassandre*. Tóquio: Suntory Museum, 1995.

MENTEN, Theodore. *Advertising Art in the Art Deco Style*. Nova York: Dover, 1975 [1976].

METZL, Ervine. *The Poster: Its History and Its Art*. Nova York: Watson-Guptill, 1963.

MOURON, Henri. A. M. *Cassandre*. Nova York: Rizzoli, 1985.

RAWLS, Walton. *Wake Up America! World War I and the American Poster*. Nova York: Abbeville, 1988.

RAY, Timothy. *Imponderable Joys: The Work of Austin Cooper*. Brandon, Manitoba: The Art Gallery of Southwestern Manitoba, 1993.

RENNERT, Jack (org.). *700 Posters of Paul Colin*. Nova York: Images Graphiques, 1977.

SCHAU, Michael. J. C. *Leyendecker*. Nova York: Watson-Guptill, 1974.

STRINER, Richard. *Art Deco*. Nova York: Abbeville Press, 1994 [1997].

THOMSON, Oliver. *Mass Persuasion in History*. Edimburgo: Paul Harris, 1977.

TOLMER, A. *Mies en Page. The Theory and Practice of Layout*. Londres: The Studio, 1930.

VOX, Maximilien. A. M. *Cassandre Plakate*. St. Gallen, Suíça: Zollikofer, 1948.

WEILL, Alain. *Rétrospective Jean Carlu*. Paris: Musée de l’Affiche, 1980.

5 UMA NOVA LINGUAGEM DA FORMA

ANDEL, Jaroslav. *Avant Garde Page Design 1900-1950*. Nova York: Delano Greenridge Editions, LLC, 2002. [Ed. esp.: Madri: Kliczkowski, 2003.]

ANIKST, Mikhail. *Soviet Commercial Design of the Twenties*. Nova York: Abbeville, 1987 [1991].

_____; CHERNEVICH, Elena. *Russian Graphic Design 1880-1917*. Nova York: Abbeville, 1990.

BABUNNA, Nina. *The Soviet Political Poster 1917-1980*. Nova York: Viking, 1988.

BALJEU, Joost. *Theo van Doesburg*. Nova York: Macmillan, 1974.

BANN, Stephen (org.). *The Tradition of Constructivism*. Nova York: Viking, 1974 [Cambridge, MA: Perseus Books, 1990].

BAROOSHIAN, Vahan D. *Russian Cubo-Futurism: 1910-1930*. Haia: Mouton, 1974.

BARRON, Stephanie; TUCHMAN, Maurice (orgs.). *The Avant-Garde in Russian, 1910-1930: New Perspectives*. Cambridge, MA: MIT Press, 1980.

BEEREN, Wim et al. *Kazimir Malevich 1878-1935*. Amsterdã: Stedelijk Museum, 1988.

BLAKE, Patricia (org.). *Vladimir Mayakovsky: The Bedbug and Selected Poetry*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1975.

BOJKO, Szymon. *New Graphic Design in Revolutionary Russia*. Londres: Lund Humphries, 1972.

BOWLT, John E. (ed. e trad.). *Russian Art of the Avant-Garde: Theory and Criticism 1902-1934*. Nova York: Viking, 1976.

BROOS, Kees; HEFTING, Paul. *Dutch Graphic Design: A Century*. Cambridge, MA: MIT Press, 1993 [1997].

CHARTERS, Ann e Samuel. *I Love: The Story of Vladimir Mayakovsky and Lili Brik*. Nova York: Farrar, Straus and Giroux, 1979.

CHERNEVICH, Elena. *Russian Graphic Design, 1880-1917*. Nova York: Abbeville, 1990.

COHEN, Arthur A. (org.). *ExLibris 6: Constructivism & Futurism: Russian and Other*. Nova York: ExLibris, 1977.

COMPTON, Susan P. *Russian Avant-Garde Books: 1917-34*. Cambridge, MA: MIT Press, 1993.

_____. *The World Backwards: Russian Futurist Books 1912-16*. Londres: British Museum Publications, 1978.

CONSTANTINE, Mildred; FERN, Alan. *Revolutionary Soviet Film Posters*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1974.

CONTENSOU, Bernadette; LEMOINE, Serge. *Domela: 65 ans d’Abstraction*. Paris: Musée d’Art Moderne, 1987.

DICKERMAN, Leah (org.). *Building the Collective: Soviet Graphic Design 1917-1937: Selections from the Merrill C. Berman Collection*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996.

DLUHOSCH, Eric; svÁCHA, Rostislav (orgs.). *Karel Teige, 1900-1951: L’Enfant Terrible of the Czech Modernist Avant-Garde*. Cambridge, MA; Londres: MIT Press, 1999.

DOIG, Allan. *Theo van Doesburg: Painting into Architecture, Theory into Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

ELLIOTT, David. *Rodchenko and the Arts of Revolutionary Russia*. Nova York: Pantheon, 1979.

FRANCISCONO, Marcel. *The Modern Dutch Poster: The First Fifty Years 1890-1940*. Cambridge, MA: MIT Press, 1987.

FRIEDMAN, Mildred (org.). *De Stijl 1917-1931. Visions of Utopia*. Nova York: Abbeville Press, 1982.

GREY, Camilla. *The Great Experiment: Russian Art 1863-1922*. Nova York: Abrams, 1962.

JAFFE, Hans. *De Stijl*. Nova York: Abrams, 1971.

_____. *Mondrian und De Stijl*. Colônia, Alemanha: Galerie Gmurzynska, 1979.

KARGINOV, German. *Rodchenko*. Londres: Thames & Hudson, 1979.

KHAN-MAGOMEDOV, S. O. *Rodchenko: The Complete Work*. Cambridge, MA: MIT Press, 1987.

KING, David; PORTER, Cathy. *Images of Revolution: Graphic Art from 1905 Russia*. Nova York: Pantheon, 1983.

LISSITZKY-KUPPERS, Sophie (org.). *Lissitzky: Life Letters Texts*. Londres: Thames & Hudson, 1967.

LISSITZKY, El. *About Two Squares*. Trad. Christina Van Manen. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

_____; EHRENBURG, Ilya (orgs.). *Vesc Objet Gegenstand*. Reimpresão. Baden: Verlage Lars müller, 1994.

LODDER, Christina. *Russian Constructivism*. New Haven: Yale University Press, 1983 [1985].

MARGOLIN, Victor. *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917-1946*. Chicago e Londres: University of Chicago Press, 1997 [1998].

MARKOV, Vladimir. *Russian Futurism: A History*. Londres: MacGibbon & Kee, 1969.

MARTINET, Jan. *H. N. Werkman “Druksel” Prints and General Printed Matter*. Amsterdã: Stedelijk Museum, 1977.

_____. *The Next Call*. Utrecht: Uitgeverij Reflex, 1978.

MILENA, Richard e Kalinovska. *Art into Life-Russian Constructivism 1914-1932*. Nova York: Rizzoli, 1990.

MILNER, John. *Vladimir Tatlin and the Russian Avant-Garde*. New Haven: Yale University Press, 1983.

MOHOLY-NAGY, Laszlo; KASSÁK, L. *The Book of New Artists*. Reimpresão. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996.

MONDRIAN, Piet. *Plastic Art and Pure Plastic Art*. Nova York: Wittenborn, 1951. [Ed. bras.: (textos selecionados): *Neoplasticismo na pintura e na arquitetura*. Trad. João Carlos Pijnapel. São Paulo: Cosac Naify, 2008.]

NEUMANN, Eckhard. *Functional Graphic Design in the 20’s*. Nova York: Reinhold, 1967.

NISBET, Peter. *El Lissitzky: 1890-1941*. Cambridge, MA: Harvard University Art Museums, 1987.

OVERY, Paul. *De Stijl*. Londres: Studio Vista, 1969. Londres: Thames & Hudson, 1991.

PURVIS, Alston. *Dutch Graphic Design: 1918-1945*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1992.

RAILING, Patricia. *More About Two Squares*. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

RODCHENKO, Alexsandr M.; STEPANOVA, Varvara F. *The Future is Our Only Goal*. Munique: Prestel-Verlag, 1991.

ROMAN, Gail Harrison; HAGELSTEIN MARQUARDT, Virginia (orgs.). *The Avant-Garde Frontier: Russia Meets the West 1910-1930*. Gainesville, FL: University of Florida Press, 1992.

RUBINGER, Krystyna; BOJKO, Szymon; BOWLT, John E. et al. *Women Artists of the Russian Avantgarde, 1910-1930*. Colônia: Galerie Gmurzynska, 1980.

RICKEY, George. *Constructivism: origins and evolution*. Nova York: Braziller, 1967. [Ed. bras.: *Construtivismo: origens e evolução*. Trad. Regina de Barros Carvalho. São Paulo: Cosac Naify, 2002.]

_____; SEUPHOR, Michel. *Piet Mondrian*. Nova York: Abrams, 1956.

SPENCER, Herbert. *The Liberated Page*. San Francisco: Bedford Press, 1987.

_____. (org.). *Pioneers of Modern Typography*. Londres: Lund Humphries, 1969 [Cambridge, MA: MIT Press, 2004].

STAPANIAN, Juliette R. *Mayakovsky's Cubo-Futurist Vision*. Houston, TX: Rice University Press, 1986.

TUPITSYN, Margarita. *El Lissitzky: Beyond the Abstract Cabinet*. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999.

_____. *Gustav Kluis and Valentina Kulagina: Photography and Montage After Constructivism*. Nova York: International Center of Photography; Göttingen, Alemanha: Steidl, 2004.

VAN STRAATEN, Evert. *Theo Van Doesburg: Schilder en Architect*. 'S-Gravenhage, Holanda: sdu Uitgeverij, 1988.

WHITE, Stephen. *The Bolshevik Poster*. New Haven: Yale University Press, 1988 [1990].

WOROSZYLSKI, Wiktor. *The Life of Mayakovsky*. Nova York: Orion Press, 1970.

16 A BAUHAUS E A NOVA TIPOGRAFIA

ALBERS, Josef. *Interaction of Color*. New Haven: Yale University Press, 1975 [2006]. [Ed. bras.: *A interação da cor*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: wmf Martins Fontes, 2009.]

_____. *Search versus Research*. Hartford, CT: Trinity College Press, 1969.

AYNSLEY, Jeremy. *Graphic Design in Germany: 1890-1945*. Londres: Thames & Hudson Ltd., 2000.

BARKER, Nicolas. *Stanley Morison*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1972.

BAYER, Herbert; GROPIUS, Walter; GROPIUS, Ise (orgs.). *Bauhaus 1919-1928*. Nova York: Museum of Modern Art, 1938 [1990].

_____. *Herbert Bayer: Painter Designer Architect*. Nova York: Reinhold, 1967; Londres: Studio Vista, 1967.

BLASER, Werner. *Mies van der Rohe: Less is More*. Zurique: Wasser Verlag, 1986. [Ed. bras.: Trad. Julio Fischer. São Paulo: Martins, 2001.]

BRADY, Elizabeth. *Eric Gill: Twentieth Century Book Designer*. Metuchen, NJ: The Scarecrow Press, 1974.

BREWER, Roy. *Eric Gill: The Man Who Loved Letters*. Londres: Frederick Muller Ltd., 1973.

BROOS, Kees. *Piet Zwart*. Haia: Gemeentemuseum, 1973.

CHANZIT, Gwen F. *The Herbert Bayer Collection and Archive at the Denver Art Museum*. Denver: Denver Art Museum, 1988.

DEARSTYNE, Howard. *Inside the Bauhaus*. Nova York: Rizzoli, 1986.

FRANCISCONO, Marcel. *Walter Gropius and the Creation of the Bauhaus at Weimar: The Ideals and Artistic Theories of its Founding Years*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1971.

GARLAN, Ken. *Mr Beck's Underground Map*. Londres: Capital Transport 1994.

GEELHAAR, Christian. *Paul Klee and the Bauhaus*. Greenwich, CT: New York Graphic Society, 1973.

GILL, Eric. *An Essay on Typography*. Londres: Sheed and Ward, 1931 [Nova York: David R. Goodine, 1993]. [Ed. port.: *Ensaio sobre tipografia*. Coimbra: Almedina, 2003.]

_____. *The Letter Forms and Type Designs of Eric Gill*. Westerham, Inglaterra: Eva Svensson, 1976.

GROPIUS, Walter. *The New Architecture and the Bauhaus*. Cambridge, MA: MIT Press, 1965. [Ed. bras.: *Bauhaus: Nova arquitetura*. Trad. J. Guinsburg e Ingrid Dormien. São Paulo: Perspectiva, 2001.]

_____. (org.). *The Theatre of the Bauhaus*. Middletown, CT: Wesleyan University, 1961.

GROPIUS, Walter et al. *Offset Buch and Werbekunst Heft 7*. Leipzig: Der Offset-Verlag GmbH, 1926.

_____; MOHOLY-NAGY, Laszlo (orgs.). *Staatliches Bauhaus Weimar 1919-1923*. Munique: Reimpresão Kraus, 1980.

HAHN, Peter. *Bauhaus Berlin*. Weingarten, Alemanha: Kunstverlag Weingarten GmbH, 1985.

HAUS, Andreas. *Moholy-Nagy: Photographs and Photograms*. Nova York: Pantheon, 1980.

HIGHT, Eleanor M. *Moholy-Nagy: Photography and Film in Weimar Germany*. Wellesley, MA: Wellesley College Museum, 1985.

ITTEN, Johannes. *Design and Form: The Basic Course at the Bauhaus and Later*. Nova York: Reinhold, 1963 [Nova York: John Wiley Professio, 1975].

KAGAN, Andrew. *Paul Klee: Art & Music*. Ithaca, NY: Cornell, 1983.

KANDINSKY, Wassily. *Complete Writings on Art*. Nova York: Hall, 1982 [Vergo, Peter; Kandinsky, Wassily; Lindsay, Kenneth Clement. *Kandinsky, Complete Writings on Art*. Nova York: Perseus Books, 1994].

_____. *Concerning the Spiritual in Art*. Nova York: Wittenborn, 1947. [Ed. bras.: *Do espiritual na arte*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.]

_____. *Point and Line to Plane*. Nova York: Dover, 1979. [Ed. bras.: *Ponto e linha sobre plano: contribuição à análise dos elementos da pintura*. Trad. Eduardo Brandão. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.]

KLEE, Paul. *Pedagogical Sketchbook*. Nova York: Praeger, 1953 [Faber & Faber, 1968].

KOSTELANETZ, Richard. *Moholy-Nagy*. Londres: Allen Lane, 1974.

KROLL, Friedhelm. *Bauhaus 1919-1933*. Dusseldorf: Verlagsgruppe Bertelsmann GmbH, 1974.

LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott (orgs.). *The ABC's of The Bauhaus and Design Theory*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1995. [Ed. bras.: *ABC da Bauhaus*. Trad. André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2009.]

_____; COHEN, Elaine Lustig. *Letters from the Avant Garde: Modern Graphic Design*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996.

MARZONA, E.; FRICKE, R. (orgs.). *Bauhaus Photography*. Cambridge, MA: MIT Press, 1969.

MCLEAN, Ruari. *Jan Tschichold: Typographer*. Londres: Lund Humphries, 1975 [Nova York: David R. Godine, 1990].

MIDDENDORP, Jan. *Dutch Type*. Roterdã: o10, 2004.

MODLEY, Rudolf. *Handbook of Pictorial Symbols: 3,250 Examples from International Sources*. Nova York: Dover, 1976. [Ed. bras.: *Manual de símbolos gráficos: 3 250 exemplos internacionais*. Trad. Fernando Ximenes. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1986.]

_____. *How to Use Pictorial Statistics*. 2. ed. Nova York: Harper, 1937.

MOHOLY-NAGY, Laszlo. *The New Vision with Abstract of an Artist*. Nova York: Wittenborn, 1947 [Nova York: Dover, 2005].

_____. *Vision in Motion*. Chicago: Paul Theobald, 1947.

MOHOLY-NAGY, Sibyl. *Experiment in Totality*. Cambridge, MA: MIT Press, 1969.

MORAN, James. *Stanley Morison: His Typographic Achievement*. Londres: Lund Humphries; Nova York: Hastings House, 1971.

MULLER, Fridolin (org.). *Piet Zwart*. Teufen, Suíça: Arthur Niggli, 1966.

NAYLOR, Gilliam. *The Bauhaus Reassessed: Sources and Design Theory*. Londres: Herbert Press, 1985.

NEUMANN, Eckhard. *Bauhaus and Bauhaus People*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1970 [Nova York: John Wiley Professio, 1992].

PASSUTH, Krisztina; SENTER, Terence A. L. *Moholy-Nagy*. Londres: Arts Council of Great Britain, 1980 [Londres: Thames & Hudson, 1987].

PLANT, Margaret. *Paul Klee: Figures and Faces*. Londres: Thames & Hudson, 1978.

POLING, Clark V. *Kandinsky's Teaching at the Bauhaus: Color Theory and Analytical Drawing*. Nova York: Rizzoli, 1986.

PURVIS, Alston W. H. N. *Werkman*. New Haven: Yale University Press, 2004.

ROH, Franz; TSCHICHOLD, Jan (orgs.). *foto-auge*. Stuttgart: Akademischer Verlag Dr. Fritz Wedekind, 1929.

SANDBERG, Willem. *Now: In the Middle of the 20th Century*. Hilversum, Holanda: De Jong, 1959.

SCHLEMMER, Oskar. *Man: Teaching Notes from the Bauhaus*. Cambridge, MA: MIT Press, 1971.

SCHMIDT, Joost, Entwurf. *Offset Buch and Werbekunst, 1926*. Dessau, Alemanha: Dünnhaupt, 1926.

SCHMOLLER, Hans. *Two Titans, Mardersteig and Tschichold: A Study in Contrasts*. Nova York: Typophiles, 1990.

SKELTON, Christopher. *Eric Gill: The Engravings*. Boston: David Godine, 1990.

SPEAIGHT, Robert. *The Life of Eric Gill*. Londres: Methuen, 1966.

THORP, Joseph. *Eric Gill*. Londres: Jonathan Cape, 1929.

TOWER, Beeke Sell. *Klee and Kandinsky at the Bauhaus*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1981.

TSCHICHOLD, Jan. *Asymmetric Typography*. Nova York: Reinhold, 1967.

_____. *Designing Books*. Nova York: Wittenborn, Schultz, Inc., 1951.

_____. *Die neue Typographie*. Berlim: Verlag Des Bildungsverbandes, 1928.

_____. *The New Typography: A Handbook for Modern Designers*. Trad. Ruari McLean. Berkeley: University of California Press, 1995 [2006].

WHITFORD, Frank. *Bauhaus*. Londres: Thames & Hudson, 1984 [1995].

WINGLER, Hans Maria. *The Bauhaus: Weimar Dessau Berlin Chicago*. Cambridge, MA: MIT Press, 1969 [1978].

ZWART, Piet. *Keywords*. Haia: Staatsdrukkerij den Haag, 1966.

17 O MOVIMENTO MODERNISTA NOS ESTADOS UNIDOS

BLUM, Stella. *Designs by Erté: Fashion Drawings and Illustrations from "Harper's Bazaar"*. Nova York: Dover, 1976.

CHANZIT, Gwen Finkel. *Herbert Bayer and Modernist Design in America*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press, 1987.

_____. *The Herbert Bayer Collection and Archive at the Denver Art Museum*. Seattle: University of Washington Press, 1988.

DENOON, Christopher. *Posters of the WPA*. Los Angeles: Wheatley, 1987.

DUNCAN, Alastair. *American Art Déco*. Nova York: 1986 [Londres: Thames & Hudson, 1999].

DWIGGINS, William Addison. "New Kind of Printing Calls for New Kind of Design". *Boston Evening Transcript*. The Graphic Arts Section, Part 3. Boston: Henry W. Dutton, 1922.

EHRlich, Frederic. *The New Typography and Modern Layouts*. Nova York: Stokes, 1934.

GOUDY, Frederic. *Why Go Modern*. Nova York: Diamant Typographic Service, 1944.

GRUNDBERG, Andy. *Brodovitch*. Nova York: Abrams, 1989.

HARRIS, Neil; NORELLI, Martina Roudabush. *Art, Design, and the Modern Corporation: The Collection of Container Corporation of America*. Washington, DC: Smithsonian, 1985.

HURLBURT, Allen. *Publication Design*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1976.

JACOBSON, Egbert (org.). *Seven Designers Look at Trademark Design*. Chicago: Paul Theobald, 1952.

JOHNSON, J. Stewart. *The Modern American Poster*. Nova York: Museum of Modern Art, 1983.

JUDD, Denis. *Posters of World War II*. Nova York: St. Martin's Press, 1973.

KEPES, Gyorgy. *Catalog Design Progress: Advancing Standards in Visual Communications*. Nova York: Sweet's Catalog Service, 1950.

_____. *Language of Vision*. Chicago: Paul Theobald, 1945 [1995].

_____. *The New Landscape*. Chicago: Paul Theobald, 1956.

LÖNBERG-HOLM, K.; SUTNAR, Ladislav. *Catalog Design*. Nova York: Sweet's Catalog Service, 1944.

MASSEY, John (org.). *Great Ideas*. Chicago: Container Corporation of America, 1976.

MCMURTRIE, Douglas C. *Modern Typography and Layout*. Chicago: Eyncourt Press, 1929.

PURCELL, Kerry William. *Alexey Brodovitch*. Londres: Phaidon, 2002.

REMINGTON, Roger; HODIK, Barbara J. *Nine Pioneers of American Graphic Design*. Cambridge, MA: MIT Press, 1989 [1992].

REMINGTON, R. Roger. *Lester Beall: Trailblazer of American Graphic Design*. Nova York: Norton, 1996.

_____; BODENSTEDT, Lisa. *American Modernism: Graphic Design 1920 to 1960*. Londres: Laurence King, 2003.

RHODES, Anthony; MARGOLIN; Victor (orgs.) *Propaganda: The Art of Persuasion, World War II*. Nova York: Chelsea House, 1976.

SUTNAR, Ladislav. *Package Design: The Force of Visual Selling*. Nova York: Arts, 1953.

TIBBEL, John. *The American Magazine: A Compact History*. Nova York: Hawthorne Books, 1969.

WEBER, Eva. *Art Déco in America*. Nova York: Exeter Books, 1985.

ZEMAN, Zbynek. *Selling the War: Art and Propaganda in World War II*. Londres: Orbis, 1978.



E A ERA DA INFORMAÇÃO

18 O ESTILO TIPOGRÁFICO INTERNACIONAL
AICHER, Otl. *Typographie*. Berlim: Ernst and Sohn, 1988 [Mainz: Schmidt, 2005]. [Ed. esp.: *Tipografia*. Trad. Esther Tolós Cuartiella. Valencia: Campgrafic, 2004.]

BILL, Max. *Modern Swiss Architecture 1925-1945*. Basileia: Karl Werner, 1945.

DIETHELM, Walter. *Visual Transformations*. Zurique: ABC, 1982.

DOUROUX, Xavier. *Art concret suisse, mémoire et progrès*: Andreas Christen, Camille Graeser, Marguerite Hersberger, Verend Loewensberg, Richard Paul Lohse, Nelly Rudin, Carlo Vivarelli. Dijon, França: Coin du Miroir, 1982.

FRUTIGER, Adrian. *Der Mensch und Seine Zeichen*. Echzell, Alemanha: Horst Heiderhoff Verlag, 1978 [Wiesbaden: Marixverlag, 2006].

_____. *Signs and Symbols: Their Design and Meaning*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1989. [Ed. bras.: *Sinais & símbolos*. Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2007.]

_____. *Type Sign Symbol*. Zurique: ABC, 1981.

GASSER, Manuel. *Exempta graphica*. Zurique: Hug and Sohne, 1967.

GERSTNER, Karl. *Compendium for Literates: A System for Writing*. Trad. Dennis Q. Stephenson. Cambridge, MA: MIT Press, 1968 [Compendio para alfabetos: sistemática de la escritura. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.]

_____. *Designing Programmes*. Teufen, Suíça: Arthur Niggli, 1968 [Baden, Suíça: Lars Müller, 2007].

_____; KUTLER, Marcus. *Die Neue Grafik/The New Graphic Art*. Nova York: Hastings House, 1959.

GRIESHABER, Judith M. e Kröplien. *Die Philosophie der Neuen Grafik*. Stuttgart: Hatje Cantz, 1990.

HENRION, F. H. K. *Top Graphic Design*. Zurique: ABC, 1983.

HOCHULI, Jost; KINROSS, Robin. *Designing Books: Theory and Practice*. Londres: Hyphen Press, 1997.

HOFMANN, Armin. *Armin Hofmann: His Work, Quest, and Philosophy*. Basileia; Boston: Birkhauser, 1989.

_____. *Graphic Design Manual*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1965. [Ed. esp.: *Manual de diseño gráfico: formas, síntesis*. Barcelona: Gustavo Gili, 1996.]

HÜTTINGER, Eduard. *Max Bill*. Zurique: ABC, 1978.

JONG, Cees W. de; PURVIS, Alston W.; FRIEDL, Friedrich. *Creative Type: A Sourcebook of Classic and Contemporary Letterforms*. Londres: Thames & Hudson, 2005.

JURY, David. *About Face: Reviving the Rules of Typography*. Suíça: RotoVision, 2002.

KANE, John. *A Type Primer*. Londres: Laurence King, 2002.

KAPPELER, Suzanne. *Carlos Vivarelli*. Zurique: ABC, 1988.

LINDINGER, Herbert (org.). *Ulm Design: The Morality of Objects*. Cambridge, MA: MIT Press, 1990 [1991].

MAIER, Manfred. *Basic Principles of Design*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1980.

MARGADANT, Bruno. *The Swiss Poster: 1900-1983*. Basileia: Birkhäuser, 1993.

MATTER, Herbert. *Herbert Matter Foto-Grafiker: Sehformen der Zeit*. Baden, Suíça: Lars Müller, 1995.

MÜLLER, Lars. *Josef Müller-Brockmann: Gestalter*. Baden: Lars Müller, 1994 [Josef Müller-Brockmann – Pioneer of Swiss Graphic. Nova York: D.A.P., 2000].

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. *The Graphic Artist and His Design Problems*. Teufen, Suíça: Arthur Niggli, 1968.

_____. *Grid Systems*. Niederteufen, Suíça: Arthur Niggli, 1981.

_____. *Josef Müller-Brockmann: Pioneer of Swiss Graphic Design*. Lars Müller (org.). Baden, Suíça: Lars Müller, 1995.

ODERMATT, Siegfried; TISSI, Rosmarie. *Graphic Design*. Zurique: Waser, 1993.

PAPANEK, Victor. *Design for the Real World*. Nova York: Pantheon, 1970 [Londres: Thames & Hudson, 1995].

PIROVANO, Carlo. *Max Huber*. Milão: Electa, 1982.

ROTZLER, Willy. *Constructive Concepts*. Nova York: Rizzoli, 1989.

RUDER, Emil. *Typography: A Manual of Design*. Nova York: Hastings House, 1981. [Ed. esp.: *Manual de diseño tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.]

RUEGG, Ruedi. *Basic Typography: Design with Letters*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1989.

RYAN, David. *Letter Perfect: The Art of Modernist Typography, 1896-1953*. Petaluma, CA: Pomegranate, 2001.

SCHMID, Helmut. *The Road to Basel: Typographic Reflections*. Tóquio: Robundo Publishing, Inc., 1997.

SCHMID, Helmut. *Typography Today*. Tóquio: Seibundo Shinkosha, 1980.

STANKOWSKI, Anton. *Anton Stankowski: Art and Design, Photography*. Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen, 1991.

_____. *Bildpläne*. Stuttgart: Hatje Cantz, 1979.

_____. *Buchhandelsausg.* Stuttgart: Hatje Cantz, 1991.

_____. *Visual Presentation of Invisible Processes*. Teufen, Suíça: Arthur Niggli, 1966.

_____. *Works of Anton Stankowski: Exhibition, Sponsored by the Composing Room, Inc.* Nova York: The Gallery, 1964.

WINKLER, Dietmar (org.). *Jacqueline S. Casey 30 Years of Design at MIT*. Cambridge, MA: MIT Museum, 1992.

WICHMANN, Hans (org.). *Armin Hofmann: His Work, Quest and Philosophy*. Springer-Verlag, 1990.

WIRTH, Günther. *Formfinden: Anton Stankowski*. Stuttgart: Hatje Cantz, 1991.

ZAPF, Hermann. *Calligraphic Salutations: Hermann Zapf's Letterheadings to Paul Standard*. Rochester, NY: Rochester Institute of Technology, 1993.

_____. *Hermann Zapf: Ein Arbeitsbericht*. Hamburgo, Alemanha: Maxmillian-Gesellschaft, 1984.

_____. *Manuale Typographicum*. Cambridge, MA: MIT Press, 1954. [Frankfurt: Z-Press, 1968].

_____. *Typographic Variations: On Themes in Contemporary Book Design*. New Rochelle, NY: Myriade Press, 1978.

19 A ESCOLA DE NOVA YORK

BASS, Saul. *Saul Bass*. Tóquio: Ginza Graphic Gallery, 1993.

BURNS, Aaron. *Typography*. Nova York: Reinhold, 1961.
CARTER, Rob. *American Typography Today*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1989.

CHERMAYEFF, Ivan. *Ivan Chermayeff*. Tóquio: Ginza Graphic Gallery, 1994.

DOBROW, Larry. *Ivan Chermayeff: Collages, 1982-1995*. Washington, DC: Corcoran Museum of Art, 1995.

_____. *When Advertising Tried Harder*. Nova York: Friendly Press, 1984.
DRAPER, Robert. *Rolling Stone Magazine: The Uncensored History*. Nova York: Doubleday 1990.

HELLER, Steven. *Paul Rand*. Londres: Phaidon, 1999 [2000].

HIGGINS, Denis. *The Art of Writing Advertising: Conversations with William Bernbach*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 1990 [Nova York: McGraw-Hill, 2003].

HURLBURT, Allen. *Layout: The Design of the Printed Page*. Nova: Watson-Guptill, 1977. [Ed. bras.: *Layout: o design da página impressa*. Trad. Ednilson O. Conceição. São Paulo: Nobel, 1986.]

KAMAKURA, Yusaku (org.). *Paul Rand: His Work from 1946-1958*.

Nova York: Knopf, 1959.

LEE, Marshall (org.). *Books for Our Time*. Nova York: Oxford, 1951.

LEVENSON, Bob. *Bill Bernbach's Book: A History of the Advertising that Changed the History of Advertising*. Nova York: Villard Books, 1987.

LOIS, George. *§ellebrity: My Angling and Tangling with Famous People*. Londres: Phaidon, 2003.

_____; PITTS, Bill. *The Art of Advertising: George Lois on Mass Communications*. Nova York: Abrams, 1977.

MCLUHAN, Marshall. *Culture is our Business*. Nova York: McGraw-Hill, 1970.

_____. *From Cliche to Archetype*. Nova York: Viking Press, 1970.

_____. *The Mechanical Bride*. Nova York: Vanguard, 1951 [Berkeley, CA: Gingko Press, 2008].

_____. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Nova York: McGraw-Hill, 1964. [Ed. bras.: *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1996.]

_____. *Verbo-Voco-Visual Explorations*. Nova York: Something Else Press, 1967.

_____; FIORE, Quentin. *The Medium is the Massage*. Nova York: Bantam, 1967 [Londres: Penguin, 2008]. [Ed. bras.: *O meio são as massa-gens*. Trad. Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1970.]

NUNOO-QUARCOO, Franc. *Paul Rand: Modernist Design*. Baltimore:

Center for Art and Visual Culture, University of Maryland, 2003.

RAND, Paul. *Design Form and Chaos*. New Haven: Yale University Press, 1993.

_____. *From Lascaux to Brooklyn*. New Haven: Yale University Press, 1996.

_____. *Paul Rand: A Designer's Art*. New Haven: Yale University Press, 1985.

_____. *Thoughts on Design*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

RONDTHALER, Edward. *Life with Letters – As They Turned Photogenic*. Nova York: Hastings House, 1981.

SNYDER, Gertrude; PECKOLICK, Alan. *Herb Lubalin: Art Director, Graphic Designer, and Typographer*. Nova York: American Showcase, 1985.

THOMPSON, Bradbury. *The Art of Graphic Design*. New Haven: Yale University Press, 1988.

WOLF, Henry. *Visual Thinking: Methods for Making Images Memorable*. Nova York: Rizzoli, 1988.

WOODS, Gerald; THOMPSON, Philip; WILLIAMS, John. *Art Without Boundaries*. Londres: Thames & Hudson, 1972.

20 IDENTIDADE CORPORATIVA E SISTEMAS VISUAIS

AICHER, Otl. *World as Design*. Berlim: Ernst + Sohn, 1994. [Ed. esp.: *El mundo como proyecto*.

Barcelona: Gustavo Gili, 2005].

BASS, Saul et al. *Saul Bass and Associates*. Tóquio: Seibundo Shinkosha, 1978.

CELANT, Germano et al. *Design – Vignelli*. Nova York: Rizzoli, 1990.

CONSUÉGRA, David (org.). *ABC of World Trademarks*. Bogotá: Primera Editions, 1988.

GOLDEN, Cipe Pineles; WEIHS, Kurt; STRUNSKY, Robert (orgs.). *The Visual Craft of William Golden*. Nova York: Braziller, 1962.

HELMS, Janet Conradi. *A Historical Survey of Unimark International and Its Effect on Graphic Design in the United States*. Ames, IA: Iowa State University, 1988.

HERDEG, Walter. *Film & tv Graphics*. Zurique: Graphis Press, 1967.

_____. *Film & tv Graphics 2*. Zurique: Graphis Press, 1976.

HESS, Dick; MULLER, Marion. *Dorfsman and cbs*. Nova York: American Showcase, 1987.

IGARASHI, Takenobu (org.). *World Trademarks and Logotypes II*. Tóquio: Graphic-sha, 1987.

IINKAI, Kokomasu. *Corporate Design Systems: Identity through Design*. Nova York: PBC International, 1985.

NAPOLES, Veronica. *Corporate Identity Design*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1988.

ROSEN, Ben. *The Corporate Search for Visual Identification*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

ROTZLER, Willy. *Constructive Concepts*. Nova York: Rizzoli, 1977.

SCHMITTEL, Wolfgang. *Corporate Design International*. Zurique: ABC, 1984.

SHAPIRA, Nathan H. et al. *Design Process: Olivetti, 1908-1978*. Milão: Olivetti, 1979.

VIGNELLI, Massimo e Lella. *Design: Vignelli*. Nova York: Rizzoli, 1981.
YEW, Wei. *The Olympic Image: The First Hundred Years*. Edmonton, Alberta: Quon Editions, 1996.

21 A IMAGEM CONCEITUAL

ALCORN, John et al. *The Push Pin Style*. Palo Alto, CA: Communication Arts, 1970.
CENTRE NATIONAL D'ART ET DE CULTURE GEORGES POMPIDOU. *Culture et révolution: L’Affiche cubaine contemporaine: Exposition*. Paris: Centre Georges Pompidou, 1977.
CIESLEWICZ, Roman. *Posters: Collages*. Heidelberg, Alemanha: Braus, 1984.
CHWAST, Seymour. *The Left-Handed Designer*. Nova York: Abrams, 1985.
CZESTOCHOWSKI, Joseph S. *Contemporary Polish Posters*. Nova York: Dover, 1979.
DAVIS, Paul. *Faces*. Nova York: Friendly Press, 1985.
_____. *Paul Davis Posters and Paintings*. Nova York: Dutton, 1977.
GLASER, Milton. *Milton Glaser*. Tóquio: Ginza Graphie Gallery, 1995.
_____. *Milton Glaser: Graphic Design*. Woodstock, NY: Overlook Press, 1972.
_____. *The Milton Glaser Poster Book*. Nova York: Harmony Books, 1977.
GOINES, David Lance. *David Lance Goines: Posters 1970-1994*. Berkeley: Ten Speed Press, 1994.
HELLER, Steven. *Innovators of American Illustration*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1986.
HERRING, Jerry et al. *Design in Texas*. Houston: Graphic Design Press, 1986.
HORNIG, Norbert. *Leipziger Plakatkunst*. Leipzig: VEB E. A Seeman, 1985.
JACOBS, Karrie; HELLER, Steven. *Angry Graphics: Protest Posters of the Reagan/Bush Era*. Nova York: Peregrine Smith, 1992.
KIESER, Gunther. *Kieser, Plakate: Exchange*. Mainz, Alemanha: H. Schmidt, 1995.
_____. *Das zweite Gesicht: Plakate von Günther Kieser*. Mainz, Alemanha: H. Schmidt, 1989.
KOWALSKI, Tadeusz. *The Polish Film Poster*. Varsóvia: Filmowa Agencja Wydawnicza, 1957.
MARTIN, Susan (org.). *Decade of Protest: Political Posters from the United States, Vietnam, Cuba 1965-1975*. Santa Monica, CA: Smart Art Press, 1996.
MASSIN, Robert. *Letter and Image*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1970. [Ed. franc.: *La Lettre et l’image. La figuration dans l’alphabet latin du VIII^e siècle à nos jours*. Paris: Gallimard, 2003].
MCMULLAN, James. *Revealing Illustrations*. Nova York: Watson-Guptill, 1981.
PIERCE, Donald L., Jr. *100 Texas Posters*. Houston: Graphic Design Press, 1985.
RAMBOW, Gunther. *Plakate von Gunther Rambow im Museum Wiesbaden*. Wiesbaden, Alemanha: Museum Wiesbaden, 1988.
ROUARD-SNOWMAN, Margo. *Roman Cieslewicz*. Londres: Thames & Hudson, 1993.

STERMER, Dugald. *The Art of Revolution, Castro’s Cuba: 1959-1970*. Nova York: McGraw-Hill, 1970.
TESTA, Armando. *Armando Testa: 40 Years of Italian Creative Design*. Turim, Itália: Allemandi, 1987.
TOMASZEWSKI, Henryk. *Henryk Tomaszewski*. Tóquio: Ginza Graphic Gallery, 1992.
WESSELIUS, Jacqueline. *Grapus 85*. Utrecht, Holanda: Reflex Verlag, 1985.
WIECZOREK, Stanislaw. *Henryk Tomaszewski*. Varsóvia: Akademia Sztuk Pięknych, 1993.

22 VISÕES NACIONAIS EM UM DIÁLOGO GLOBAL

BROOS, Kees. *Design. Total Design*. Utrecht, Holanda: Reflex Verlag, 1983.
BRUINSMA, Max. *Beeld Tegen Bleed: Wild Plakken*. Utrecht, Holanda: Centraal Museum Utrecht, 1993.
FUKUDA, Shigeo. *Posters of Shigeo Fukuda*. Tóquio: Misumura Toshō Shuppan, 1982.
_____. *Visual Illusion*. Tóquio: Rikuyosha, 1982.
GAETAN-PICON, Genevieve et al. *L’Affiche japonaise*. Paris: Musée de l’Affiche, 1979.
GERKEN, Hanna. *Studio Dumber*. Mainz, Alemanha: Verlag Hermann Schmidt, 1993.
GIBBS, David (org.). *Pentagram: The Compendium; Thoughts, Essays and Work from the Pentagram Partners in London, New York and San Francisco*. Londres: Phaidon, 1993 [1998].
GORB, Peter (org.). *Living by Design: Pentagram*. Londres: Lund Humphries, 1978.
HEFTING, Paul; VAN GINKEL, Dirk. *Hard Werken Inizio: From Cultural Oasis to Multimedia*. Roterdã, 1995.
IGARASHI, Takenobu. *Igarashi Alphabets*. Zúrique: ABC Editions, 1987.
_____. *Rock, Scissors, Paper: Design, Influence, Concept Image*. Tóquio: Graphic-sha, 1991.
_____. *Seven Graphic Designers*. Tóquio: Graphic-sha, 1985.
_____. *Space Graphics*. Tóquio: Shoten Kenchiku-sha, 1983.
KAMEKURA, Yusaku et al. *The Works of Yusaku Kamekura*. Tóquio: Rikuyo-sha, 1983.
LUPTON, Ellen (org.). *Graphic Design and Typography in the Netherlands: A View of Recent Work*. Nova York: Cooper Union e Princeton Architectural Press, 1992.
MYERSON, Jeremy. *Beware Wet Paint: Designs by Alan Fletcher*. Londres: Phaidon, 1996 [2004].
NAGAI, Kazumasa. *The Works of Kazumasa Nagai*. Tóquio: Kodansha, 1985.
SHIBATA, Kaori; HACHIGA, Toru (orgs.). *New Typo Graphics*. Tóquio: P-I-E Books, 1993.
SPARKE, Penny. *Modern Japanese Design*. Nova York: Dutton, 1987.
STAAL, Gert; WOLTERS, Hester. *Holland in Vorm: Dutch Design 1945-1987*. Haia: Stichting Holland in Vorm, 1987.
TADASHI, Masuda. *Works of the Masuda Tadashi Design Institute*. Tóquio: Seibundo Shinkosha, 1966.

TANAKA, Ikko. *Ikko Tanaka*. Tóquio: Ginza Graphic Gallery, 1993.
_____. *Posters of Ikko Tanaka*. Tóquio: Kodansha, 1981.
_____. *The Work of Ikko Tanaka*. Kyoto: Shinshindo, 1975.
TANIKAWA, Koichi. *100 Posters of Tadenori Yokoo*. Tóquio: Kodansha, 1978.
THORNTON, Richard S. *The Graphic Spirit of Japan*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
WALDMANN, Genevieve. *The Activities of Pieter Brattinga*. Tóquio: Kodansha, 1989.
YELAVICH, Susan (org.). *Profile: Pentagram Design*. Londres: Phaidon, 2004.
YOKOO, Tadanori. *The Complete Tadanori Yokoo*. Tóquio: Kodansha, 1991.
_____. *Tadanori Yokoo*. Woodbury, NY: Barron’s, 1977.

23 O DESIGN PÓS-MODERNO

ALDERSEY-WILLIAMS, Hugh. *New American Design*. Nova York: Rizzoli, 1988.
BERTENS, Hans. *The Idea of the Postmodern*. Londres: Routledge, 1995.
BRANZI, Andrea. *The Hot House: Italian New Wave Design*. Cambridge, MA: MIT Press, 1984.
BRODY, Neville. *The Graphic Language of Neville Brody*. Nova York: Rizzoli, 1988 [Londres: Thames & Hudson, 1995].
ELAM, Kimberly. *Expressive Typography*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1990.
FRIEDMAN, Dan. *Dan Friedman: Radical Modernism*. New Haven: Yale University Press, 1994 [1997].
HIEBERT, Kenneth J. *Graphic Design Processes: Universal to Unique*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1992.
HORN, Richard. *Memphis*. Filadélfia: Running Press, 1985.
LEVIN, Kim. *Beyond Modernism*. Nova York: Harper and Row, 1988.
LUPTON, Ellen. *Mixing Messages: Graphic Design in Contemporary Culture*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1997.
_____; MILLER, J. Abbott. *Design Writing Research*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996 [Nova York: Phaidon, 1999].
POYNOR, Rick. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. Londres: Laurence King, 2003. [Ed. esp.: *No mas normas: Diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.]
RADICE, Barbara. *Memphis: Research, Experiences, Results, Failures, and Successes of the New Design*. Nova York: Rizzoli, 1984 [Londres: Thames & Hudson, 1994].
SOTTSASS, Ettore et al. *Sotssass Associati*. Nova York: Rizzoli, 1988.
SPARKE, Penny. *As Long as It’s Pink: The Sexual Politics of Taste*. Londres; San Francisco: Pandora, 1995.
_____. *Italian Design: 1870 to the Present*. Londres: Thames & Hudson, 1988.
STONE, Allucquère Rosanne. *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge, MA: MIT Press, 1995 [1996].
THACKARA, John (org.). *Design After Modernism*. Londres: Thames & Hudson, 1988 [1989].

VENTURI, Robert; BROWN; Denise Scott; IZENOUR, Steven. *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, MA: MIT Press, 1977. [Ed. bras.: *Aprendendo com Las Vegas*. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2003.]
WEINGART, Wolfgang. *Weingart: Typography: My Way to Typography*. Suíça: Lars Müller, 2000.
WOZENCROFT, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Nova York: Rizzoli, 1988.
_____. *The Graphic Language of Neville Brody 2*. Nova York: Rizzoli, 1994.

24 A REVOLUÇÃO DIGITAL E O FUTURO

ADOBE SYSTEMS INCORPORATED. *Adobe Type 1 Font Format*. Mountain View, CA: Adobe Systems, 1990 [2009].
ALDERSEY-WILLIAMS, Hugh et al. *Cranbrook Design: The New Discourse*. Nova York: Rizzoli, 1990.
APELOIG, Philippe. *Inside the Word*. Baden: Lars Müller, 2001.
BEEKE, Anthon. *Dutch Posters 1960-1996: A Selection by Anthon Beeke*. Amsterdã: BIS, 1997.
BIERUT, Michael; DRENTTEL, William; HELLER, Steven; HOLLAND, D. K. (orgs.). *Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design*. Nova York: Allworth Press, 1997.
BLACKWELL, Lewis; CARSON, David. *The End of Print: The Graphic Design of David Carson*. San Francisco: Chronicle Books, 1995.
BOS, Ben; VAN LIER, Frans. *De Appels van Jan Bons: Affices voor Toneelgroep de Appel*. Hoorn, Holanda: Affichemuseum, 2004.
CODRINGTON, Andrea. *Kyle Cooper*. Londres: Laurence King, 2003.
ESCHER, Gielijn. *Affiches Posters Plakate*. Amsterdã: Stichting Prent & Publiciteit-Nederlands Reclamearchief, 1996.
FIEL, Charlotte e Peter. *Graphic Design for the 21st Century: 100 of the World’s Best Graphic Designers*. Colônia: Taschen, 2003.
GIBBS, David (org.). *The Compendium: Pentagram*. Londres: Phaidon, 1993.
GREIMAN, April. *Hybrid Imagery: The Fusion of Technology and Graphic Design*. Nova York: Watson-Guptill, 1990.
HALL, Peter. *Sagmeister: Made You Look*. Londres: Booth-Clibborn Editions, 2001. Nova York: Harry N. Abrams Inc., 2009.
HELLER, Steven; ILIĆ, Mirko. *Genius Moves: 100 Icons of Graphic Design*. Cincinnati, OH: North Light Books, 2001.
VAN HINTE, Ed; SCHWARTZ, Ineke; STALL, Gert. *Thonik*. Amsterdã: BIS, 2001.
HOFFLAND, H. J. A. et al. *Grafische Verleiders: Affiches Van ptt 1920-Heden*. Zwolle, Holanda: Uitgeverij Waanders b.v., 1998.
KATH, Gitte. *40 Plakater*. Kolding, Dinamarca: Jørn Thomsen Offset, 2000.
LIČKO, Zuzana; VANDERLANS, Rudy; GRAY, Mary E. *Emigre: Graphic Design in the Digital Realm*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1993.
MATSUNAGA, Shin. *Shin Matsunaga*. Design World. Karuizawa, Japão: Sezon Museum of Art, 1997.
MCLUHAN, Eric. Introdução para *Trek: David Carson – Recent Works*. Ensaios de Drew Kampion and Jamie Brisick. Corte Madera, CA: Gingko Press, 2003.

MEGGS, Philip B.; CARSON, David. *Fotografiks*. Londres: Laurence King, 1999.

MILLER, J. Abbott. *Dimensional Typography: Word in Space*. Nova York: Princeton Architectural Press, 1997.

MOK, Clement. *Designing Business: Multiple Media, Multiple Disciplines*. San Jose, CA: Adobe Press, 1996.

_____. (org.). *Graphis New Media*. Nova York: Graphis, 1996.

POYNOR, Rick. *The Graphic Edge*. Londres: Booth-Clibborn Editions, 1993.

_____.; BOOTH-CLIBBORN, Edward. *Typography Now: The Next Wave*. Londres: Internos Books, 1991.

SMEIJERS, Fred. *Counterpunch: Making Type in the 16th Century Designing Typefaces Now*. Londres: Hyphen Press, 1996 [Nova York: Chronicle Books, 1997].

STAAL, Gert et al. (orgs.). *Dietwee: New Dutch Graphic Design*. Amsterdã: BIS, 2002.

STONE, Sumner. *On Stone: The Art and Use of Typography on the Personal Computer*. San Francisco: Bedford Arts, 1991.

TRULOVE, James (org.). *New Design*: Berlin: The Edge of Graphic Design. Gloucester, MA: Rockport, 2000.

VIENNE, Véronique. *Chip Kidd*. New Haven: Yale University Press, 2003.

WALLIS, Lawrence W. *The Modern Encyclopedia of Typefaces: 1960-1990*. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1990.

WHITE, Jan V. *Graphic Design for the Electronic Age*. Nova York: Watson-Guptill, 1988.

WURMAN, Richard Saul. *Information Anxiety*. Nova York: Doubleday, 1989. [Ed. bras.: *Ansiedade de informação*. Trad. Virgilio Freire. São Paulo: Cultura, 1991.]

_____. et al. *Information Architects*. Ed. Peter Bradford. Zurique: Graphis, 1996.

ZAPF, Hermann; DREYFUS, John. *Classical Typography in the Computer Age*. Los Angeles: University of California Press, 1991.

PESQUISAS GERAIS

BARNICOAT, John. *A Concise History of the Poster*. Londres: Thames & Hudson, 1972.

BERRY, W. Turner; JOHNSON, A. F.; JASPERT, W. P. *The Encyclopaedia of Type Faces*. Londres: Blandford, 1958.

BETTLEY, James (org.). *The Art of the Book: From Medieval Manuscript to Graphic Novel*. Londres: V & A Publications, 2001.

BLACKWELL, Lewis. *20th Century Type*. Nova York: Rizzoli, 1992 [New Haven: Yale University Press, 2004]. [Ed. esp.: *Tipografia del siglo xx*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.]

BOOTH-CLIBBORN, Edward; BARONI, Daniele. *The Language of Graphics*. Nova York: Abrams, 1980.

BURKE, Christopher. *Paul Renner: The Art of Typography*. Londres: Hyphen Press, 1998 [Nova York: Princeton Architectural Press, 2008].

GALLO, Max. *The Poster in History*. Nova York: American Heritage, 1974 [Nova York: ww Norton, 2001].

GARNER, Anne (org.). *The 1325 Greatest Moments in the History of Graphic Design (so far)*. Bozeman: Montana State University, 1987.

GLAISTER, Geoffrey Ashall. *Encyclopedia of the Book*. New Castle, DE: Oak Knoll, 1996.

GOTTSHALL, Edward M. *Typographic Communications Today*. Cambridge, MA: MIT Press, 1989.

GRESS, Edmund G. *The Art and Practice of Typography*. Nova York: Oswald, 1917.

HELLER, Steven; CHWAST, Seymour. *Graphic Style from Victorian to Post-Modern*. Nova York: Abrams, 1988 [From Victorian to The Digital Age. San Francisco: Chronicle Books, 1999].

HELLER, Steven. *Merz to Emigre and Beyond: Avant-Garde Magazine Design of the Twentieth Century*. Londres: Phaidon, 2003.

_____.; MEGGS, Philip B. (orgs.). *Texts on Type: Critical Writings on Typography*. Nova York: Allworth Press, 2001.

HELLIER, Bevis. *Posters*. Nova York: Stein and Day, 1969.

HOLLIS, Richard. *Graphic Design: A Concise History*. Londres: Thames & Hudson, 1994 [2001]. [Ed. bras.: *Design gráfico: uma história concisa*. Trad. Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2001.]

KEPES, Gyorgy. *Language of Vision*. Chicago: Paul Theobald and Co., 1944 [Nova York: Dover, 1995].

LEWIS, John. *Anatomy of Printing*. Londres: Faber & Faber, 1970.

LIVINGSTON, Alan and Isabella. *The Thames & Hudson Dictionary of Graphic Design and Designers*. Londres: Thames & Hudson, 2003.

MALHOTRA, Ruth et al. *Das frühe Plakat in Europa un den USA*. Berlim: Gebr. Mann Verlag, 1973. v. I-III.

MEGGS, Philip B. Apresentação do livro *Six Chapters in Design*. Textos de Louis Dorfsman, Martin Scorsese, Henry Wolf, Milton Glaser, Tadanori Yokoo, Yusaku Kamekura, Takahashi Mutsuo e Shoji Katagishi. San Francisco: Chronicle Books, 1997.

MILLER, R. Craig. *Introduction to U.S. Design: 1975-2000*. Munique, Londres e Nova York: Prestel-Verlag, 2001.

MORAN, James (org.). *Printing in the 20th Century*. Nova York: Hastings House, 1974.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. *A History of Visual Communications*. Nova York: Hastings House, 1967. [Ed. esp.: *Historia de la comunicacion visual*. Gustavo Gili, 2005.]

_____.; MÜLLER-BROCKMANN, Shizuka. *History of the Poster*. Zurique: ABC Editions, 1971.

OLMERT, Michael. *The Smithsonian Book of Books*. Washington, DC: The Smithsonian Institution, 1992.

PITZ, Henry C. *Two Hundred Years of American Illustration*. Nova York: Random House, 1977.

POLANO, Sergio; VETTA, Pierpaolo. *ABC of 20th-Century Graphics*. Milão: Electa, 2002 [2003].

POYNOR, Rick. *Typographica*. Londres: Laurence King, 2001 [2005].

PURVIS, Alston W.; LE COULTRE, Martijn F. *Graphic Design 20th Century*. Nova York: Princeton Architectural Press, 2003.

SCHIPPERS, Inleiding K. *Marten Jongema*. Amsterdã: SSP, 1994.

SPARKE, Penny. *Design Source Book*. Secaucus, NJ: Chartwell, 1986.

_____. *An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century*. Londres; Boston: Allen & Unwin, 1986.

UPDIKE, Daniel Berkeley. *Printing Types: Their History Forms, and Use*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1937 [Nova York: Dover, 1980].

WREDE, Stuart. *The Modern Poster*. Nova York: Museum of Modern Art, 1988 [Nova York: Harry N. Abrams Inc., 1991].

WEILL, Alain. *Graphic Design: A History*. Nova York: Harry N. Abrams, 2004.

_____. *The Poster: A Worldwide Survey and History*. Boston: G. K. Halls Co., 1985.

PRINCIPAIS PERIÓDICOS

ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES, n. 1-68, Paris, Arts et métiers graphiques, 1927-1939.

ARS TYPOGRAPHICA, v. 1-3, Douglas C. McMurtrie (org.), Nova York, Douglas C. McMurtne, 1981-1931.

BAUHAUS JOURNAL, n. 1-15, Dessau, Alemanha, 1926-1931.

THE CENTURY GUILD HOBBY HORSE, Arthur H. Mackmurdo (org.), Londres, 1884-1888.

COMMUNICATION ARTS, v. 1, n. 1, 1959; v. 39, n. 3, 1997.

DE STIJL. v. I-VIII, Theo van Doesburg (org.), 1917-1931. Reimpressão: Amsterdã, Athenaeum, 1968.

DESIGN ISSUES, v. 1, n. 1, 1984-v. 13, n. 2, 1997.

THE DOLPHIN, v. I-IV, Nova York, Limited Editions Club, 1933-1941.

THE FLEURON: A JOURNAL OF TYPOGRAPHY, n. 1-7, Stanley Morison (org.), Londres, The University Press (Cambridge), 1923-1930. Reimpressão: Westport, CT Greenwood, 1970.

GRAPHIS, v. 1, n. 1, 1944-v. 53, n. 303, 1996.

JOURNAL OF THE ULM SCHOOL OF DESIGN, n. 1-21, Ulm, Alemanha, 1958-1968.

JUGEND, Munique, 1896-1910.

NEUE GRAFIK (NEW GRAPHIC DESIGN), Richard P. Louse, Josef Müller-Brockmann, Hans Neuberg e Carlo L. Vivarelli (orgs.), n. 1-16, Zurique, 1959-1963.

NOVUM GEBRAUCHSGRAPHIK (EX-GEBRAUCHSGRAPHIK), v. 1, n. 1, 1925; v. 68, n. 2, 1998.

PRINT, v. 1, n. 1, 1940-v. 52, n. 2, 1998.

THE STUDIO, Londres, 1893-1900.

VAN NU EN STRAKS, Bruxelas e Antuérpia, 1892-1901.

VER SACRUM, ORGAN DER VEREINIGUNG BILDENDER KÜNSTLER ÖSTERREICHS, v. 1-16, Viena, 1898-1903.

VISIBLE LANGUAGE (ex-Journal of Typographic Research), v. 1, n. 1, 1967; v. 31, n. 1, 1997.

Índice remissivo

A

ABC (American Broadcasting Company). *Ver* American Broadcasting Company (ABC)

Abedini, Reza 656

aberturas de filmes, revolução digital 658. *Ver também filmes específicos*

Absurd a.b.c. (Crane) 206

Academia de Arte de Weimar 403

Acier Noir (tipos) 362, 366

Adams, Joseph A. 208

Adamson, Robert 192-93

adaptação acrofônica 36

Adigard, Erik 637, 659

Adkinson, Bill 627, 644

Adler, Mortimer 449

Adobe Garamond (tipo) 639

Adobe Jenson (tipo) 639

Adobe Photoshop 633

Adobe Systems 627-28, 638

Adolfo de Mainz (arcebispo) 104

Adolfo de Nassau 104

Aerosmith 650

África

- cubismo 315
- revolução digital 658

afro-americanos 526

Agha, Mehemed Fehmy 438-39, 441, 500

A Gaiety Girl (Uma garota da alegria, Hardy) 346

Agostinho, Santo 122, 126

Ahiram (rei de Biblos) 37

Aicher, Otl 465, 499, 539, 541-43

AIGA (American Institute of Graphic Arts). *Ver* American Institute of Graphic Arts (AIGA)

Akzidenz Grotesk (tipo) 299-300, 465, 468-69, 480

Alabama Blues (cartaz de concerto) 568-569

Albers, Josef 410, 464, 490, 498-99, 528-29

Albert (marido da rainha Vitória) 196

Álbum de oito folhas (Li Fangying) 54

Alcorn, John 511

Aldus (computador) 627-628

Alemanha. *Ver também*

- fascismo; Primeira Guerra Mundial; Segunda Guerra Mundial
- Alemaida nazista 330, 332, 358, 413, 420, 429, 443, 445
- art nouveau* 278-80
- construtivismo 376-77
- expressionismo 338
- Jogos Olímpicos 541-45
- modernismo figurativo 346-50, 356-57, 370-71
- movimento *arts and crafts* 236
- Renascimento 115
- visão nacional 578

Alexandre o Grande 42

Alexey Brodovitch (Purcell) 665-67

alfabetização

- crescimento da 212
- impressão 135
- perspectiva histórica 34-35

alfabeto árabe e semítico 36-38

alfabeto aramaico 37-39

alfabeto coreano 48

alfabeto em caixa-baixa, minúscula carolíngia 73

alfabeto fenício, 36-39

alfabeto grego 39-43, 77

alfabeto hebraico 37

alfabeto latino 43-47

Alfabetos 34-49

- alfabeto aramaico 37-39
- alfabeto coreano 47-48
- alfabeto grego 39-43
- alfabeto latino 43-47
- definição 34
- hieróglifos (Egito antigo) 25
- pictografias cretenses 35-36
- semitico setentrional 36-37

Alfred A. Knopf (editor) 238,

436, 657

Ali, Muhammad 521

Alice no país das maravilhas (Carroll) 322

Allen & Ginter Company 202

Allen, Greer 499

Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft (AEG, companhia de eletricidade) 279, 298, 303-07

Almeida Herrera, Luis 672

Alpha Cubic Co., Ltd. (cartaz) 650

Also Sprach Zarathustra (Assim falava Zaratustra, Nietzsche) 272, 274

Alt, George 111-12

Altamira (Espanha) 19

Altmann, Andrew 660

alto modernismo 601

Alvise, Alberto 129-30

Alvise, Giovanni 129

América colonial 150

American Broadcasting Company (ABC) 531

American Film Institute 533

American Institute of Graphic Arts (AIGA) 488-89, 538

cartaz do (1968, Paul Rand) 488; (2002, Lévy) 653

American Telephone and Telegraph (AT&T, empresa) 533-34

American Type Founders Company 184, 214, 238, 241, 268, 350

“America’s answer! Production!” (cartaz) 445

Amman, Jost 98

An Alphabet (Um alfabeto, Nicholson) 347

analfabetismo *Ver* alfabetização

Anatomy for Interior Designers (Anatomia para designers de interiores) 491

Anderson, Charles S. 621-22, 648

Anderson, Gail 636

Andriessen, Marc 646

Anna Christie (O’Neill) 560-61

Anspach Grossman Portugal, Inc. 610

Anton Schöb (gráfica) 603-04

Apeloig, Philippe 655

Apicella, Lorenzo 661

Apollinaire, Guillaume 322-23, 335, 499, 666-67

Apple (computer) 627-28, 647

Applegath, Ambrose 182

Apsbach, Judocus Ott Von 99

aquarela 553, 560

Aragon, Louis 335

Arbus, Allen 502

Archer, Frederick 189

Architectural Forum (periódico) 443

Ariette, mise en musique (Ariette, método de música) 155

Aristófanos 256

Aristóteles 42, 131, 136, 185

Armitage, Merle 436-37

Armory Show (cidade de Nova York, 1913) 359, 435

Armstrong, Frank 666

Arnot, Paul 666

Arntz, Gerd 423-24

Arp, Jean 325, 337, 379, 499

arquitetura da informação 647

arquitetura. *Ver também*

- arquitetos específicos; Bauhaus;
- Bauhaus 409-14
- construtivismo 394-395
- design pós-moderno 601-02, 614
- estilos em 286

Arrighi, Lodovico 135

Ars Memorandi per Figuras Evangelistarum (Livro de figuras religiosas notáveis) 94, 96

Ars Moriendi (Arte de morrer, Alvise) 129-30

ars moriendi (manual sobre a “arte de morrer”) 93-94

Ars Typographica (periódico) 238

Art Deco (Hillier, livro) 560

art déco, modernismo figurativo 358-371

art nouveau 243-85

Alemanha 278-80

Bélgica 270-73

Estados Unidos 265-70

França 250-54, 258-64

Holanda 275-77

imagem conceitual 566

Inglaterra 254-58

Itália 280-283

movimento *ukiyo-e* 244-48

visão geral 248-50

arte concreta 464-65, 602

arte moderna 314-43. *Ver também* movimento modernista nos Estados Unidos; modernismo figurativo; design do século xx

cubismo 315-17

movimento dadaísta 324-35

expressionismo 338-40

futurismo 317-24

fotografia 340-43

mudança social 314-15

surrealismo 335-37

arte pop 507, 519, 548, 556, 566-67, 584, 587, 601

Artes de México (revista) 672

ARTnews (periódico) 494

arts and crafts 206, 214, 215-242, 302

art nouveau 219-20, 230-31, 233, 248-50, 264

Century Guild 219-22

Kelmscott Press 222-26

movimento da imprensa particular 227-31

visão geral 215-19

Asaba, Katsumi 657

A Season in Hell (Uma temporada no inferno, Rimbaud) 490

ascendentes (definição de) 66

A Scene in Shantytown (Uma cena na periferia, fotografia impressa) 191

Ashbee, Charles R. 227-28

Ashdene Press 229-30

Aspalta (rei da Etiópia), sarcófago de 28-29

AT&T 533-34

Atherton, John 445-46

ativismo social

- imagem conceitual 565-68, 574-76
- revolução digital 658-69

Atlas 455-57

Auerbach, Johannes 404

Aufuldish, Bob 646-47

Augereau, Antoine 143

August, J. R. C. 511

Aureum Opus (Grandes obras) 124

Auriol, Georges 258, 264

Avant Garde (revista) 516-17

Avedon, Richard 450

Ayer, N. W. 212, 444

Azuka (Livro do alfabeto) 385

B

Babilônia, escrita 25-25

Bagazh (Bagagem) 388

Ball, Hugo 325, 327

Balla, Giacomo 323-34

Ballmer, Théo 464

baralhos, impressão xilográfica 91-92

Barbou, Jean Gerard 155-56

Barbou, Jean Joseph 155-56, 163

Barnbrook, Jonathan 640

Barr Exhibits, prospecto da 616

Barry, Charles 197

Baseline International Typographics Journal 666

Basileia, Suíça. *Ver também* Suíça

Estilo Tipográfico

Internacional 463, 471-80

Renascimento 145-49

Baskerville (fontes) 159-61, 164, 168

Baskerville, John 158-61, 163-65, 181, 641

Bass, Saul 494-96, 529, 533-34

batique 276

Batista, Fulgêncio 575

Bauhaus (revista) 409-10, 413

Bauhaus (Wingler) 534

Bauhaus 272, 301, 340, 359,

377, 402-34, 437, 442-44, 447-49, 463-66, 498. *Ver também* Nova Bauhaus (Instituto de Design, Chicago, Illinois)

anos finais 412-14

arquitetura 402-03, 409-11

Holanda 425-32

mapas 425

Moholy-Nagy, László 405-08

movimento Isotipo 423-24

período em Dessau 409-12, 447

Japão 583

período em Weimar 403-05

tipografia 404-06, 409, 411-23

visão geral 402-03

Baumberger, Otto 351

Bayer, Herbert 405-06, 409-14, 422, 428, 443-44, 447-50, 456-57, 531, 605

BBDO Advertising 526

Beach Culture 634

Beall, Lester 436-38, 499, 529, 631-32

Beardsley, Aubrey 254-56, 258, 261, 266-67, 286

Beaton, Cecil 441

Beatus (monge) 75-77

Beck, Henry C. 425

Beeke, Anthon 594-95, 669

Beekers, Frank 598-99

Beggstaff, irmãos 344-46, 348, 356

Behne, Adolph 396

Behrens, Peter 278-80, 298-305, 307-08, 372, 403, 444, 523

“Béi biélakh krasnâm klínom” (cartaz) 376

Beilby, Ralph 168

Bélgica, *art nouveau* 270-73

Beltrán, Félix 575, 671-72

Bembo, Pietro 132

Ben Simeon, Joel 80

Benton, Morris F. 241-42

Berg, Alban 552

Berg, John 564

Berkeley Free Press 567

Berlewi, Henryk 398

Bernard, Pierre 571

Bernbach, Bill 487, 507-08, 519-20

Berners-Lee, Tim 645

Bernhard Fashion (tipo) 621

Bernhard, Karl 307

Bernhard, Lucian 346-49, 352, 356, 371

Bernhardt, Sarah 193, 251, 262-64

Berté, Jim 544

Berthold (fundição de tipos) 299-300

Berthold, Hermann 165

Besley, Robert 178

Better Living (revista) 201

betume da Judeia 185

“Between the Wars” (cartaz) 498

Beware Wet Paint: Designs by Alan Fletcher (Cuidado com a tinta fresca: designs de Alan Fletcher, Fletcher) 580

Bewick, Thomas 168-69, 190

Bézier, Pierre 628

Bi Sheng 60-62

Bíblia 97, 100-01, 136-37

Bíblia Pauperum (Bíblia dos Pobres) 94-95

Bíblia Políglota 124, 149

Bicentenário da Independência Americana 533

Bickham, George (o velho) 157-58

Bierut, Michael 668-69

Bifur (tipo) 362, 366

Big Caslon (tipo) 641-42

Bigg, Chris 660

Bill, Max 464-66

Billboard (revista) 643

Binder, Joseph 368, 370, 441-42, 445-46, 453-54

Bing, Samuel 248, 262

Black and White (revista) 288

Blake, Robert 167

Blake, William 167-68, 179, 250

Blashill, Pat 634

Boccaccio, Giovanni 109

Boccioni, Umberto 323

Bodoni, Giambattista 161, 163-67, 169, 181, 208, 241, 420, 580

Bohm, Adolf 292

Bolonha, Francesco da 131

Bonnell, Bill 613

Book of Common Prayer (Livro de oração comum) 216

Book of Durrow (Livro de Durrow) 67-68, 71

Booklet Press 237

Bosse, Abraham 150-51

Botticelli, Sandro 254

Bouche, René 525

Bowles, J. M. 239

Bowyer, William 158

Boydell, John 168

Boydell, Josiah 168

Brade, Helmut 548

Bradley, William H. 265-69, 556

Bradley: His Book (Bradley: seu livro) 267-68

Brady, Matthew 190-91, 194-95

Brain (revista) (Japão) 582, 584

Brainerd, Paul 628-29

Braque, Georges 315-17

Brattinga, Pieter 499, 591-92

Braun, Lily 277-78

Breidenbach, Bernardus de 109

Breton, André 334-36, 340

Breuer, Marcel 410, 413, 443, 528

Reviário estatístico 162

Brocar, Arnaldo Guillén de 124

Brodovitch, Alexey 438, 440, 444, 450-51, 499-503, 569

Brody, Neville 622-24

Brook (tipo) 231

Broom (revista) 378, 407

Brown, Ford Madox 218

Brown, Jim 509

Brownjohn, Chermayeff & Geismar 497

Brownjohn, Robert 497-98

Bruant, Aristide 260

Brucz, Stanley 398

Bruguière, Francis 340-41

Brusse, J. 233

Brusse, W. L. 233

<i>Bucolica, Georgica et Aeneis</i> (Pastorais, Geórgicas e Eneida) 160, 167	Cantor, Fredrich 611	construtivismo 374, 376-80, 383-87, 391	catálogos	Charles S. Anderson Design Company 621-22, 648	<i>City</i> (revista) 507	<i>Compositie met rood, geel en blauw</i> (Composição com vermelho, amarelo e azul, Mondrian) 390	Cranbrook Academy of Art (Michigan) 632	Daguerre, Louis Jacques 185-89	(Tratado sobre as proporções humanas) 116-17
budismo, impressão chinesa 58	capas de discos 492, 498, 511, 556, 558-59, 561, 564	Escola de Glasgow 286-87	Estilo Tipográfico Internacional 475	<i>Charm</i> (revista) 500	Clarendon (estilo) 178	vermelho, amarelo e azul, Mondrian) 390	Crane, Stephen 514	daguerreótipos 186-89	De Vinne, Theodore Low 212
Buechler, Robert 668	capas de livros, design de revolução digital 657-63	Escola de Nova York 488-89, 495-97, 500-01, 509, 511-13, 517, 519	movimento modernista nos Estados Unidos 453-55	Chase Manhattan Bank 532-33	Clark Taber & Company 204	computador, origens do design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Crane, Walter 206-07, 221-24, 226, 254-55, 294-95	<i>Daily Herald</i> (cartaz) 359	<i>De vrouwen kwestie, haar historische ontwikkeling en haar economische kant</i> (A questão da mulher, seu desenvolvimento histórico e seu lado econômico, Braun) 277-78
Bulmer, William 168-69, 181	design retrô 616-22	517, 519	Estados Unidos 453-55	Chaucer (tipo) 223	Cleland, Thomas Maitland 242	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Cranmer, Thomas 227	Dali, Salvador 337, 440	<i>historische ontwikkeling en haar economische kant</i> (A questão da mulher, seu desenvolvimento histórico e seu lado econômico, Braun) 277-78
Burgess, Arthur 221	Capiello, Leonetto 282-83	Caxton, William 121-22, 223	Estados Unidos 453-55	Chaucer, Geoffrey 122, 224-25, 237	Cleópatra (rainha do Egito) 27	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Cremers, Marie 235	Danziger, Lou 562-63	<i>Das Leben der Maria</i> (A vida da Virgem) 115-16
Burlington Industries 533	<i>capitalis quadrata</i> (capitular ou versal quadrada) alfabeto latino 45-46	cbs (Columbia Broadcasting System) 524-27, 620	Estados Unidos 453-55	“regular”), caligrafia chinesa 53	Cleveland, Grover 199	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Crescente Fértil 20-21	<i>Das Leben der Maria</i> (A vida da Virgem) 115-16	<i>Das Veltgebaude</i> (A criação do mundo, Moholy-Nagy) 408
Búrliuk, David 373-74	<i>capitalis rustica</i> (capitulares ou versais rústicas), alfabeto latino 46	cd-rom, tecnologia do, revolução digital 644-45	Estados Unidos 453-55	<i>Cheops</i> (Quéops, Leopold) 235-36	Clube da Arte da Publicidade Japonesa 581	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	crisitanismo 47. <i>Ver também</i> Islã; religião	<i>Das Veltgebaude</i> (A criação do mundo, Moholy-Nagy) 408	David, Jacques Louis 166
Búrliuk, Vladímír 373-74	<i>capitalis rustica</i> (capitulares ou versais rústicas), alfabeto latino 46	cd-rom, tecnologia do, revolução digital 644-45	Estados Unidos 453-55	Chérét, Jules 250-54, 258, 262, 280	Cobden-Sanderson, T. J. 227, 229	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Islã; religião	David, Jacques Louis 166	De Zilverdistel (O cardo de prata, imprensa) 235-36
Burne-Jones, Edward 217-18, 224	capitalismo, Revolução Industrial 175	celta, design de livros manuscritos ilustrados 67-73	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Ivan 497-98	Coburn, Alvin Langdon 340-41	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	manuscritos ilustrados 65-68, 75-77	Davida Bold (tipo) 513	Dead History (tipo) 640
Burnett, Leo 650	capitalismo, Revolução Industrial 175	censura	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Serge 497	Coburn, Ralph 482	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Renascimento 131	Davis, Paul 560-61	decalques (impressão chinesa) 57
Burns, Aaron 517	capitulares, Renascimento francês 138-41	colônias americanas 158	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Ivan 497-98	código	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	(Organização Europeia para Pesquisa Nuclear, CERN, Genebra, Suíça) 645	Daye, Matthew 150	Deck, Barry 640
“Büro” (cartaz) 464	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Ivan 497-98	alfabeto latino 47	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Genebra, Suíça) 645	Daye, Stephen 150	Degas, Edgar 258
Burtin, Will 443	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Ivan 497-98	manuscritos ilustrados 65	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	<i>De Aetna</i> (Sobre o Etna, Bembo) 132, 134	Degas, Edgar 258
Burton, Philip 499	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chermayeff, Serge 497	Código de Hamurabi 23	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Roma) 47	<i>De Aetna</i> (Sobre o Etna, Bembo) 132, 134	<i>Deirdre & de zonen van Usnach</i> (Deirdre e os filhos de Usnach, Hoist) 233
bustrofedon 40	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chevreur, Michel Eugène 193-94	Cohen, Henry 571-72	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Bretteville, Sheila 499	<i>Deirdre & de zonen van Usnach</i> (Deirdre e os filhos de Usnach, Hoist) 233
<i>Byrdmanix</i> (capa de disco) 564	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chervreul, Michel Eugène 193-94	Coiner, Charles 444-45	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Civitate Dei (A cidade de Deus) 126	Delessert, Etienne 516
Byrne, David 639, 650	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chi-Rô 70-71	Colin, Paul 367-68, 579-80	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Groot, J. H. 276	Delftsche Slaolie (Óleo de salada Delft, cartaz) 277
Byrne, Oliver 216	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	<i>chiaku-wen</i> (grafia “carne e casco”), caligrafia chinesa 51	Colines, Simon de 136-39, 142-44, 149	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Groot, Jacoba M. 276	<i>Délire à deux</i> (Delírio a dois, Ionesco) 571-72
C	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	“Chimney Sweeper” (Varredor de chaminés, Matter) 453	<i>Collage avec carrés disposes selon les lois du hasard</i> (Quadrados organizados de acordo com leis do acaso, Arp) 337	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Harak, Rudolph 480-81, 499	democracia 42
Cadmo (rei da Fenícia) 40	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	<i>chin-wen</i> (ou grafia de “bronze”), caligrafia chinesa 52	<i>Collier’s</i> (revista) 184, 269	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Jong & Co., impressores 592	Department of Defense Advanced Research Projects Agency (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa, DARPA, Estados Unidos) 645
Café de Unie (Roterdã, Oud) 393, 395	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	China 51-62	colofão, manuscritos ilustrados 64	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Jong & Co., impressores 592	Der Ackerman aus Böhmen (A morte e o lavrador, von Tepl) 107
Cafilisch script (tipo) 639	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	China Club, convite do 610	colônias norte-americanas 150-52	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Kunera Pers (Imprensa Kunera) 236	Der Blaue Reiter (O Cavaleiro Azul) 338-39, 404
Caldecott, Randolph 206	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chirico, Giogio de 336	Columbia Broadcasting System (cbs) 524-27, 620	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Mulieribus Claris (Sobre mulheres famosas, Boccaccio) 109	Descartes, René 161
Calder, Alexander 452-53	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chiswick Press 219, 221	gravadora 491, 564, 622-23	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Natura Stirpium Libri Tres (Sobre a natureza das raízes. Livro três, Ruellio) 142	descendentes (definição de) 66
Caledonia (tipo) 238, 436	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Choffard, Pierre, Philippe 156	coluna de Trajano 44, 421	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Praeparatione Evangelica (Preparação evangélica) 126	<i>Design Quarterly</i> (revista) 544, 630
<i>Calendarium</i> (Livro de registros) 127-28	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	<i>chops</i> , impressão chinesa 53, 56-57	Combaz, Gisbert 273, 275	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Re Militari (Sobre as artes militares, Valturio) 129-31	Detroit Focus Gallery, mala direta 632-33
California Institute of the Arts (cartaz) 611	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Christiansen, Hans 278-79	<i>Combinaisons ornamentales</i> (Combinações ornamentais, Mucha) 264	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	De Roos, Sjoerd H. 232-36, 277-78	Deutsche Schrift (German Script, tipo) 237
California Public Radio (cartaz) 614-15	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	<i>Christmas Tree</i> (Árvore de Natal, cummings) 436	<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Roos, Sjoerd H. 232-36, 277-78	Dickinson (fundição de tipos) 214, 237
caligrafia chinesa 50-55	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Churchill, Winston 359	<i>Commercial and Political Atlas</i> (Atlas comercial e político) 162	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Spira, Johannes 126	Didot, Firmin 165-66
tipos 97	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Chwast, Seymour 555-59, 617	<i>Common Sense and Nuclear Warfare</i> (Senso comum e guerra nuclear, Russell) 497	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Stijl 273, 370, 377, 389-97, 401, 404-05, 409, 426, 463, 590	
caligrafia Ras Shamra 36-37	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Cícero 102, 126	<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	<i>DADA</i> (periódico) 325	
calótipos 188-89, 192	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Cieslewicz, Roman 551, 553-54, 673	<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	dadá (movimento) 324-35, 340, 377, 379, 391, 426, 429, 437, 557, 584, 588, 612, 619, 622	
Calvino, João 144, 152	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	Cincinnati Industrial Exposition (Exposição Industrial de Cincinnati, 1883) 202-03	<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	<i>Dada and Surrealism</i> (exposição e cartaz) 557	
Camelot (tipo) 237	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55	circos, cromolitografia 202-05	<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	de Stijl 273, 370, 377, 389-97, 401, 404-05, 409, 426, 463, 590	
Camelot Press 237	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55		<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	<i>De stille kracht</i> (A força oculta, Couperus) 276	
<i>camera obscura</i> 185	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55		<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47	<i>De Symmetria Partium Humanorum Corporum</i>	
Cameron, Julia Margaret 192-94	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55		<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47		
<i>Camino Real</i> (Williams) 490	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55		<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47		
<i>Canterbury Tales</i> (Contos de Canterbury, Chaucer) 122	capitulares, Renascimento francês 138-41	Renascimento 136	Estados Unidos 453-55		<i>Comentários</i> (Calvino) 152	design gráfico auxiliado por 627-29 . <i>Ver também</i> revolução digital	Constantino (imperador de Roma) 47		

Didot, Françoise-Ambroise 165-67, 169, 182, 208	Dritzehen, Claus 96	Eisen, Charles 156	Erasmus, Desidério 145	Correios 526	ex-libris 107	filmes. <i>Ver também filmes específicos</i>	fotograma 187	Futura (tipo) 422-23, 436, 456, 510, 529	Ginzburg, Ralph 515-16
Didot, Pierre 165-67	Dritzehen, Georg 96	Eisenman, Alvin 498-99	Erasmus Mediaeval (tipo) 235	Departamento do Trabalho 537	Exocet (tipo) 640	aberturas de filmes, revolução digital 658-59	Bauhaus 405	futurismo 315, 317-24, 373, 619, 632	Giovio, Paolo 142
<i>Die Apokalypse</i> (O Apocalipse) 115	Druzstevni Prace (editora) 398	Electra (tipo) 436	Erbar (tipo) 422	Departamento dos Transportes 538-39	<i>Experimenta Typographica</i> (Sandberg) 430-31	desenvolvimento da fotografia 194-95	pós-modernismo 604	fotografação 190-92	Gipkens, Julius 348, 351, 353
Die Brücke (A Ponte) 338	Dubonnet (cartaz) 362, 366	Electra Seminegra (tipo) 619	Erbar, Jakob 422	Department of Defense 422	Exposição do Palácio de Cristal (Grande Exposição, Londres, 1851) 196	Escola de Nova York 495-96	fotomontagem 329-30, 377, 380-82	Fourdrinier, Henry 183	<i>Gismonda</i> (peça) 262-63
<i>Die große Passion</i> (A grande Paixão, Dürer) 115	duc de Berry 83-85	“Elementare Typographie” (Tipografia elementar, Tschichold) 415-16, 435	Erdt, Hans Rudi 348-49, 352-53	Advanced Research Projects Agency (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa, DARPA) 645	expressionismo 231, 338-340	Escola de Nova York 495-96	Fourdrinier, Sealy 183	Fourriner le Jeune, Pierre Simon 155-57, 163-54	Giusti, George 443, 453-54
<i>Die Hamletmaschine</i> (A máquina de Hamlet, cartaz da peça) 570-71	Duffy Design Group (Minneapolis, Minnesota) 621-22	<i>Elements of Lettering</i> (Elementos de <i>lettering</i> , Goudy) 238	Erdt, Hans Rudi 348-49, 352-53	National Park Service (Serviço Nacional de Parques) 537	expressionismo figurativo espanhol, manuscritos ilustrados 74-77	Escher, Ghislain (Gielijn) Daphnis 594, 596	Fournier le Jeune, Pierre Simon 155-57, 163-54	Fragonard, Jean-Honoré 251	Glad Hand Press 510
<i>Die Kunstimen / Les Ismes de l’art / The isms of Art</i> 1914-1924 (Os ismos da arte, Lissitzki e Arp) 379	Duffy, Joe 621-22	Elizabeth I (rainha da Inglaterra) 579	Escola de Artes e Ofícios de Weimar 402-03	Federal Art Project 442	Fábrica de Turbinas, Peter Behrens 307	Escola de Cromolitografia de Boston 199-200	Fischer, Carl 520-21	<i>Fraktur</i> (estilo) 118	Glamour (revista) 500
<i>Die neue Typographie</i> (A Nova Tipografia, Tschichold) 415, 417	Dumbar, Gert 594, 596	Eller, Matt 642	Escola de Cromolitografia de Boston 199-200	estelas de ex-votos 40	Facile (Éluard) 342	Escola de Glasgow 272, 285-88, 297	Fischer, Carl 520-21	Gamble, John 182	Glaser, Milton 555-59
<i>Die Schweigsame Frau</i> (A mulher silenciosa, cartaz da ópera) 654-55	<i>Dunker Church and the Dead</i> (A igreja de Dunker e os mortos, fotografia) 195	Ellis, David 660	Escola de Glasgow 272, 285-88, 297	estereotipia, invenção da 166-67	Fact (revista) 516	Escola de Nova York 484-521	Fischzauber (Peixe mágico, Klee) 34	Gannett, William C. 286	Gleason, Vincent 537
<i>Direction</i> (revista) 485, 487	Duras, Marguerite 620	Éluard, Paul 335, 342	Escola de Nova York 484-521	estilos egípcios 176-79	Facundo 76	design editorial 500-07	Flagg, James Montgomery 254-55, 557	Garamond, Claude 136, 139, 142-43, 145, 147-49, 241	Glover, Anne 150
Direitos Humanos (Maviyane-Davies, série) 658	Dürer, Albrecht 76, 115-18, 132, 140	“Élysée Montmartre bal masqué” (Baile de máscaras, Chéret) 252	Escola de Nova York 484-521	Estilo Tipográfico Internacional 462-83, 578. <i>Ver também</i> tipografia	Faerno, Gabriello 149	Escola de Arte da Universidade de Yale 498-500	Fleckhouse, Willy 568-69	Renascimento 118, 136-45	Glover, Jesse 150
Disco de Festos 35-36	Düsseldorf, Academia de Arte de 199	Elzevir, Louis 151	Escola de Nova York 484-521	Estados Unidos 480-83	Fang Tao 59-60	expressionismo tipográfico 510-19	Fletcher, Alan 579-80	Revolução na 162-63, 175	Goines, David Lance 567
discos. <i>Ver</i> capa de discos	DVD, tecnologia do, revolução digital 644	embalagens, cromolitografia 203-04	Escola de Nova York 484-521	gráficos funcionais para a ciência 466-68	fascismo 442-43. <i>Ver também</i> Alemanha nazista; Segunda Guerra Mundial	510-19	Flisak, Jerzy 549-50	Revolução na 162-63, 175	Goldberg, Carin 617, 620
Discovery Channel 646-47	Dwiggins, William Addison 238, 436	Emergency Blood Transfusion Service (Serviço de Transfusão de Sangue de Emergência, Games, cartaz) 371	Escola de Nova York 484-521	imagem conceitual 561	Federal Art Project (Estados Unidos) 442	Lois, George 519-21	Fluxus (movimento) 594	tipografia 153-54	Golden (tipo) 223
Disk (revista) 400	Dylan, Bob 557	Emigre (fontes) 631, 640-41	Escola de Nova York 484-521	pioneiros do 463-66	Federico, Gene 510	nova publicidade 507-10	Fong, Karin 658	tipografia 153-54	Golden Cockerel (tipo) 421
DiSpigna, Tony 519	E. Lutz & Company 603	<i>Emigre</i> (revista) 629-31	Escola de Nova York 484-521	pioneiros da ciência 466-68	Feininger, Lyonel 404	pioneiros 487-98	fonogramas 27	tipografia 153-54	Golden, William 524-25
<i>Diia golosa</i> (Para ler em voz alta, Maiakovski) 378-79	Eastman, George 189, 629	<i>Emigre Graphics</i> 631	Escola de Nova York 484-521	escravidão 526-28	Feitler, Bea 506	visão geral 484-86	<i>Fontaine</i> (A fonte, Duchamp) 328	tipografia 153-54	<i>Goldfinger</i> (007 contra <i>Golfinger</i> , filme) 497
<i>Dokumente des Modernen Kunstgewerbes...</i> (Documentos de artes aplicadas modernas) 299	<i>Ecce Homo</i> (Nietzsche) 272	Emperador (tipo) 631	Escola de Nova York 484-521	escritas 21-23, 27, 29-30, 32, 38, 41-42, 64, 67, 73-74, 79, 97, 104, 106-08, 112, 120	Fella, Edward 632-33	escrita geral 484-86	<i>FontBoy</i> (catálogo interativo) 646-47	tipografia 153-54	Goldner, Nikki 671
Dome, Paul 502	Eckerstrom, Ralph 535-36	Empire (tipo) 621	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Fenícia, alfabeto semítico setentrional 36-37	escrita geral 484-86	fontes egípcias 177-78	tipografia 153-54	Gorman, Pat 546, 642-43
Domela, César 401	Eckmann Schriftprobe 279	“En hommage à Yusaku Kamekura” (Homenagem a Yusaku Kamekura, cartaz) 650	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Ferdinando, duque de Parma 163	escrita geral 484-86	fontes egípcias 177-78	tipografia 153-54	Gorostiza, José 672-73
<i>Don Quichotte</i> (Cervantes) 234	Eckmann, Otto 278-80, 300	Engelbart, Douglas C. 627-28	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Ferri, Giovanni 163	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	gótico (estilo). <i>Ver também</i> livro ilustrado alemão
<i>Don Quixote</i> (Cervantes) 345	Eckmannschrift (tipo) 279, 300	Engelmann, Godefroy 199	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Ferri, Giovanni 163	escrita geral 484-86	Football Hall of Fame (Sala da fama do futebol) 602	tipografia 153-54	era vitoriana 197
Donato 99	Eclipse Music ‘84 (cartaz de concerto) 588	Englersatz AG, impressores 603	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Festa des Lebens und der Kunst: <i>eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	movimento <i>arts and crafts</i> 223, 227
Dorfsman, Lou 526-28, 620	Edison, Thomas A. 302	Enschedé (editora) 641	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	<i>Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	manuscritos ilustrados 78-79
<i>Douce Apocalypse</i> (Doce Apocalipse) 78-79	Éditions du Louvre 166	Epicurus 241	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	<i>Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	78-79
Doves Press 227-29	Éditions Gallimard (editora) 571	<i>Epistolae ad Familiares</i> (Cartas a familiares) 126	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Festa des Lebens und der Kunst: <i>eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	Goudy, Frederic W. 236-38, 241-42, 266, 436
Doyle Dane Bernbach (agência) 507, 509-10, 512, 519	editoração eletrônica, origens da 629. <i>Ver também</i> revolução digital	era carolíngia, manuscritos ilustrados 70-74	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Ferdinando, duque de Parma 163	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	gráficos funcionais para a ciência
<i>Driehoek en bij ontwerpen van ornament</i> (Triângulos no desenho de ornamentos, de Groot) 276, 278	Edição de 1999	era medieval, manuscritos ilustrados 63-73	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Ferri, Giovanni 163	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	movimento modernista nos Estados Unidos 454-57
Dritzehen, Andreas 96	Egensteiner, Don 510-11	era vitoriana 189, 196-97, 199, 200, 202, 206-07, 212-14, 216, 241, 249-51, 253, 266, 284	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Festa des Lebens und der Kunst: <i>eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	Estilo Tipográfico
	Ehrenburg, Iliá 377	Eragny Press 230-31	Escola de Nova York 484-521	escrita visual programados 535	Festa des Lebens und der Kunst: <i>eine Betrachtung des Theaters als Höchsten Kultursymbol</i> (Celebração da vida e da arte: uma consideração sobre o teatro como símbolo mais alto de uma cultura, Behrens) 299	escrita geral 484-86	FontShop International 670	tipografia 153-54	International 466-68, 482

Grasset, Eugène 233, 250, 253-54, 258, 262-65	<i>Gun with Alphabet Squares</i> (Pistola com quadrados alfabéticos, Ray) 343	Hartmann (fotógrafo) 569	Hillman, David 661, 663	das principais empresas do sul da Califórnia) 621	IBM (International Business Machine) 529-32	movimento modernista nos Estados Unidos 438-42, 456	International Business Machine (IBM) 529-32	impressão chinesa 58	Kandinski, Vassili 272, 339, 340, 374, 404, 409, 412, 447, 464, 487
Grateful Dead (cartaz) 565-66	Gutenberg, Johann	Harunobu, Suzuki 244	Hine, C. Lewis 255	Horácio 43, 158	identidade e design	Escola de Nova York 484	International Paper Company	visão nacional 580-89	Kane, Ar, 451
gravação. <i>Ver</i> gravuras em cobre; fotografiação	Gensfleischzum 95-107, 169, 181, 278, 321, 378	Hauert, Kurt 668	Hinkle, Warren 506	<i>Horae</i> (Livro de horas) 139	corporativos 522-46. <i>Ver também</i> marcas	imprensa	531-32	Jaugeon, Nicolas 153	Kare, Susan 627-28
Graves, Michael 614, 616	Gutiérrez, Fernando 661	Hausmann, Raoul 329	hipertexto, revolução digital	Tory 139-40	cbs 522-28	Baskerville, John 160-61	International Typeface Corporation (ITC) 517	Jdaniévitch, Iliá 373-74	Kath, Gitte 648-49, 657
gravuras em cobre		Hayes, Harold 520	644-45. <i>Ver também</i> revolução digital	<i>Horae in Laudem Beautissimae Virginis Mariae</i> (Horas de Nossa Sublime Virgem Maria) 139	design pós-moderno 603-05	Revolução Industrial 181-83	internet 644-48. <i>Ver também</i> revolução digital	Jedermann (Todo mundo, Hofmannsthal) 648	<i>Kathedrale</i> (Catedral, Feininger) 404
Europa 104		нвф (Hickory Business Furniture, catálogo) 615	hippie, subcultura, imagem conceitual 565	Horgan, Stephen H. 191-92	maioridade da 529-34	tipos móveis 99	lonesco, Eugène 571-72	Jeker, Werner 650, 653	Katsui, Mitsuo 650-51
Renascimento 149-51	H	He, Jianping 650, 652	<i>Histoire des quatre fils Aymon</i> (História dos quatro filhos de Aymon, Grasset) 253	Horne, Herbert 222	Escola de Nova York 487	Imprensa Aldina 131-35	Irã (cartazes digitais) 656	Jenson, Nicholas 126-27, 134, 223, 231, 239, 242	Kauffer, Edward McKnight 358-61, 363, 372, 445-46
estilo rococó 154-56	<i>“Habit de rôtisseur”</i> (Roupa de rôtisseur) 152	Headliners Process Lettering 511	Hitler, Adolf 332-33, 356, 358, 367, 420, 445, 454, 548, 574	Horne, Herbert R. 219	Jogos Olímpicos 539-45	impresão xilográfica	Irongall 64	Jerde Partnership 544-45	Keedy Sans (tipo) 640
Grear, Malcolm 499	“Great Ideas of Western Man” (Grandes ideias do homem ocidental, campanha publicitária) 536	“Hearing Type” (Ouvindo o tipo, artigo de revista) 666	Ho (imperador da China) 55	Horne, Joseph P. 562	Music Television (MTV) 546	China 60-62, 91	Irving, Henry 345	Jerde, Jon 544-45	Keedy, Jeffery 640
“Great Ideas of Western Man” (Grandes ideias do homem ocidental, campanha publicitária) 536		Heartfield, John 330, 332-35, 383	<i>Hobby Horse</i> 219-21	Horsley, John Callcott 200	New Haven Railroad 528-29	Europa 90-95	Irwin, Terry 644-45	Jerônimo, São 66	Keller, Ernst 463, 652
Grécia (antiga) 28, 65, 131-32		Heartfield, John 330, 332-35, 383	<i>Hoboy Horse</i> 219-21	Horta, barão Victor 249, 272	Olivetti 523-24	livros ilustrados 107-09	<i>Ishtar’s Descent to the Nether World</i> (Descida de Ishtar ao mundo subterrâneo) 231	Jessica Helfand Studios 646-47	Kelly/Mouse Studios 566
Greco Rosart (tipo) 617		Hefner, Hugh 520	<i>HotWired</i> (revista) 670	notbot (logotipo) 659	Programa Federal de Melhorias do Design 536-38	Renascimento 150	Islã. <i>Ver também</i> cristianismo; religião	<i>Joana d’Arc</i> (cartaz da peça) 262-63	Kelmscott Press 213, 222-27, 230, 236-39, 241, 255-56, 267
Green, Elizabeth Shippen 356		Heine, Frank 640	Houghton, Chip 658	<i>HotWired</i> (revista) 670	Melhoria do Design 536-38	movimento <i>ukiyo-e</i> 243-48	Islã. <i>Ver também</i> cristianismo; religião	Jogos Olímpicos 539-45, 550, 581, 583	Kennedy, John F. 515, 521
Greenaway, Kate 207		Helfand, Jessica 646-47	House & Garden (revista) 439	<i>HotWired</i> (revista) 670	sinalização de transportes 538	impressão. <i>Ver também</i> livro ilustrado alemão; tipos; tipografia	era vitoriana 196	Johnson, Lionel 222	Kenny, Saffron 658
Greenhalgh, Howard 660		Heller, Steven 499, 562, 666	Howard, Helen 597	<i>HotWired</i> (revista) 670	visual programados 534-36	China 55-60	expressionismo figurativo	Johnson, Lyndon B. 509	Kepes, Gyorgy 362, 406
Grego, Valentina 614		Hellmann, Andreas 96	<i>Hsiao chuan</i> (estilo “pequeno-sinete”) caligrafia chinesa 51-52	Hoffman, Josef 289, 291, 297-98	visão geral 522-23	Europa 90-104	espanhol 74	Johnson, Michael 660-61	Kerénski, Aleksandr Fiódorovitch 376
Gregório (papa) 75		Helvetica (tipo) 470, 517, 536, 538, 565, 624	Hubbard, Elbert 230	Hofmann, Armin 472-74, 605, 652	identificação visual egípcia (Egito antigo) 33	fotografia 190-92	manuscritos ilustrados	Johnston, Edward 227, 309, 421, 425, 470	Kerver, Jacques 143-45
Greif, Gene 620		Hendricks, Thomas A. 198-99	Huber, Max 466-67	Hofmannsthal, Hugo von 648	Mesopotâmia 24-25	difusão da 105-07	80-82	Jones, Owen 196-97	Kidd, Charles I. (Chip) 657
Greiman, April 499, 608, 610-11, 613, 629-30, 643-44, 655		Hendrix, Jimmy 553	Huelsenbeck, Richard 325	Hohenstein, Adolfo 280	identificação visual na Mesopotâmia 24-25	<i>incunabula</i> , definição 105	Israel (cartazes digitais) 655	Jones, Robert M. 510	Kieser, Gunther 568, 569
Grierson, Nigel 660		Henkis, Conrad 102	Hunter, E. K. 511	Hohlwein, Ludwig 356-58	ideogramas 19-21	<i>incunabulares</i> , livros 222-23	Itália	Jones, Thomas H. 193	King, Jessie Marion 211, 288
Griffo, Francesco da Bologna 131-35		Henrique VIII (rei da Inglaterra) 147	Huszár, Vilmos 389, 391-92, 394, 396	Hoist, A. Roland 233	lugarashi, Takenobu 584-86	Índias Orientais 275-77	<i>art nouveau</i> 280-83	jornais	Kirilloff, Nicholas 537
Gris, Juan 316-17		Herdeg, Walter 434	Hubbard, Elbert 230	Hokusai, Katsushika 246-47	lhlenburg, Herman 213-14	Índias Orientais holandesas 275-76	design pós-moderno 613-15	imagem conceitual 562	Kisman, Max 670
Gropius, Walter 272, 301, 307, 402-05, 409-14, 443, 464		Heródoto 24	Huber, Max 466-67	Holland 151-52, 370	lkarus, sistema 638	Índias Orientais holandesas 275-76	fabricação de papel 91	livro ilustrado alemão 118-19	Kitchener, Horatio 354
Grosz, George 330, 334-35		Herschel, John 188, 193	Huelsenbeck, Richard 325	<i>art nouveau</i> 273-78	lkarus, sistema 638	Indonésia 275	livro ilustrado alemão 118-19	Renascimento 118, 126, 159	Kitching, Alan 663
Growald, Ernst 347		Herzfelde, Wieland 330, 334	Hunter, E. K. 511	movimento <i>arts and crafts</i> 232-33	lkarus, sistema 638	indústria editorial, crescimento da 207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Klee, Paul 339-40, 404, 409, 464, 487, 499
<i>Grundbegriffe der neuen Gestaltenden</i> (Conceitos básicos de construção da forma) 390		Hesse, Fritz 409	Hunter, E. K. 511	232-33	<i>Il modo de temperare le penne</i> (O modo de temperar as penas) 135	da 207-13	design pós-moderno 613-15	tipografia 163-65	Klimt, Gustav 289-90, 620-21
grupo Devútsil (Nove Forças) 400		Het Binnenhuis 232	Hunter, E. K. 511	movimento De Stijl 389-97	Illic, Mirko 666-67	207-13	fabricação de papel 91	tipografia 163-65	Klinger, Julius 348-49, 352
grupo Memphis, design pós-moderno 601, 614		<i>Het Voorhout ende’t kostelijke mal</i> (Voorhout e a comédia deliciosa) 234	Hunter, E. K. 511	revolução digital 669-71	<i>Illustrissimae Galliaru Reginae Helianorae</i> (Ilustríssima rainha gaulesa Eleonora) 143	207-13	livro ilustrado alemão 118-19	tipografia 163-65	Klingspor (fundição) 279, 300, 304
grupo Nabis 250		<i>Het zatte hart</i> (O coração embriagado) 233	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Klingspor, Karl 300
Guerin, Maurice de 239-40		<i>Hey Diddle Diddle</i> (Ei, Diddle Diddle, Caldecott) 206	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Klutsis, Gustav 383, 385, 387, 389
Guerra de Secessão 194-95, 200, 208, 213, 266, 494, 526		Hickory Business Furniture (catálogo) 615	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Knabensberg, Johannes 107
Guerra do Vietnã 334, 504, 506		Hideyoshi, Toyotomi 246	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Knoll Associates 452-53, 564-65
Guevara, Ernesto (“Che”) 576-77		Hidy, Lance 28, 64, 126	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Knoll Graphics 536
Guilda de Artesanato 227		Hiebert, Kenneth 499, 613	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Koberger, Anton 110-12, 114-15, 132, 223
Guilda dos Trabalhadores da Arte 222		hieróglifos (Egito, antigo) 25-33	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Koch, Rudolf 236-37, 422-23, 470
Gumiel, Diego de 124		Hill, Bill 644-45	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Kodak (câmera) 189, 629
		Hill, David Octavius 192-93	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	Koenig, Friedrich 181-82, 292
		Hill, John T. 498-99	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	
		Hillier, Bevis 359, 560	Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	
			Hunter, E. K. 511	tipografia 425-32	<i>lلسée, Princesse de Tripoli</i> (lلسe, princesa de Tripoli) 263	207-13	Renascimento 118, 126, 159	tipografia 163-65	

Koenig, Julian 508
 Koeweiden-Postma 670
 Koeweiden, Jacques 670
 Kollwe, Chuck 509
 Kollwitz, Käthe Schmidt 339
 Konstruktivizm (Gan) 375
 Koppel, Terry 617, 619
 Kramer, Frisco 590-91
 Kranz, Martin 122
 Krebs Lithographing Company 203
 Kröller-Müller, Museu (Otterlo, Holanda) 592
 Krone, Helmut 508-09
 Krutchônikh, Aleksiei 374
 Kufic (caracteres) 37-38
 Kuhr, Barbara 637-39
Kunst en maatschappij (Arte e sociedade, Morris) 233
 Kunstkredit (cartaz de exposição) 606
 Künstlerhaus (Associação dos Artistas Criativos de Viena) 289
 Kunz, Willi 608, 611-13
Kwadratblad (Quadrado) 592

L
L’Atlantique (cartaz) 362
 “L’Aureole du midi” (A auréola do meio-dia, cartaz) 252
L’Illustration (revista) 192
L’Intransigeant (cartaz) 362
La Biche au bois (A corça no bosque, cartaz da peça) 251
La Cantatrice chauve (A cantora careca, Ionesco) 571
La Cité de Dieu (A cidade de Deus, Santo Agostinho) 122
La Crónica (periódico) 672
La Fin du monde, filmée parl’Angel of Notre-Dame (O fim do mundo, filmado pelo anjo Notre Dame, Cendrars, Léger) 317-19
 La Fontaine, Jean de 156
La Gerusalemme liberata (Jerusalém libertada, Tarso) 166
 “La Goulue au Moulin Rouge” (A gulosa no Moulin Rouge, cartaz) 258

“La Maison Moderne” (A casa moderna, cartaz para galeria) 264-65
La operina da imparare di scrivere littera cancellaresca (Manual de caligrafia chanceleresca, Arrighi) 135
La Ville (A cidade, Léger) 317
 La Vita et Metamorfoseo (*Metamorfoses*, Ovídio) 147
Lacerba (periódico) 318, 324
 lacertílios 67-70
 lâmpadas, Behrens, Peter 305, 307
Language Technology (revista) 670
 Lanston, Tolbert 184
 lápide 160
 Larmessin, N. de 151-52
 Lascaux, cavernas (França) 19
laser, impressora 639
 Laskoff, Franz 282-83
 Laughton, James 489
 Lauweriks, J. L. Mathieu 301-02
 Le Chat Noir (cabaré) 258, 260
 Le Corbusier 307, 614
Le Grand paranoiac (O grande paranoico, Dalí) 337
Le Journal Illustré (revista) 193
Le Morte d’Arthur (A morte de Arthur, Malory) 122, 255-56
Le Premier livre des narrations fabuleuses (O primeiro livro de histórias fabulosas) 148
Le-Dantyu como um farol (script teatral, Jdaniévitch) 374
Leabhar Cheanannais (Livro de Kells) 67, 70-72
 Leão III (papa), 73
 Leão X (papa) 107
 Leavenworth, William 180
 Lebeau, Chris 276
 Lebediév, Vladímir Vassiliévitch 385, 388-89
Le Départ du Poète (A partida do poeta, de Chiríco) 336
 Leete, Alfred 353-54
Lef (revista) 382-83
Legend (Legenda, São Francisco de Assis) 229
 Léger, Fernand 317-20, 358, 433, 444, 560

Lehmann, Otto 353-54
 Lehning, Arthur Müller 401
 Lemmen, Georges 270-72
 Lenica, Jan 552-53
 Lénin, V. I. 385, 387, 429
 Leo Burnett (agência) 650
 Leopold, J. H. 236
 Lepère, Auguste 230
Les Heures de Jean Lallemant (As horas de Jean Lallemant) 137-38
 Les Vingt (Os vinte, exposição) 270, 272
Leslie’s Weekly (revista) 208
 Leu, Olaf 578
 Leupin, Herbert 351, 562-63
 Levenson, Larry 509
 Levy, Emile 204-05
 Lévy, Jean-Benoît 652-53
 Levy, Louis 191
 Levy, Max 191
 Leyendecker, Joseph C. 354-55
 Li Fangying 53-54
 Li Ssu 51-52
Liber Chronicarum (Crônicas de Nuremberg) 110-15
 Liberation Graphics (Gráfica libertária, Alexandria, Virginia) 574
 Liberman, Alexander 438, 440-41, 500
 Ličko, Zuzana 629, 631, 640
 Lienemeyer, Gerhard 569-70
Life (revista) 503
Light Abstraction (Abstração de luz, Bruguiere) 341
 LightSpeed, sistema 629
 Limbourg, Herman 82-83, 85
 Limbourg, Jean 82-83, 85
 Limbourg, Paul 82-83, 85
 Lincoln, Abraham 194, 208
Lindisfarne Gospels (Evangelhos de Lindisfarne) 67, 69
Line and Form (Linha e forma, Crane) 295
 Linotron 628
 Linotype (máquina e empresa) 183-84, 436, 470, 639, 641
 Lionni, Burtin 500
 Lionni, Leo 449-501
 Lippincott & Margulies 529

Lippincott’s (revista) 270
 Lisa, computador 627
Lisístrata (Aristófanes) 256
 Lissitzki, El (Lazar Márkovitch) 375-82, 393-94, 396, 398, 401, 407, 416, 428-29, 61
 Lithos (tipo) 639-40
 litografia 197-99
Littérature (Literatura, periódico) 335
 Livemont, Privat 273, 275
 Livro de Horas 82
 Livro dos Mortos (Tut-mes III, rei do Egito) 30-33, 65
 livro ilustrado alemão 105-24.
Ver também design de livros; manuscritos ilustrados

desenvolvimento do 118-19
 difusão do 120-24
 Nuremberg 110-17
 origens do 105-09
 visão geral 105-07
 livros, design de. *Ver também* livro ilustrado alemão; manuscritos ilustrados
 construtivismo 373-81
 Cooper, Muriel 534
 Estilo Tipográfico Internacional 472
 movimento modernista nos Estados Unidos 435-37
 movimento *arts and crafts* 215-42
 revolução digital 660-63, 665-67, 669
 Tschichold 420
 livros da Bauhaus 409-11
 Imprimerie Royale 153, 162
 Loesch, Uwe 654-55
 Loeser, Judith 621
 Loeslein, Peter 127
 Löffler, Berthold 295, 297
 logotipo. *Ver* identidade corporativa; design corporativo; marca
 Lohse, Richard P. 466, 474
 Lois, George 519-21
 Lönberg-Holm, Knut 454
 London Underground Electric Railways 309, 342, 360-61, 368-69, 425
 Longhauser, William 614

Look (revista) 441, 490, 503
 Loos, Adolf 293, 372
 Los Angeles Institute of Contemporary Art (Instituto de Arte Contemporânea de Los Angeles) 629
Los Angeles Times (jornal) 507
 Los Angeles, Califórnia
 Jogos Olímpicos 541-45
 Loubier, Hans 299
 Louie, Lorraine 620-21
 “Love” (cartaz) 567
 Lubalin, Herb 512-19, 617-18
 Luce, Louis René 162-63
 Lufthansa (companhia aérea alemã) 535
 Luís XI (rei da França) 126
 Luís XV (rei da França) 153
 Luís XVI (rei da França) 155
 Lukova, Luba 649
 Lumley, Saville 354
 Lustig, Alvin 489-91, 497-99
 Luterо, Martinho 106-07, 119-21
 Lutetia (tipo) 233
 Lutzelburger, Hans 146
 Luxe (logotipo) 610-11
 Lyons, França, Renascimento 238-39

M
 Macdonald, Frances 286-87
 Macdonald, John 191
 Macdonald, Margaret 286-87
 Macintosh (computadores) 627-31, 643-44
 MacKellar, Smiths & Jordan 214
 Mackintosh, Charles Rennie 286-88
 Mackmurdo, Arthur H. 219-22
Mademoiselle (revista) 500, 559
 Maeda, John 660
 Magallanes, Alejandro 673
 Magritte, René 337, 561
 Maiakóvski, Vladímir 373, 378-79, 381
 Maier, Bernhard (Pictor) 127-29
 Makela, Laurie Haycock 642
 Makela, P. Scott 640
 Maler, Bernhard 127
 Maliévitch, Kasímír 373-76, 389, 401
 Malik Verlag (editora) 334

Mallarmé, Stéphane 322
 Malory, Thomas 122
 maneirismo 601
Manfred (Fuchs) 300
 Manhattan Design 546, 565, 642-43
 Manifesto da Bauhaus 403-04
Manifesto dei pittori futuristi (Manifesto dos Pintores Futuristas) 322
Manifesto dell’architettura futurista (Manifesto da arquitetura futurista) 324
 Mansion, Colard 121-22
 Mantegna, Andrea 642
 Mantinia (tipo) 641-42
 manuais de caligrafia, Renascimento 135
Manuale tipografico (Bodoni) 165-67
Manuale Typographicum (Zapf) 471
Manuel typographique (Fournier, le Jeune) 156-57, 164
 manuscritos iluminados 63-85.
Ver também design de livros; livro ilustrado alemão
 Alta Idade Média 83-85
 design de livros celta 65-73
 era carolíngia 73-74
 estilo clássico 65-66
 expressionismo figurativo espanhol 74-77
 islâmicos 81-82
 judaicos 80
 origem dos 30-33
 românicos e góticos 77-80
 visão geral 63-64
 manuscritos ilustrados judaicos 80
 manuscritos românicos 77
 Manuzio, Aldo 131-35, 144-45, 628
 Manwaring, Michael 614, 616
 mapas 445, 456-57, 538-39
 máquina a vapor invenção da 174
 imprensa 181-83
 marca. *Ver também* identidade e design corporativos; marca registrada do

impressor 102, 107, 129, 134, 148, 164, 221, 223
art nouveau 263-64
 Behrens, Peter 303
 design pós-moderno 603-04
 Escola de Nova York 487
 Holanda 590
 modernismo figurativo 349
 movimento modernista nos Estados Unidos 444
 movimento *arts and crafts* 221, 223
 marca-d’água, fabricação de papel 91
 Maria de Borgonha 118
Maria Stuarda (cartaz da peça) 654
 Marinetti, Filippo 317-22, 324, 334, 373, 501, 663
 Marshak, Samuil 388
 Martin, Robert 159
 Martin, William 168
 Martinez, Raul 575
Marysia i Napoleon (Maria e Napoleão, cartaz da peça) 550
 Masanobu, Okumura 244
 Massachusetts Institute of Technology (MIT) 482, 534, 660
 Massey, John 537
 Massin, Robert 571-72
 Mataloni, Giovanni 280-82
 Matisse, Henri 340
 Matrix (tipo) 631
 Matsunaga, Shin 650-51
 Matter, Herbert 432-34, 440, 443-44, 448, 451-53, 466, 499, 528, 619
 Matthies, Holger 655
 Mattila, Kurt 658
 Maviyane-Davies, Chaz 658
 Max, Peter 657
 Maximilian (imperador da Alemanha) 118
 Mayes, Herbert 501
McCall’s (revista) 501-03
McClure’s (revista) 213
 McConnel, John 661
 McCoy, Katherine 632
 McCoy, Michael 632

McGinnis, Patrick 528
 McGraw-Hill (editora) 480-81
 McLaughlin, Dennis 537
 McLuhan, Marshall 579, 611-12, 637-38
 McMullan, James 560-61
 McNair, J. Herbert 286-87
 McShane, Patricia 659
 Mead Paper Company 643
 Mechano-faktura (teoria) 398
 Meckel, David 554
Médailles (Medalhas) 154
Meisho Edo Hyakkei (Locais célebres em Edo: cem vistas, Hiroshige) 247
 Melior (tipo) 470
 Menés (rei do Egito) 25
 Mergenthaler, Ottmar 183
 Merz (movimento) 329-31, 378, 401
 Mesopotâmia 20-25, 50
 Mestre do Baralho 104
 MetaDesign San Francisco 644-45
 Metafísica 136
 Metcalf, Jane 637
 Metlicovitz, Leopoldo 280-81
 Método de Viena (movimento Isotipo) 423-24
 Metro (tipo) 436
 Metropolitan Museum of Art (Nova York) 562-63
 Metz, Frank 620
 México 671
 Jogos Olímpicos 539-40
 revolução digital 671-73
 Meyer, Adolf 307, 464
 Meyer, Hannes 412
 Meyer, Rudi 652, 653
 Meyers, Linda 537
 Middendorp, Jan 95
 Miedinger, Max 469-70
 Mieke, François 571
 Mies van der Rohe, Ludwig 301, 307, 412-13, 443
 Miguel, Padre 127
 Miller, Lee 441
 Milton, John 168
 Minion (tipo) 639
 minoica, civilização 35
 Minolta 533-34
 minúsculas carolíngias 73, 120

minúsculas, Itália 120-21
 Mirko Ilić, Inc. 666-67
 Miró, Joan 337-38
 MIT. *Ver* Massachusetts Institute of Technology (MIT)
 Mitchell, Susan 621
 Mitsuo, Doki 584
 Mobil Oil 533, 536
Modèles des caractères de l’imprimerie (Modelos dos caracteres de impressão, Fournier, le Jeune) 155
Modern Art in Your Life (Arte moderna na sua vida, publicação do MOMA) 562
Modern Art Quarterly (revista) 200
Modern Dance (Dança moderna, Armitage, página de rosto) 437
 Modern style (tipo) 284
 modernismo figurativo 344-71.
Ver também movimento modernista nos Estados Unidos; arte moderna; design do século XX
 Hohlwein, Ludwig 356-58
 irmãos BeggaraStaffs 344-46
 Plakatstil 346-50
 Primeira Guerra Mundial 351-56
 pós-cubista 358-71
 Suíça 350-51
 modernismo figurativo pós-cubista 358-71
 modernismo radical 611
 Modley, Rudolf 424
 Modula (tipo) 631
 moeda
 Holanda 594
 impressão chinesa 58-59
 papel-moeda, impressão chinesa 58-59
 revolução digital 592-93
 Mohajer, Mehran 656
 Moholy-Nagy, László 187, 390, 400-01, 405-13, 434, 439, 443-44, 464, 497
 Mok, Clement 646, 647
 MOMA. *Ver* Museum of Modern Art
 Mondrian, Piet 389, 340, 391, 401, 409, 443, 596

Monguzzi, Bruno 604-05
 Mononobu, Hishikawa 244
 montagem, construtivismo 380
 Montalvo, German 672-73
 monumento Blau (sumério) 22-23
 Moore, Charles W. 602
 Morandi, Giorgio 555
 Moretus, John 149
 Morgan Press 511
 Morison, Stanley 421, 423
Morozhenoe (Sorvete, Lebediév) 388
 Morris, Marshall, Faulkner and Company 218
 Morris, May 230
 Morris, Talwin 288-89
 Morris, William 154, 216-27, 280, 233, 242, 255-56, 266, 288, 302, 402
 Morse, Joseph 204-05
 Morus, Thomas 145
 Moscoso, Victor 566
 Moser, Koloman 289-95, 297-98, 368
 Moss Engraving Company 214
 Moss, John Calvin 190
mouse 627, 644
Movie Makers (revista) 324
 movimento da imprensa particular. *Ver arts and crafts.*
 movimento de identidade visual. *Ver* sistemas de identidade visual
 Isotipo 423-24
 Estados Unidos 435-57. *Ver também* arte moderna; modernismo figurativo; design pós-moderno; design do século XX
 imigrantes 438-442, 456
 desenhos informativos e funcionais para a ciência 454-457
 Paepcke, Walter P. 443-44
 pós-guerra 450-54
 refugiados do fascismo 443
 Segunda Guerra Mundial 444-48
 visão geral 435-38

wpa (Works Progress Administration, Administração para o desenvolvimento de obras) 442	National Broadcasting Company (NBC) 533, 604	<i>Nieuwe Iotén</i> (Novos recortes, Cremers) 235	<i>Opera Horatii</i> (Obras de Horácio) 158	Papiro de Ani 31-32	peste bubônica 93	<i>Poems</i> (Poemas, Johnson) 222	<i>Printing and the Renaissance</i> (A impressão e o Renascimento, Slater) 240	<i>Push Pin Almanack</i> (periódico) 555	<i>Reine de joie</i> (Rainha de alegria, Lautrec) 259
Mrs Eaves (tipo) 640	National Center for Supercomputing Applications (Centro Nacional de Aplicações de Supercomputação, ncsa) 646	“Nihon Buyo” (Dança japonesa, cartaz) 584-85	Oporinus, Johann 146-47	Papiro de Hunefer 31	Peste Negra 93	<i>Poems of Adoration</i> (Poemas de adoração, Fields) 258	Proclamação da Emancipação 526	<i>Push Pin Graphic</i> (periódico) 556, 560	Reino Unido. <i>Ver também</i> Inglaterra
Ms. (revista) 506	National Endowment for the Arts (Fundo Nacional para as Artes) 536	Nijhoff, Martinus 235	Optima (tipo) 470-71	papiros 28-30, 46	Peterson, Scott 646	poesia padrão 321	Programa Federal de Melhoria do Design (Federal Design Improvement Program) 536-38	Push Pin Studios 526, 555-56, 560, 564, 576, 617	revolução digital 660-63
MTV (Music Television) 546, 625, 642	National Park Service (Serviço Nacional de Parques, Estados Unidos) 537	Nixon, Richard M. 521	Orazi, Emmanuel 264-65	<i>Paradise Regainid</i> (Paraíso reconquistado) 161	petróglifos 19-20	Poética (tipo) 639	Propaganda Fide (imprensa) 163	Pyle, Howard 211, 270, 356	visão nacional 579-80
Mucha, Alfons 260, 262-64, 273, 556	National Science Foundation (Fundação Nacional da Ciência, NSF) 645	Nogami, Suichi 663-64	Organização de Solidariedade com a Ásia, África e América Latina (OSPAAAL) 576	París-Clavel, Gerard 571	Pevsner, Nikolaus 249	<i>Portfolio</i> (revista) 450-51	Prospectos definição 118	QuarkXPress (<i>software</i>) 663	religião. <i>Ver também</i> cristianismo; Islã
Müller-Brockmann, Josef 474-78	NBC (National Broadcasting Company) 533, 604	“Norm” (Norma, cartaz) 464	origens da 511-12	Parker, C. W. 203	Pfister, Albrecht 107-08	pós-modernismo, design 600-25	protogramas de leiaute 627-29	Querengässer, Fritz 535	manuscritos ilustrados 63-85
Munkacsí, Martin 439	Neruda, Pablo 555	nova objetividade 298-308	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	parques de diversão, cromolitografia 202-03	Pick, Frank 309	design retrô e vernacular 616-25	movimento modernista nos Estados Unidos 444-45	Quedel Video 629	povo sumério 21
Murdoch, Peter 539, 541	Neuburg, Hans 474-75	nova publicidade, Escola de Nova York 507, 510	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Parrish, Maxfield 270	Pickering, William 215-17	designers de San Francisco, Califórnia 613-16	Estados Unidos 444-45	QuarkXPress (<i>software</i>) 663	tipografia móvel 97-103, 106-07
Musa Saïid al Saïid al Najj (manuscrito do Corão) 38	Neue Grafik (periódico) 474-75	Nova Tipografia 415-32	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Parsons, Charles 210-11	pictografias cretenses, alfabetos 35-36	Suíça 603-05	construtivismo 383-86	Quedel Video 629	Renascimento 136, 148
Museum of Modern Art (MoMA, Nova York) 557, 562, 566, 584, 661	Neue Jugend (periódico) 334	Nova Tipografia 415-32	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	partido comunista 388	pictografias/pictogramas 21, 53, 496, 541, 558	o termo 600	Propaganda Fide (imprensa) 163	QuarkXPress (<i>software</i>) 663	Remedy (tipo) 640
<i>Museum journal voor moderne kunst</i> (Revista do Museu de Arte Moderna) 431-32	Neuland (tipo) 236-37	Novyi LEF (revista) 382	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	<i>Passional Christi und Antichristi</i> (Paixão do Cristo e do Anticristo, Cranach, o Velho) 119	Pictorial Printing Company de Chicago 213	tipografia (<i>new wave</i>) 605-13	Prospectos definição 118	Quedel Video 629	Renascimento 125-50
Music Television (MTV) 546, 625, 642	Neurath, Otto 423-24	Nowinski, Marian 555	Orazi, Emmanuel 264-65	Peçoico, Alan 519	Pigouchet, Philippe 123	Postmodern Typography; Recent American Developments (Tipografia pós-moderna; desdobramentos recentes nos Estados Unidos, exposição) 613	Protas, Judy 508-09	Quedel Video 629	Alemanha 115-16
música popular (imagem conceitual) 565-68	New Directions (editora) 489	Noyes, Eliot 531	Organição de Solidariedade com a Ásia, África e América Latina (OSPAAAL) 576	Pedra de Roseta 26-27	Pine, John 158	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Proun (estilo) 373, 611	Quedel Video 629	Basileia/Lyon centros de design 145-49
Musician (revista) 633	New Haven Railroad 528	Nuremberg, Alemanha 110-18	origens da 511-12	Peignot (tipo) 362, 367	Pineles, Cipe 500	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pryde, James 344-46	Quedel Video 629	definição 125
Musselwhite, Philip 537	“New Music Media” (cartaz) 588	Nypel, Charles 232, 234	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Pelavin, Daniel 620-21	Pintori, Giovanni 523-24	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Psycle (Couperus) 277-78	Quedel Video 629	França 136-45
Muthesius, Hermann 302, 307	<i>New Specimen of Printing Types</i> (Novas amostras de tipos para impressão) 176	Oakland (tipo) 631	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Pelikán (fabricante de equipamentos e materiais de escritório) 330-31	pinturas rupestres 19-20	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Ptolomeu v (faraó) 25, 46	Quedel Video 629	Itália 125-35, 159
Muybridge, Eadweard 194-95	<i>New West</i> (revista) 507	O’Brien, John 204	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Penfield, Edward 269-71	Pioneer of modern design (Os pioneiros do desenho moderno, Pevsner) 249	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	publicação de livros. <i>Ver também</i> indústria editorial	Quedel Video 629	percepção 105-07
Myriad (tipo) 639-41	<i>New York</i> (revista) 505	Odermatt, Siegfried 478-79, 603-04	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Penguin Books 420	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Linotype (máquina) 183	Quedel Video 629	século XVII 150-52
N. W. Ayer (agência) 501	<i>New York Herald Tribune</i> (jornal) 505	Odgers, Jayme 611	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Penn, Irving 441, 450	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Monotype (máquina) 184	Quedel Video 629	Renner, Paul, 422-23
N. W. Ayer e filho 212	<i>New York Times</i> (jornal) 541, 546, 666-67	Offenbach, Jacques 250	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Pentagram (estúdio) 565, 579-80, 661, 668	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Monotype (máquina) 184	Quedel Video 629	retícula (processo de) 191-92, 211
Nabucodonosor (rei da Babilônia) 24	Newberry, Francis H. 286	Offenbach, Jacques 250	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	percepção (Renascimento) 106-07	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Publicidade ascensão da indústria 212-13	Quedel Video 629	retrô, design pós-moderno 616-18, 620-22, 627
Nações Unidas 658	Next (computadores) 431	Ohashi Atake no Yudachi (Rajada de chuva noturna na Grande Ponte próximo a Atake, Hiroshige) 248	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Pearce, Elizabeth Nitze 444, 449	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	art nouveau 273-75, 282-83	Quedel Video 629	Reuwich, Erhard 109, 110
Nadar, F T. 192-94	Nicholson, William 344-47	Ohrbach’s (loja de departamentos) 508	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Paepcke, Walter P. 443-44, 449-50, 455-56	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	cromolitografia 200-03	Quedel Video 629	<i>Rêves de sable</i> (Sonhos de areia, cartaz de filme), 656
Nagai, Kazumasa 582-84	<i>Nickel Library</i> (revista) 213	Okhota (A caça, Lebediévi) 388	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Paisagem de montanha e rio (Shitao Yuanji) 54-55	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	design pós-moderno 603-07	Quedel Video 629	revistas, indústria de 266, 270, 556, 558, 633, 635, 638. <i>Ver também</i> revistas específicas
Nakagawa, Linda 658	Nicol, W. 168	Olbrich, Joseph Maria 289, 291, 298	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Palatino (tipo) 470	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Escola de Nova York 484-86, 495, 500, 503-05, 507-510	Quedel Video 629	Revolução Americana 175
Nakajima, Hideki 649-50	Nicolau II (tsar da Rússia) 373	Oliver, Vaughan 660-61	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Palatino, Giovanni Battista 135	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	futurismo, 324	Quedel Video 629	revolução digital 626-73
Naked (Nu, Sedaris) 657	Nicolau v (papa) 99	Olivetti 501, 523	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Palatino, Giovanni Battista 135	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	identidade corporativa 525	Quedel Video 629	aberturas de filmes 658-59
Napoleão Bonaparte (imperador da França) 25, 177	Nietzsche, Friedrich Wilhelm 272	Olivetti, Adriano 523-24	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Palazzo, Peter 505	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	imagem conceitual 561	Quedel Video 629	África 658
Nast, Condé 208, 210	nieuwe kunst 273-75. <i>Ver também</i> art nouveau	Olivetti, Camillo 523-24	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Pannartz, Arnold 120-21, 125-26, 230	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Japan, 581	Quedel Video 629	cartazes 648-56
Nast, Thomas 439		Oliver, Vaughan 660-61	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	paper (tipo) 421	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	modernismo figurativo 359-66	Quedel Video 629	design de capas de livros 657-58
National Aquarium (Baltimore, Maryland) 533		Olivetti, Camillo 523-24	Orpheus (<i>Orpheu no Inferno</i> , cartaz da ópera) 250	Paper, Koenig and Lois (agência) 520	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	Pioneers of Modern Typography (Pioneiros da tipografia moderna, Spencer) 579	movimento modernista nos Estados Unidos 435-37, 443-57	Quedel Video 629	design de revistas 633-38

Reino Unido 660-63	Rogers, Bruce 236, 238-41, 266, 436	“Saison” (Temporada, cartaz) 653	Schlemmer, Oscar 404-05	Shitao Yuanji 54-55	<i>Specimen Book and Catalogue</i>	Stone, Sumner 628, 638	T	Byrne) 216-17	em Tóquio, cartaz) 584
tipografia 663-71	Rogoff, Patti 546	Saint Hieronymous Press 567	Schmale Deutsche Schrift (German Script estreito) 237	Shotoku (imperatriz do Japão) 58	1923 (Livro e catálogo de amostras 1923, American Type Founders) 238, 241	Storch, Otto 501-03	Tadashi, Masuda 582, 584	<i>The Face</i> (revista) 622-24	<i>The Sonnets to Orpheus</i> (Sonetos a Orfeu, Rilke) 620
visão geral 626-27	Roller, Alfred 291-93, 295-96, 368, 566	Saito, Makoto 549-51	Schmid, Helmut 668-69	<i>Show</i> (revista) 503-04	Type Founders) 238, 241	Stothard, Celia 663	Tailândia 20	<i>The Four Gospels</i> (Os quatro evangelhos), 421	<i>The Sphinx</i> (A esfinge, Wilde) 256-57
Revolução Industrial 174-214, 626	Rolling Stone (revista) 507, 635-37	Saks, Arnold 483	Schmidt, Joost 405, 412-13	<i>sic</i> (revista) 667	<i>Spécimen des nouveaux caractères... de P. Didot l’Ainé</i> (Amostras de novos caracteres... de P. Didot o Velho) 167	Studio Dumber 592-97, 599, 669	Talbot, William Henry Fox 186-89, 191, 194	<i>The Golden Legend</i> (A lenda dourada, Voragine) 223	<i>The Statistical Account of the United States of America</i> (Descrição estatística dos Estados Unidos da América) 162
cartazes (tipos de madeira) 180-81	Rollins, Carl Purington 498	Salis, Rudolphe 258, 261	Schöb, Anton 603-04	simetria, Nova Tipografia 420	<i>Südafrikanisches Roulette</i> (Roleta sul-africana, cartaz da peça) 570-71	tamanhos de tipos, Didot, Françoise-Ambroise 165	Tammany Hall 210	<i>The Grammar of Ornament</i> (A gramática do ornamento) 196-97	<i>The Story of King Arthur and His Knights</i> (A história do rei Artur e seus cavaleiros, Pyle) 211
cromolitografia 199-204	Roma (antiga) 43-47, 65, 131	Salisbury, Mike 507	Schoeffler, Peter 101-04, 107, 109, 120, 223	Símias de Rodas 321	Sudler and Hennessy (agência) 519	Tanaka, Ikko 583-85	Tartakover, David 655-56	<i>The Horse in Motion</i> (O cavalo em movimento, fotografia serial, Muybridge) 195	<i>The Story of the Glittering Plain</i> (A história de planície resplandescente, Morris) 223-24
design editorial e publicitário, EUA 207-13	Romain du Roi 154-55, 159, 163-64	Salomon, Antoine 147	Schoenmakers, M. H. J. 389	Simonneau, Louis 154	Sugisaki, Shinnoske 663-64	Tardiff, Melissa 646	Tassel, Emile 249	<i>The House Beautiful</i> (A bela casa, Gannett) 285-86	<i>The Studio</i> (periódico) 254-55, 286
fotografia 183-96	Ros, Lies 598	Salomon, Bernard 147, 383, 385	Schoensperger, Johann 118	Simpson Paper Company (mala direta) 614-15	Suíça. <i>Ver também</i> Basileia, Suíça	Team, Virginia 564	Tátlin, Vladimir 374, 385	<i>The Lover</i> (O amante, Duras) 620	<i>The Story of the Glittering Plain</i> (A história de planície resplandescente, Morris) 223-24
ilustrações para crianças 206-07	Rosa (padrão para tecidos) 218	Salomon, Bernard 147, 383, 385	Schraivogel, Ralph 663, 665	sinalização	revolução digital 663	tecnologia eletrônica, desenvolvimento da 578-79. <i>Ver também</i> revolução digital	Taupin, Bill 509	<i>The Man with the Golden Arm</i> (O homem do braço de ouro, filme) 495	<i>The Story of the Glittering Plain</i> (A história de planície resplandescente, Morris) 223-24
imagens populares 196-97	Rossetti, Dante Gabriel 217-18, 239	Salutations (Cumprimentos) 273	Schröder, Rob 598	Jogos Olímpicos 539-45	Estilo Tipográfico Internacional 463, 471-80	desenvolvimento da 578-79. <i>Ver também</i> revolução digital	Teige, Karel 400-01	<i>The Medium is the Massage</i> (O meio são as massa-gens, McLuhan) 637-38	<i>The Studio</i> (periódico) 254-55, 286
imprensa 181-83	Rossetto, Louis 637	Samarcanda (produção de papel) 91	Schultema, Paul 430-31, 590	transportes 538	modernismo figurativo 350-51	design pós-moderno 603-05	Telingater, Salomon 383	<i>The Merry Adventures of Robin Hood</i> (As alegres aventuras de Hobin Hood, Pyle) 211	<i>The Tempest</i> (A tempestade, cartaz da peça) 665-66
inovação tipográfica 175-79	Rot, Dieter 499	Sand Dunes near Sand Springs (Dunas próximo a Sand Springs) 195	Schulte, Lynn 622	sinetes cilíndricos 24, 33	design pós-moderno 603-05	Renascimento 145-49	Template Gothic (tipo) 640	<i>The New York Daily Graphic</i> (jornal) 191	<i>The Three Brides</i> (As três noivas, Toorop) 254-55
litografia 197-99	Rouault, Georges 340	Sandberg, Willem 430-32	Schumacher & Ettlinger 202	sintaxe 466	sumérios 21-23, 25, 29, 33	sumérios 21-23, 25, 29, 33	Ten Cate Bergmans (escritório de design) 598	<i>The New York Daily Graphic</i> (jornal) 191	<i>The Threepenny Opera</i> (A ópera dos três vinténs) 558-59
mecanização da composição 183-85	roupas Santa Cruz (cartazes) 616	Sandford, John Lyle 646	Schwitters, Kurt 329-31, 335, 378, 391, 393	“Sir John Herschel” 187, 193	“Sunrise Sunset” (Pôr-do-sol do amanhecer, cartaz) 650-51	“Sunrise Sunset” (Pôr-do-sol do amanhecer, cartaz) 650-51	Tepl, Johannes von 107	“The New York School: The First Generation” (Escola de Nova York: a primeira geração, Danziger) 562	<i>The Universal Penman...</i> <i>Exemplified in all the Useful and Ornamental Branches of Modern Penmanship, &c.; The Whole Embellished with 200 Beautiful Decorations for the Amusement of the Curious</i> (O calígrafo universal... exemplificado em todos os ramos úteis e ornamentais da caligrafia moderna etc; tudo embelezado com 200 lindas decorações para a diversão dos curiosos) 157
quadros para cartazes 204	Roycroft Press 230	San Francisco, Califórnia, designers de 601, 616	Scitex (sistemas) 629	Sirowitz, Len 509	Stamperia Reale 163-64	Stanhope, Lorde 194	Terceiro Mundo (cartazes) 574-76	<i>The Next Call</i> (revista) 428-29	<i>The Works of Geoffrey Chaucer</i> (As obras de Geoffrey Chaucer) 224-25, 237
tipografia vitoriana 213-14	Rubeis, Laurentius de 127	San Francisco, Califórnia, designers de 601, 616	Scott, Douglas 499	sistema de pontos (Didot, Françoise-Ambroise) 165	Ständebuch (Livro de ofícios) 98	Stanhope, Lorde 194	Teuere dank 118	<i>The Notebooks of Malte Laurids Brigge</i> (Os cadernos de Malte Laurids Brigge, Rilke) 621	<i>The Yellow Book</i> (revista) 255
visão geral 174-75	Rudolf, Emil 471-72, 605, 652, 668-69	San Francisco, Califórnia, designers de 601, 616	Screen Gems 533	sistema fabril 174-75. <i>Ver também</i> Revolução Industrial	Staedelin, Georg 580	Stankowski, Anton 466-68, 499	Texto em 3D 534	<i>The Octopus</i> (O polvo, Coburn) 341	Thompson, Bradbury 492-94, 499
Revolução Russa 373, 377	Ruffins, Reynolds 526, 555-56	Sang-Soo, Ahn 667-68	Scribner’s Monthly (revista) 211-12	sistemas de identidade visual 534-36	Stamperia Reale 163-64	Stanton, Frank 524-27	<i>The Alphabet</i> (O alfabeto, Goudy) 238	<i>The Recuyell of the Historyes of Troye</i> (Compilação das histórias de Troia) 256	Thonik (estúdio de design) 671
Rhead, Louis 230, 265-66, 269	Runyan, Robert Miles 544	Sang-Soo, Ahn 667-68	Scriptura scottica (escrita insular) 71	534-36	Stände ­ buch (Livro de ofícios) 98	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Terrazas, Eduardo 540-41	<i>The Pencil of Nature</i> (O lápis da natureza, Talbot) 188-89, 196	
<i>Rhinocerus</i> (Rinoceronte, prospecto, Dürer) 115-16	Rural Electrification Administration (Administração da Eletrificação Rural) 438	Sans-serif (tipo) Behrens, Peter 398-301	Secessão Vienense 263, 289-90, 293-96, 298, 349, 566	Skolos, Nancy 665-66	Stankowski, Anton 466-68, 499	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Terry, Shannon 616-17	<i>The Power of Print and Men</i> (O poder da impressão e os homens, Dreyer) 436	
Richards Group 564-65	Ruskin, John 217-18, 227	Behrens, Peter 398-301	Segunda Guerra Mundial 358, 360, 368, 371, 413, 420, 430, 432, 434, 441, 447, 467, 483, 486, 510, 522, 529, 547-48, 580, 588-89, 617-18	<i>Sleeping Woman</i> (Mulher dormindo, Ray) 343	Stardewick, Museu (Amsterdã, Holanda) 591	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Testa, Armando 548	<i>The Quarterly</i> (periódico) 620-21	
Richards, Stan 564	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	inovação do 175-79	Estilo Tipográfico Internacional 468-70	Slimbach, Robert 639-41	Stedelijk, Museu (Amsterdã, Holanda) 591	Starkowski, Franciszek 549-51, 533	Teuere dank 118	<i>The Recuyell of the Historyes of Troye</i> (Compilação das histórias de Troia) 256	
Ricketts, Charles 256-58	Russolo, Luigi 323	Estilo Tipográfico Internacional 468-70	Nova Tipografia 421-23	<i>Slovanská epopej</i> (Épico eslavo, murais, Mucha) 264	Steinhaus, Bert 509	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Texas Monthly (revista) 636	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Ricordi, Giulio 280-82	Rutherford (máquina de composição fotográfica) 511	Nova Tipografia 421-23	sânscrito 38-39	Smith, Ernie 519	Steinlen, Théophile-Alexandre 258, 260-61	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	texto em 3D 534	<i>The Chap Book</i> (periódico) 266-68	
Rietveld, Gerrit 393-94	Rushworth, John 661	Nova Tipografia 421-23	São Francisco de Assis 229	Smith, Jesse Willcox 356	Steinweiss, Alex 490, 492	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	<i>The Alphabet</i> (O alfabeto, Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Riley, Michael 658	Ruskin, John 217-18, 227	Sans-serif (tipo) Behrens, Peter 398-301	Sant’Eliá, Antonio 324	<i>Smithsonian</i> (periódico) 494	Steinweiss, Alex 490, 492	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Rimbaud, Arthur, 490	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	inovação do 175-79	“Sarah Bernhardt” 193	Selos postais 592-93, 598-99, 621	Stenber, Georgii 383, 386	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Teuere dank 118	<i>The Chap Book</i> (periódico) 266-68	
Rimmel, Eugene 251	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Estilo Tipográfico Internacional 468-70	sarcófago de Aspalta (rei da Etiópia) 28-29	Socialismo 218	Stenber, Vladimir Avgústovitch 383, 386	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Texas Monthly (revista) 636	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Ritchie Press 489	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Saspatch, Conrad 96	Sociedade de Artes Unidas 222	Stentner, Dugald 506-07	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	texto em 3D 534	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Ritter, John 634	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Sato, Koichi 588	Sociedade de Exposições de Artes e Ofícios 222	Stern, Bert 515	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	<i>The Alphabet</i> (O alfabeto, Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Rivera, José de 497	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Saturday Evening Post (revista) 184, 355, 445, 503, 515	Soffici, Ardengo 320	Stern, Sol 506	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Riverside Press 239	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Saturday Evening Post (revista) 184, 355, 445, 503, 515	Solidariedade (movimento, Polônia) 554-55	Stettler (tipo) 512	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Teuere dank 118	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Riverside Print Company of Milwaukee 203	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Saul Bass & Associates 533-34	Solomon, Barbara Stauffacher 602	Stieglitz, Alfred 328	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Texas Monthly (revista) 636	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Robert, Nicolas-Louis 182	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Solomon, Barbara Stauffacher 602	Stoeklin, Niklaus 350-51	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	texto em 3D 534	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Robinson, Phyllis 507	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Somerville, William 169	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	<i>The Alphabet</i> (O alfabeto, Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
<i>rock-and-roll</i> 507, 553, 566, 622, 636-37, 660	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	<i>Songs of Innocence</i> (Canções de inocência, Blake) 167-68	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Rockefeller Center 533	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Socialismo 218	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Teuere dank 118	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Rockner, Vincenz 118	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Sociedade das Artes Unidas 222	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Texas Monthly (revista) 636	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
rococó (estilo) 154-57, 250, 262	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Sociedade de Exposições de Artes e Ofícios 222	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	texto em 3D 534	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Rodriguez, Gabriela 673	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Soffici, Ardengo 320	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	<i>The Alphabet</i> (O alfabeto, Goudy) 238	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Ródtchenko, Aleksandr 374-75, 381-85, 622	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Solidariedade (movimento, Polônia) 554-55	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Teuere dank 118	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	
Roericht, Hans “Nick” 535	Rússia, construtivismo 372-96. <i>Ver também</i> União Soviética	Nova Tipografia 421-23	Savignac, Raymond 499, 562-63	Solomon, Barbara Stauffacher 602	Stols, A. A. M. (Sander) 232, 234-45	Starowiejski, Franciszek 549-51, 533	Texas Monthly (revista) 636	<i>The Century Guild Hobby Horse</i> 219-20	

Thorne, Robert 176-77	Reino Unido 579-80	transporte público (anúncios) 309	U	Van Gastel, Mikon 658	Visible Language Workshop (Oficina de Linguagem Visual, vLW) 660	Webb, Philip 217-18	Woodward, Fred 635-37
Thorowgood, William 176-78	tipograma 512	Transworld Skateboarding 633	<i>U&lc</i> (periódico) 517-19	Van Gogh, Vincent 250, 270, 389	Visual Graphics Corporation 514	Wedell, Thomas 665-66	Worde, Wynkyn de 122
3 <i>Tragedies</i> (3 Tragédias, García Lorca) 490	tipos móveis China 61-62	Treidler, Leo 64	<i>Über das Geistige in der Kunst</i> (Do espiritual na arte, Kandinski) 339	Van Krimpen, Jan 232-36	Vita <i>et fabulae</i> (Vida e fábulas) 109	Weil, Daniel 661	<i>World Geo-Graphic Atlas</i> (Atlas geo-gráfico mundial, cca) 455-57
Tiepolo, Giovanni Batista 251	Europa 95-104	Trepkowski, Tadeusz 548-49	ukiyo-e 243-48	<i>Van nu en straks</i> (De hoje e amanhã, periódico) 272	Vitae Duodecim Vicecomitum (Biografia dos doze primeiros milaneses) 142	Weingart, Wolfgang 499, 601, 605-09, 611	World Wide Web (rede mundial de computadores) 644-48. <i>Ver também</i> revolução digital
Tietze, Richard G. 209	tipos. <i>Ver também</i> tipografia abertura e fundição 154	<i>Tribune de Lausanne</i> (Tribuna de Lausanne, Leupin) 562-63	Unas, pirâmide de 30 unciais	Van Pieteron, Lex 595-96	Vitória (rainha da Inglaterra) 196	Weintraub (agência de publicidade) 487	World's Fair (Nova York, 1939) 363, 441
Tiffany, Louis Comfort 248	Behrens, Peter 299-301	<i>Troilus & Cressida</i> (Troilo & Créssida, cartaz da peça) 665-66	alfabeto grego 41	Van Royen, Jean François 232, 235-36, 592	Vivaldi, Antonio 480	Wells, Darius 180	<i>Wozzeck</i> (Berg) 552
<i>Time</i> (revista) 667	construtivismo 392-94	Troxler, Niklaus 652-54	manuscritos ilustrados 66	Vanderbyl, Michael 614-15	Vivarelli, Carlo L. 474	Wendingen (estilo) 273	<i>Wren's City Churches</i> (As igrejas urbanas de Wren, Mackmurdo) 219-20
Time Warner 533	design moderno 284	Troy (tipo) 223	<i>Under the Window</i> (Sob a janela, Greenaway) 207	Vanderlans, Rudy 629-31, 640-41	VizAbility (cd-rom interativo) 644, 645	<i>Where Water Comes Together with Other Water</i> (Onde a água vem com outra água, Carver) 620	Wright, Frank Lloyd 285-86, 372-73, 394, 396
<i>Times</i> (jornal, Londres) 182, 423	design retrô 616-21	Trump, Georg 529	<i>Underweisung der Messung mit dem Zirckel um Richscheyt</i> (Um curso na arte de medir com o compasso e a régua) 115-17	Vandyke, Peter 629-31, 640-41	Vogel, Heinrich 480	Westinghouse Corporation 531	Wurman, Richard Saul 647
Times New Roman (tipo) 423, 516, 538	fotocomposição 510-19	Tsang Chieh 51	<i>Une Semaine de bonté</i> (Uma semana de bondade, Ernst) 337	Vandvoort, Pieter 629-31, 640-41	Vogue (Voga, revista) 439, 441, 452, 500, 560	Westvaco Inspirations 492-94	Wynman, Lance 539-41
Times Roman (tipo) 506, 516	futurismo 318-23	Tscherny, George 496-97, 499	União Soviética	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Volkswagen 508-09	<i>Where Water Comes Together with Other Water</i> (Onde a água vem com outra água, Carver) 620	Wynn, Dan 502
Timóteo 40	identidade corporativa 523-25, 529-532, 535-36	Tschichold, Jan 381, 414-18, 420, 423, 428, 434-37, 499, 605	construtivismo 372-89	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Voragine, Jacobus de 223	Whitman, Walt 230	
tinta	indústria de revistas 204, 211	Tsirk (O circo, Lebediév) 388-89	tipos 380-81	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vorkurs (curso básico) 463	Whittingham, Charles 216	X
Baskerville, John 160-61	livro ilustrado alemão 118	Turkana, lago (Quênia, África) 18	Uniform Resource Locator (Localizador Uniformizado de Recursos, URL) 646	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	vpro-digital (agência) 670	Why Man Creates (Por que o homem cria, filme) 496	xilografia
tipos móveis 99	modernismo figurativo 347-49, 367	Turner, J. M. W. 251	Unigrid (sistema) 537-38	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vu (revista) 441	Why Not Associates 660-61	definição 90
tipografia móvel 102	movimento <i>arts and crafts</i> 222-32, 237-42	Turkmenistan, República da 18	Unimark (firma de design) 536	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widdershoven, Thomas 671	japonesa 206
tipografia <i>new wave</i> (design pós-moderno) 605-13	movimento dadaísta 334-35	<i>Turn of the Century</i> (Na virada do século, Andersen) 657	Univers (tipo) 468-70, 472, 517, 541, 609, 641	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Wiener Werkstätte (Seminários de Viena) 297, 620	cartaz xilográfico 180-81
tipografia. <i>Ver também</i> tipos específicos; Estilo	metrô de Londres 309	Turner, J. M. W. 251	Uniform Resource Locator (Localizador Uniformizado de Recursos, URL) 646	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Wijdeveld, Hendricus Theodorus 377, 394, 396	
Tipográfico Internacional; impressão	tipos móveis 95-97	Turkmenistan, República da 18	Unigrid (sistema) 537-38	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Wild Plakken 594, 598-99	Y
Bauhaus 405-07, 409-23	Renascimento 134-36	<i>Turn of the Century</i> (Na virada do século, Andersen) 657	Unimark (firma de design) 536	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Wilde, Oscar 255-56	Yamashiro, Ryuichi 580-81
construtivismo 376-89, 400-01	revolução digital 629-633, 638-43, 646-48, 668-69	Turner, J. M. W. 251	Univers (tipo) 468-70, 472, 517, 541, 609, 641	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	<i>William Tell Overture</i> (Guilherme Tell Abertura, disco) 564	Yeager, Herb 533
definição 90	Tissi, Rosmarie 478-79, 603-04	Turrecremata, cardeal 120	Universidade de Yale, Escola de Arte da 490, 497-98	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	Yokoo, Tadanori 584, 587
design pós-moderno 601, 603-05	<i>Tokaido Gojusantsugi</i> (Cinquenta e três etapas do Tokaido, Hiroshige) 247	Tut-mes III (rei do Egito) 30	urbanização, Revolução Industrial 174-75	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	Young and Rubicam Advertising 511
era vitoriana 213-14	Tipográfico Internacional; impressão	Tweed, William Marcy 210	Utamaro, Kitagawa 244-46	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	Young, Thomas 25
Escola de Nova York 489-94, 498-506, 510-19	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Twen</i> (periódico) 568-69	Utopia 145	Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	Yuan Chao Meng-fu 56
Estilo Tipográfico	Tipográfico Internacional; impressão	Twombly, Carol 639-41		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
Internacional 462-83	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typografische Monatsblätter</i> (revista) 607-09		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
fotocomposição 510-19	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typographische Monatsblätter</i> (revista) 607-09		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
fotografia 430, 433-34, 501, 619-20	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typographica</i> (periódico) 238, 579		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
Holanda 425-32, 589-94	Tipográfico Internacional; impressão	<i>12 Typographical Interpretations</i> 612		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
identidade corporativa 534-35	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typographische Mitteilungen</i> (Comunicações tipográficas) 415		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
imagem conceitual 571	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typography: A Manual of Design</i> (Tipografia:um manual de design, Ruder) 472		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
movimento modernista nos Estados Unidos 435-36, 450	Tipográfico Internacional; impressão	<i>Typologia</i> (Tipologia, Goudy) 238		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
movimento <i>arts and crafts</i> 227-232	Tipográfico Internacional; impressão	Tzara, Tristan 325, 335		Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
revolução digital 633-41, 663-71	Tipográfico Internacional; impressão			Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
invenção da 90	Tipográfico Internacional; impressão			Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
mecanização da 183-85	Tipográfico Internacional; impressão			Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
moderna 163-67	Tipográfico Internacional; impressão			Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	
percepção 107	Tipográfico Internacional; impressão			Vandyke, Pieter 629-31, 640-41	Vynil (revista) 670	Widder, Oscar 255-56	

Créditos das imagens

Abedini, Reza **24.71**, **24.72**

Adigard, Erik/*MAD*, revista *Wired*, janeiro, 1993. Erik Adigard/*MAD* e John Plunkett (designers), John Plunkett, Barbara Kuhr (diretores de arte) **24.80**

Adobe Systems, Inc. Carol Twombly **24.23**, **24.25** Robert Slimbach **24.24**

AEG Firmen-archiv, Frankfurt/M., Alemanha **12.41**

Agora Excavations, American School of Classical Studies, Atenas **2.13**, **2.14**

Alma Law Archive, Scarsdale, NY **15.26**, **15.27**

Anderson, Charles S. **23.46**, **23.50**, **23.51**, **24.45**

Beeke, Anthon **22.38**

Apple Computer, Inc. **24.1**, **24.2** © 1983, usado com autorização. Todos os direitos reservados.

Armando Testa S.p.A. **21.1**, **21.2**

Artists Rights Society (ARS), Nova York ©**2006** ARS/ Beeldrecht, Amsterdã **14.56**, ARS/SIAE, Roma **13.17**, ARS/vg Bild-Kunst, Bonn **11.69**, **12.10**, **12.37**, **15.16**, **17.29**

Asaba, Katsumi **24.75**

Asia Society, Nova York, da coleção do dr. Paul Singer **3.5**

Athenaeum-Polak & Van Gennepe, Amsterdã **15.47**, **15.52**

Aufuldish, Bob **24.43**, **24.44**

© licenciado por **AUTVIS, Brasil**, **2009** **13.24**, **15.56**, **15.57**, **15.45**, **15.44**, **13.08**, **12.38**, **15.13**, **15.09**, **15.18**, **15.53**, **15.10**, **15.15**, **15.22**, **15.24**, **15.23**, **15.12**, **15.11**, **15.21**, **15.14**, **15.08**, **15.60**, **17.09**, **13.06**, **13.07**, **13.05**, **13.09**, **13.11**, **13.12**, **13.20**, **13.19**, **13.21**, **12.01**, **15.01**, **13.39**, **16.43**, **13.41**, **15.36**, **15.35**, **15.37**, **15.34**, **13.26**, **21.10**, **21.09**, **17.24**, **14.50**, **16.04**, **16.22**, **13.46**, **13.28**, **13.30**, **13.27**, **13.29**, **14.21**, **14.14**, **14.20**, **14.12**, **14.06**, **14.07**, **14.35**, **14.33**, **14.31**, **14.34**, **14.36**, **14.32**, **16.01**, **11.76**, **18.04**, **18.05**, **13.42**, **14.51**,

13.48, **12.48**, **12.45**, **12.39**, **12.44**, **12.34**, **12.43**, **12.46**, **12.42**, **11.67**, **12.49**, **12.32**, **12.33**, **22.34**, **11.58**, **15.51**, **13.47**

Baer, Roger (fotógrafo) **16.12**

Bass, Saul **19.19**, **19.21**, **19.22**, **20.28**

Bauhaus Archiv **8.18**, **8.19**

Baumberger, Otto **14.18**

Bayer, Espólio de Herbert **16.5**, **16.14**, **16.15**, **16.18**, **16.19**, **16.20**, **16.21**, **17.30**, **17.31**, **17.35**, **17.36**, **17.51**

Bayerisches National Museum **9.22**

Beail, Estate-of Lester **17.6**, **17.7**, **17.8**, **17.28**, **20.22**, **20.23**

Beeke, Anthon **22.38**

Beltran, Felix **24.111**

Biblioteca Apostólica Vaticana (Vaticano) **2.20**, **4.1**, **4.3**.

Biblioteca Nacional, Madri **4.12**, **4.13**, **4.14**

Bibliothèque Nationale de France **4.2**, **8.1**, **8.2**, **9.35**

Bierut, Michael **24.106**

Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz/Art Resource, NY **1.24**, **2.10**

Binder, Herança de Joseph **14.55**, **17.18**, **17.26**.

Birmingham Public Library, Birmingham, Inglaterra; Reference Library, Local Studies Dept. **8.11**

Blumenfeld, Erwin/Vogue ©**1945**

Conde Nast Productions, Inc. **17.16**

Bodeleian Library, University of Oxford **4.15**, **4.16**

Brade, Helmut **24.46**

British Library, por autorização **3.13**, **4.6**, **15.4**

British Museum **1.8**, **1.16**, **1.17**, **1.25**, **1.26**, **2.3**, **4.10**.

Brody, Neville **23.52**, **23.53**, **23.54**

Carson, David **24.12**, **24.13**, **24.14**

Carter, Matthew **24.27**

CBS **20.4**, **20.5**, **20.8**, **20.9**, **20.10**

cbs Records **19.14**, **21.39**, **21.40**, **21.32**

Cher, Paula **24.96**, **24.97**

Chermayeff & Geismar Associates **19.25**, **19.27**, **20.25**, **20.26**

Chermayeff, Ivan/Chermayeff & Geismar **19.26**

Chwast, Seymour **21.24**, **21.25**, **21.26**,**21.27**

Cieslewicz, Roman **21.7**, **21.13**, **21.14**

Coleção Particular **9.5**, **21.12**

Commune di Como, Como, Itália **13.18**

Cook and Shanosky Associates, Inc. **20.42**, **20.43**

Cooper, Kyle, Prologue Films, com autorização de Columbia Tristar Motion Picture Group. **24.78**, **24.79**

Cooper Union, Herb Lubalin Study Center, Nova York, NY **19.56**, **19.57**, **19.58**, **19.59**, **19.60**, **19.61**, **19.62**, **19.63**, **19.64**, **19.65**, **19.66**, **19.67**, **19.68**

Cronan, Michael **23.37**

Crouwel, Wim **22.32**

D. Stempel AG, Frankfurt/M., Alemanha **10.36**

Davis, Paul **21.31**

de Harak, Rudolph **18.40**, **18.41**, **18.42**

Doyle Dane Bernbach, Nova York **19.47**, **19.48**, **19.49**, **19.50**, **19.52**

Duffy Design Group **23.47**, **23.48**, **23.49**

Egyptian Museum **1.15**

Eisenman, Alvin **19.28**, **19.29**

Emigre Graphics **24.6**, **24.7**, **24.8**, **24.26**

Escher, Ghisiain (Gieijijn) **Daphnis** **22.40**, **22.41**, **22.42**

ExLibris, Nova York **15.31**, **19.8**, **19.9**, **19.10**, **19.11**, **19.12**

Federico, Gene **19.53**

Fella, Edward **24.10**, **24.11**

Fili, Louise **23.41**

Fletcher, Alan **22.3**

© **Fondation Gala – Salvador Dali**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.44**

Freer Gallery of Art and Arthur M. Sackler Gallery Archives, Smithsonian Institution, Washington, dc, Purchase, F1931.4 **3.9**

Friedman, Dan **23.17**, **23.18**, **23.19**, **23.20**

Frost, Vince **24.88**

Frutiger, Adrian **18.13**, **18.14**

Fukuda, Shigeo **22.24**, **22.25**, **22.26**

Geissbuhler, Karl Domenic **24.65**, **24.66**

Geissbuhler, Steff **23.7**, **23.8**

General Electric Company **11.38**

George Eastman House, Rochester, NY **9.31**, **9.32**, **9.33**, **9.34**, **9.36**, **9.38**, **13.49**, **13.50**

German Montalvo **24.113**

Giusti, George **17.46**

Glaser, Milton **21.18**, **21.19**, **21.20**, **21.21**, **21.22**, **21.23**

Goines, David Lance **21.48**

Goldberg, Carin **23.43**

Gorman, Patricia **20.61**, **20.62**, **20.63**, **20.64**, **24.30**

Grapus **21.64**

Greiman, April **23.21**, **23.22**, **23.24**, **23.25**, **24.4**, **24.5**, **24.32**

Halpern, Harvey **1.3**

Hard Werken (hoje Inizio Group bv, Amsterdã) **22.45**, **22.46**, **22.47**

Harper's Bazaar Magazine **17.13**

Harry Ransom Humanities Research Center, The University of Texas at Austin **9.20**, **9.21**

He, Jianping, Hesign Studio, Berlim **24.56**

Helfand, Jessica **24.36**, **24.37**, **24.38**, **24.39**, **24.40**, **24.41**

Hellenic Republic **2.2**

Her Majesty's Stationary Office, Norwich, Reino Unido **14.37**

Herdeg, Walter **16.65**

Herrera, Luis Almeida, fotografia: Lourdes Almeida **24.12**, **24.13**

Hiebert, Kenneth **23.28**

Hill, John **17.41**, **17.43**, **17.44**, **19.30**, **20.12**, **10.13**

Hofmann, Dorothea **18.20**, **18.21**, **18.22**, **18.23**, **18.24**

Houghton Library

fGC9.R4574.LV58o, Dept. of Printing & Graphic Arts, Harvard College Library **12.17**

Typ 515 31.339, Dept. of Printing & Graphic Arts, Harvard College Library **7.32**

Howard Gottlieb Archival Research Center at Boston University **6.12**, **6.16**, **7.16**, **7.17**, **7.27**, **7.28**, **7.38**, **8.13**, **10.18**, **10.19**, **10.20**, **10.23**

Huber, Max **18.7**, **18.8**

Igarashi, Takenobu **22.17**, **22.18**, **22.19**, **22.20**

Ilić, Mirko **24.102**

Imboden, Melchior **24.94**, **24.95**

International Poster Gallery **11.73**, **11.75**, **11.77**, **11.78**

Iraq Museum, Bagdá **1.9**

Issue 3, Spring 2004 **24.88**

Jefferson Smurfit Corporation **17.21**, **17.22**, **17.32**, **17.34**, **17.52**, **17.53**

Jeker, Werner © 2000, fotografia: Maria Del Curto **24.58**

Johnson, Michael, Johnson Banks **24.84**

Judith Rothschild Foundation **13.4**, **15.42**

Kabelfabriek, Delft **16.47**, **16.48**, **16.49**, **16.50**

Kamekura, Yusaku **22.7**, **22.8**, **22.11**, **22.12**

Kath, Gitte **24.47**, **24.48**

Katsui, Mitsuo, © 1998, GALA. **24.55**

Kazumasa, Nagai **22.14**

Kidd, Chip, fotografia: Peter Zeray/Phononica **24.73**

Photography © Corbis/UPI **24.74**

Kieser, Gunther **21.49**, **21.50**

Kim, Kum **2.22**, **2.23**, **2.24**

Kisman, Max **24.109**

Kitching, Alan **24.89**, **24.90**

Kunz, Willi **23.25**, **23.27**

Le Coultre, Martijn F. (coleção de) **11.10**, **11.25**, **11.28**, **11.74**, **14.1**, **14.9**, **14.17** (ver Leupin), **14.18** (ver Baumberger), **14.26**, **14.40**, **14.44**, **14.47**, **15.32**, **15.33**, **15.58**, **15.59**, **15.61**, **16.21** (ver Bayer), **16.31** (ver Tschichold), **18.23** (ver Hofmann), **20.1** (ver Pinton), **21.11**, **21.13** (ver Cieslewicz), **21.37** (ver Leupin), **21.38** (ver Savignac), **21.44** (ver Wilson), **21.45**, **21.46** (ver

Moscoso), **22.40**, **14.16**, **14.17**, **14.18**, **21.37**, **21.38**

Leibowitz, Robert and June **13.35**, **15.2**, **15.3**, **15.7**, **15.38**, **15.39**, **15.40**, **15.41**, **15.65**, **15.67**, **15.68**, **16.56**

Levy, Jean-Benoît, fotografia: Adriano Biondo **24.59** fotografia: Robert Schlatter **24.60**

Library of Congress, Washington, dc **3.15** Coleção Rosenwald **6.11**

Coleção de Cartazes **11.62**

Linotype Company, Hauppauge, NY **9.17**, **9.18**

Loesch, Uwe **24.67**

Lois, George **19.71**, **19.72**, **19.73**, **19.74**, **19.75**

Longhauser, William **23.30**

Lou Danziger **21.35**, **21.36**

Louie, Lorraine **23.44**

Lukova, Luba **24.49**, **24.50**

Lustig, Elaine **19.13**

M-a-D **24.81**

Maeda, John **24.82**

Magallanes, Alejandro **24.115**, **24.117**

© **MAN RAY TRUST**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.51**, **13.52**, **13.54**, **15.53**

Manwaring, Michael **23.35**, **23.36**

Massachusetts Institute of Technology **18.43**, **18.44**, **18.45**, **18.46**

Massin, Robert **21.59**, **21.60**, **21.61**, **21.62**, **21.63**

Matsunaga, Shin **24.54**

Matter, Estate of Herbert **16.62**, **16.63**, **16.64**, **17.40**, **17.41**, **17.42**, **17.43**, **17.44**, **17.45**, **20.12**, **20.11**

Matthies, Holger **24.68**

Maviyane-Davies, Chaz **24.76**, **24.77**

Max, Peter **21.47**

McCoy, Katherine **24.9**

McMullan, James **21.30**

Meggs, Philip **1.2**, **1.16**, **1.19**, **2.1**, **3.1**, **3.8**, **3.14**, **3.16**, **3.18**, **5.1**, **5.2**, **5.4**, **5.5**, **5.10**, **5.12**, **5.15**, **6.1**, **6.2**, **6.4**, **6.13**, **6.15**, **6.17**, **6.21**, **6.26**, **7.3**, **7.4**, **7.5**, **7.19**, **7.24**, **7.25**, **7.40**, **7.43**, **8.3**, **8.5**, **8.22**, **9.1**, **9.2**, **9.3**, **9.4**, **9.6**, **9.7**, **9.8**, **9.9**, **9.10**, **9.11**, **9.12**, **9.13**, **9.15**, **9.26**, **9.27**, **9.30**, **9.43**, **9.45**, **9.46**, **9.51**, **9.54**, **9.55**, **9.56**, **9.59**, **9.60**, **9.64**, **10.2**, **10.8**, **10.9**, **10.10**, **10.11**, **10.12**, **10.13**,

10.15, **10.16**, **10.21**, **10.22**, **10.24**, **10.25**, **10.26**, **10.35**, **10.37**, **10.38**, **10.40**, **10.43**, **11.1**, **11.2**, **11.3**, **11.4**, **11.5**, **11.6**, **11.7**, **11.11**, **11.12**, **11.13**, **11.14**, **11.15**, **11.17**, **11.18**, **11.19**, **11.20**, **11.23**, **11.24**, **11.26**, **11.27**, **11.29**, **11.30**, **11.36**, **11.42**, **11.43**, **11.45**, **11.52**, **11.53**, **11.59**, **11.55**, **11.66**, **11.68**, **11.69**, **12.2**, **12.6**, **12.7**, **12.8**, **12.9**, **12.10**, **12.11**, **12.12**, **12.13**, **12.15**, **12.18**, **12.20**, **12.21**, **12.22**, **12.23**, **12.24**, **12.25**, **12.26**, **12.27**, **12.28**, **12.29**, **12.30**, **12.31**, **12.37**, **12.47**, **12.51**, **13.2**, **13.22**, **13.40**, **14.8**, **14.10**, **14.22**, **14.24**, **14.25**, **14.30**, **14.52**, **15.16**, **15.17**, **15.43**, **15.48**, **15.62**, **15.63**, **16.36**, **16.37**, **16.38**, **16.40**, **16.46**, **16.57**, **16.58**, **17.3**, **17.4**, **17.10**, **17.11**, **17.12**, **17.23**, **17.27**, **17.38**, **17.39**, **18.6**, **18.25**, **19.45**, **21.3**, **21.5**, **21.52**, **21.65**, **21.66**, **21.67**, **22.6**

Metropolitan Museum of Art, Nova York, fotografias, todos os direitos reservados The Metropolitan Museum of Art. Aquisição, por troca, 1911 (11.217.29)

1.7 Coleção Elisha Whittelsey, The Elisha Whittelsey Fund, 1949 (49.70.64) **7.45**

Fletcher Fund, 1924 (24.97. 21a,b) **2.16**

Doação de Paul Pelliot, 1924 (24.114.1.4)

3.17 Harris Brisbane Dick Fund, 1936 (36.37) **9.23**

Rogers Fund, 1922 (22.67.15) **7.44**

Rogers Fund, 1918 (18.32.1) **7.39**

Meyer, Rudi e Theatre du Chatelet **24.61**, **24.62**

MIT Press **20.29**, **20.30**

Moguzzi, Bruno **23.9**

Moholy-Nagy, herança de László **16.7**, **16.8**, **16.9**, **16.10**, **16.11**, **16.17**

Mok, Clement **24.42**, **24.43**

Moscoso, Victor **21.45**, **21.46**

Montalvo, German **24.114**

Mosley, James (fotógrafo) **2.17**, **2.18**, **2.21**

Ms., revista **19.44**

© **Mucha Trust, Mucha, Alphonse**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **11.32**, **11.33**, **11.34**, **11.35**

Müller-Brockmann, Josef **18.26**, **18.28**, **18.29**, **18.30**, **18.32**, **18.34**, **18.35**

Musée Carnavalet, Paris **9.53**

Museu de Arte de Toledo

aquisição do museu, 1925.17 **6.20**, aquisição do museu, 1957.24 **7.37**

Musée de la Publicité, Paris **11.8**

Musée de la Publicité, Paris **11.9**

Musée des Antiquités Nationales, St. Germain-en-Laye, França **1.4**

Museum of Decorative Arts, Praga **17.47**, **17.48**, **17.49**, **17.50**

Museum of Fine Arts, Boston, Acc. 98.706, cabo de hematita sobre cilindro de pedra preciosa entalhada, 5,3 x 2,2 cm, Henry Lillie Pierce Fund **1.12** Acc. 12.978, 3,4 x 3,1 cm, doação do sr. e sra. Donald P. Edgar **1.13**, **1.14** Acc. 13.3532; **1.18** Acc. 24.593, 119 x 79 cm, adquirido dos Services des Antiquités do Egito **1.20**

Acc. 23.729, ataúde e tampa do rei Aspalta com partes inferiores de um falcão e chacal no topo da tampa (partes superiores desaparecidas). Granito, 158 x 44 x 305 cm, expedição Harvard-MFA **1.21** Acc. 72.4295, 21,6 x 5 cm, coleção Hay, doação de C. Granville Way **1.22** Acc. 60.1472, linho, 111 x 63,5 cm, doação de Horace L. Mayer **1.23** Acc. 1973.108, pedra-sabão esmaltada, 6 x 4,4 x 3,2 cm, Helen and Alice Colburn Fund **1.27**, **1.28** Acc. 35.61, bronze, 16 cm, William Amory Gardiner Fund **2.9** Acc. 94.14, alto-relevo em mármore, 72 x 43 x 6 cm, doação da sra. Charles Amos Cummings **2.11** Acc. 72.4358, madeira, 21,6 x 6 cm, coleção Hay, doação de C. Granville Way **2.12**

Acc. 27.690, "Dolphin", calcedônia salpicada com jaspe, comp: 2,4 cm **2.15a** Acc. 21.1206, "Garça", entalhe em calcedônia em forma de escaravelho, comp: 2 cm **2.15b** Acc. 27.689 **2.15c** Acc. 27.698, "Cavalo de corrida", comp: 2 cm **2.15d** Francis Bartlett Fund **2.15a-d** Acc. 1975.1, tinta sobre papel, Keith McLead Fund **3.6**

Acc. 55.387, tinta sobre papel, 28 x 278,9 cm, Keith McLeod Fund **3.7**

Acc. 10.275, calcário, 42,1 x 24,9 cm, Otis Norcross Fund **3.10**

Acc.

RIT/Hearst Magazine **17.14**

RIT/Coleção Lester Bell **17.5**

Robert Miles Runyan & Associates **20.56**

Rodríguez, Gabriela, fotografia: Maria Lopez e Mario Jimenez **24.115**

Rolling Stone, revista, Fred Woodward (diretor de arte) **24.15**, **24.16**, **24.17**, **24.18**

Rotis Buros, Otl Aicher, Leutkirch, Alemanha **20.31**, **20.31**, **20.33**, **20.34**, **20.50**, **20.51**, **20.52**, **20.53**, **20.54**, **20.55**

Royal ptt Nederland nv (kpn) **22.30**, **22.35**, **22.46**

Ruffins, Reynold **21.17**

Sagmeister, Stefan, © 1996, Warner Brothers Music, Inc **24.57**

Saito, Makoto **24.52**, **24.53**

Saks, Arnold **18.47**

Salisbury, Mike **19.46**

Sang-Soo, Ahn **24.105**

Sato, Koichi **22.27**, **22.28**, **22.29**

Savignac, Raymond **21.38**

Scher, Paula **23.38**, **23.55**

Schmid, Helmut **24.107**

Schraivogel, Ralph **24.93**

Science Museum, Londres **9.24**, **9.25**

© **Sevenarts Ltd, Tirtoff, Romain**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **17.09**

Skolos & Wedell **24.98**, **24.99**

Solomon, Barbara Stauffacher **23.2**

Stadt Nurnberg **6.10**

Stankowski, Anton **18.9**, **18.11**, **18.12**

Stedelijk Museum, Amsterdã **15.54**

Coleção da sra. A. M. Daalder-Vos **15.6**

Stermer, Dugald **19.42**

Stiftsbibliothek, St. Gallen **2.19**

Stone, Sumner **24.3**, **24.22**

Storch, Otto **19.33**, **19.34**, **19.35**, **19.36**

Studio Anton Beeke **22.37**

Studio Dumbar **22.43**, **22.44**

© **Succession Marcel Duchamp**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.25**

© **Successión Miró, Miró, Joan**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.45**

© **Succession Pablo Picasso**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.01**, **13.03**

Sugisaki, Shinnoske **24.92**

Sussman/Prejza & Co. **20.57**, **20.58**, **20.59**, **20.60**

Sutnar, Ladislav, com autorização da família Ladislav Sutnar **15.66**

Tadashi, Masuda & Mitsu Doki **22.13**

Tanaka, Ikko **22.15**,**22.16**

Tartakover, David **24.70**

The Board of Trinity College Dublin **4.5**, **4.7**, **4.8**, **4.9**

© **The Heartfield Community of Heirs, Heartfield, John**, licenciado por AUTVIS, Brasil, 2009 **13.31**, **13.32**, **13.33**, **13.34**, **13.36**, **13.37**, **13.38**

The Times of London **9.16**, **16.41**

The Upjohn Company **17.20**

Tomaszewski, Henryk **21.4**

Total Design **22.31**

Troxler, Niklaus **24.63**, **24.64**

Tscherny, George **19.24**

Tschichold, espólio de Jan **16.24**, **16.25**, **16.26**, **16.27**, **16.29**, **16.30**, **16.31**, **16.32**

University of Chicago Press **3.2**, **3.3**

Vanderbyl, Michael **23.31**, **23.32**, **23.34**

Vu Magazine, por Alexander Liberman **17.15**

Walker Art Center, Minneapolis, Matt Eller (diretor de design) **24.28**, **24.29**

Weingart, Wolfgang **18.19**, **23.10**, **23.11**, **23.12**, **23.13**, **23.14**, **23.15**, **23.16**

Westvaco, Nova York **19.15**, **19.16**, **19.17**, **19.18**

Why Not Associates **24.85**

Wild Plakken, Amsterdã **22.48**, **22.49**, **22.50**

William Morris Gallery, Londres **10.5**

Wired Magazine, Plunkett & Kuhr **24.19**, **24.20**, **24.21**

Wissing, Benno **22.33**

Wolf, Henry **19.37**, **19.38**, **19.39**, **19.40**

The Wolfsonian at FLU, Coleção Mitchell Wolfson, Jr. **11.60**, **11.61**, **11.63**, **11.64**

Wyman, Lance **20.45**, **20.47**, **20.48**, **20.49**

Yokoo, Tadanori **22.21**,**22.22**, **22.23**

Young & Rubicam, Nova York **19.54**

Zaid, Barry **21.28**, **21.29**

Zapf, Hermann **18.16**, **18.17**, **18.18**.

A capa do livro de design de Robert Rauschenberg, 1965.

Todos os esforços foram feitos para reconhecer os direitos morais, autorais e de imagem neste livro. A Cosac Naify agradece qualquer informação relativa à autoria, titularidade e/ou outros dados que estejam incompletos nesta edição, e se compromete a incluí-los nas futuras reimpressões.

Sobre os autores

Philip Baxter Meggs, 1996.

PHILIP BAXTER MEGGS (1942–2002), nascido em Florence, South Carolina, foi um dos mais importantes historiadores do design gráfico, além de designer e educador. Foi professor e pesquisador do Communication Arts and Design Department, Virginia Comonwealth University, Estados Unidos; professor-visitante da Syracuse University e do National College of Art and Design em Dublin, Irlanda e editor-colaborador da revista *Print*. Publicou doze livros e por volta de 150 artigos e ensaios sobre design e tipografia, incluindo uma seção sobre design gráfico na *Enciclopédia Britânica*. Entrou para o Art Directors Hall of Fame e recebeu o Educator’s Award pelo conjunto de sua obra e pela contribuição significativa para a constituição dos campos do ensino e dos estudos sobre design gráfico. Além desta *História do design gráfico*, cuja pesquisa se estendeu por mais de trinta anos, estão entre seus principais livros *Type and Image: The Language of Graphic Design* (1992) e *Typographic Design: Form and Communication* (com Rob Carter, 1993).

Alston W. Purvis, 1996.

ALSTON W. PURVIS é professor-associado de design gráfico na Boston University, Estados Unidos. Ao longo de sua carreira, trabalhou como instrutor na Cooper Union e na Royal Academy of Fine Arts em Haia, Holanda. Suas fotografias foram expostas em Amsterdã, Londres, Nova York e Paris. Entre seus livros publicados estão *H. N. Werkman* (2004) e *Dutch Graphic Design, 1815-1945* (1992); é co-autor de *Graphic Design 20th Century* (2003), *A Century of Posters* (2002) e *Wendingen: A Journal of Arts 1918-1932* (2001).

© Cosac Naify, 2009
© John Wiley & Sons International Rights, Inc., 2007

Conselho editorial (Design) ANDRÉ STOLARSKI, CHICO HOMEM
DE MELO, JOÃO DE SOUZA LEITE, RAFAEL CARDOSO E RODOLFO CAPETO

Coordenação editorial ELAINE RAMOS
Revisão técnica ANDRÉ STOLARSKI
Preparação CRISTINA FINO e CARLA MELLO MOREIRA
Revisão TEREZA GOUVEIA e CLÁUDIA CANTARIN
Índice remissivo JUSSARA FINO
Projeto gráfico ELAINE RAMOS e MARIA CAROLINA SAMPAIO
Tratamento de imagem WAGNER FERNANDES

*Nesta edição, respeitou-se o novo Acordo Ortográfico da
Língua Portuguesa*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, sp, Brasil)

Meggs, Philip B. (1942 – 2002)
História do design gráfico: Philip B. Meggs e Alston W. Purvis
Título original: A history of graphic design
4. ed. norte-americana.
Tradução: Cid Knipel
São Paulo: Cosac Naify, 2009
720 pp., 1300 ils.

ISBN 978-85-7503-775-1

1. Design gráfico (Tipografia) – História 2. Livros – Diagramação
I. Purvis, Alston W.. II. Título.
08-04413 CDD 741.6

Índices para catálogo sistemático:
1. Design gráfico : História 741.609

COSAC NAIFY
Rua General Jardim, 770, 2º andar
01223 010 São Paulo SP
Tel [55 11] 3218 1444
www.cosacnaify.com.br

Atendimento ao professor [55 11] 3218 1473

ISBN 978-85-7503-775-1



Fontes Política, Arnhem e Slate
Papel April Woodfree 100 g/m²
Tiragem 7 000
Impresso na China