

disponíveis, a relação artistas-público-gravadoras, a formação de uma audiência planetária a partir deste novo contexto, sistematizando categorias que possam aferir a reconfiguração do âmbito musical com o advento da cibercultura. São temas correlatos ao texto: o futuro da indústria fonográfica, a produção artístico-musical e suas relações com os meios de comunicação, o mercado e o público, o direito autoral sobre obras musicais na era digital, entre outros.

10. Direto do túnel do tempo: novas tecnologias, fordismo e pós-fordismo nas comunicações no Brasil
SUZY DOS SANTOS (FACOM/UFBA)

O artigo se propõe a analisar alguns elementos dos chamados períodos fordista e pós-fordista das comunicações e sua aplicabilidade aos momentos de convergência e divergência entre as telecomunicações e a televisão brasileira no século XX, sob os aspectos tecnológicos, políticos e econômicos.

DESIGN GRÁFICO: ENTRE O INVISÍVEL E O ILEGÍVEL

Ana Cláudia Gruszynski
Doutoranda em Comunicação Social/PUCRS
Professora da Fabico/UFRGS

RESUMO

Este ensaio é uma reflexão sobre o design gráfico, evidenciando o caráter mediador desta área de atuação profissional. A discussão – em torno da tipografia – identifica em seus extremos: a mediação *invisível* (transparente) e a co-autoria da mensagem em seus elementos visuais, em que o modernismo tem como ideal a primeira concepção e o pós-modernismo desconstrói. As duas concepções de design permitem defini-lo como mediação, mas sem deixar de lembrar seu duplo caráter convencional e arbitrário. O sujeito – o profissional – enquanto unificador da disciplina, articula a multiplicidade da retórica do design gráfico.

INTRODUÇÃO

As recentes inovações tecnológicas que permeiam o campo do design gráfico têm provocado uma série de transformações tanto nas rotinas de trabalho que envolvem a práxis profissional como nos diferentes produtos gráficos gerados pela atividade. Se, por um lado, o uso da tecnologia informática como auxiliar no desenvolvimento de objetos gráficos representou o grande desafio inicial da revolução introduzida na atividade pelo computador⁴³⁴, por outro, é o seu estabelecimento como uma nova mídia que impõe com maior intensidade uma redefinição da própria figura do profissional do design gráfico. No encontro entre o impresso e a multimídia, onde,

⁴³⁴ A fotocomposição já utilizava o computador. Referimo-nos aqui ao *desktop publishing* (DTP), denominado atualmente de editoração eletrônica, que se deu a partir de 1984 com o surgimento do microcomputador Macintosh da Apple e dos programas gráficos voltados à ilustração, diagramação, e tratamento de imagens.

de certo modo, o papel dá lugar à telado computador, conceitos tradicionalmente abarcados pelo design gráfico são colocados em xeque. A introdução de novos elementos possibilita a reformulação de paradigmas anteriores e, no que se refere à prática profissional, abrem-se outras frentes de atuação.

Cabe uma ressalva quanto à extensão da atividade do design gráfico. Alguns utilizam esse termo em um sentido bastante amplo. Assim, design gráfico é visto “como uma categoria abrangendo qualquer forma de comunicação em que sinais são rabiscados, entalhados, desenhados, colados, projetados ou de alguma outra forma inscritos em superfícies” (1996:12). Outros utilizam a expressão em sentido mais estrito, como produção de objetos gráficos relacionados à indústria gráfica, ainda que não de modo exclusivo. Esse sentido restrito é o que prevalece nesse trabalho. Ao fazermos referência ao surgimento da multimídia relacionado ao design gráfico, vale salientar que tratamos de áreas de atuação distintas. O termo *web design*⁴³⁵ refere-se à produção de peças multimídia, distanciando-se da atividade que é centro da reflexão aqui tecida.

O design gráfico sempre esteve associado à produção da escrita, como planejamento da disposição de marcas e espaços desta. Era um serviço intrínseco à impressão, geralmente executado como parte integrante dos serviços dos impressores e com o objetivo de tornar mais agradáveis visualmente as peças gráficas por eles produzidas. Nos anos trinta, caracterizou-se tanto como um modo de ordenar informações complexas como de associar um estilo a produtos comerciais. Em torno dos anos cinquenta, a profissão encaminha-se para o que é atualmente, fundada no propósito de dar forma gráfica a idéias e produtos nos vários gêneros de mídia impressa (Heller&Drennan, 1997:27).

Jeremy Ansley (1987), em um manual editado na década de oitenta dirigido a alunos de design, relaciona a atividade sobretudo à noção de codificação de informações voltada à comunicação:

Jornalistas, escritores, ilustradores ou fotógrafos suprem a mídia com informações, enquanto que técnicos, engenheiros e impressores (ou tipógrafos) especializam-se nos modos mais efetivos de transmitir aquelas idéias. Em algum lugar, muito freqüentemente num estágio intermediário, há pessoas que são responsáveis por codificar informações e idéias, usando padrões, estilos e seqüências que [são] ao mesmo tempo convencionais o bastante para serem entendidas, mas também suficientemente novas para atraírem nossa atenção. É nesse estágio intermediário que o que chamamos de design gráfico acontece. (Ansley in Conway, 1987:134)

Heller & Drennan (1997), passados dez anos da edição daquele manual – e, portanto, já imersos na crise de paradigmas em que vive a área nos últimos anos – trazem uma visão bem mais dinâmica da práxis do design gráfico:

Através da história, o design gráfico tem significado compor, esteticizar e estilizar componentes numa página, embalagem ou sinal para atrair a atenção visual e transmitir uma mensagem. O designer gráfico é um navegador que estrategicamente posiciona

⁴³⁵ Embora esteja havendo uma redefinição em torno das funções exercidas por um designer gráfico e um *web designer* – devido sobretudo a grande *migração* ocorrida por profissionais ligados às artes gráficas que passaram a atuar com multimídia, ou mesmo que atuam em ambas funções –, as rotinas e atividades ligadas à mídia impressa e à multimídia são distintas e, embora coincidam em vários aspectos, requerem conhecimentos e habilidades específicas. Cf. Heller, Steven & Drennan, Daniel, *The digital designer: the graphic's artist's guide to the new media*. New York: Watson-Guption Publications, 1997.

sinais, cores e essas coisas são marcos, elementos integrais na arquitetura de uma página. Lê-se naturalmente uma página seguindo estas hierarquias de organização até atingir-se um destino ou se as usa como referência para ir para trás ou para frente de uma página a outra. (Heller&Drennan, 1997:27)

Esses autores encaram o design através dos tempos não como codificação de mensagens (que pode dar a impressão de que exista uma única forma correta de fazer isso), mas evidenciando o aspecto da composição. O termo *navegador*, identificando o profissional, remete ao ato de transitar em redes ou sistemas multimídia, e sua apresentação como um articulador de elementos sinalizadores para o leitor de uma página evoca a idéia de caminhos possíveis de serem seguidos, sugeridos pelo *layout*. O uso que o leitor (receptor) faz destas indicações, contudo, não segue apenas a idéia de decodificação, mas se abre para a interpretação.

Valendo-se, pois, do momento de transformações significativas no âmbito do design gráfico, impulsionadas sobretudo pelas novas tecnologias informáticas, este trabalho resgata a questão da mediação dessa prática no campo da comunicação, procurando refletir sobre seu papel e importância neste novo contexto. Como assinalam Heller & Drennan:

Quando parecia que o design gráfico tinha sido reconhecido como uma profissão de vanguarda, os ventos do progresso sopraram os designers gráficos de volta para as sombras culturais. Na última década pareceu que o interesse popular em design, especialmente em fontes, (...) assinalou uma era para o design gráfico como uma força cultural. (...) A tecnologia digital prometeu uma nova consciência do (de fato um novo papel para o) design gráfico. À luz de avanços críticos na nova mídia, entretanto, os novos tempos tornaram-se um período de realinhamento e reajustamento. (...) Métodos tradicionais serão viáveis, ou novas tecnologias e mídia mudarão a definição e os padrões do design gráfico? E, o mais importante, em que medida o design da multimídia funcionará como um adjunto ao design gráfico ou vice-versa? (Heller&Drennan, 1997:9)

Para responder a essas perguntas, é preciso resgatar aspectos relativos ao design gráfico que estão sendo alterados em função do contexto que ora se estabelece, sobretudo no que refere-se à mediação – codificação, navegação, inovação, e/ou outros enfoques que possam vir a ser sugeridos. A tipografia⁴³⁶ é útil nessa discussão, uma vez que, se de um lado, ela imbrica-se com o design desde o seu surgimento, de outro é justamente no seu âmbito que podem ser observadas as mudanças radicais que estão ocorrendo nos últimos anos. Além disso, ao adotar tal enfoque, é possível ilustrar algumas das discussões teóricas que estão se travando a respeito, com objetos gráficos que as exemplificam. Herion também enfatiza este caminho:

Já foi dito antes e deveria ser dito de novo: a tipografia é a infraestrutura do design gráfico, a própria base da comunicação visual. Um pôster que comunica sem palavras é uma raridade. Toda propaganda, todo design de informação depende de palavras. E naqueles casos em que símbolos ou pictogramas quebraram a barreira da linguagem, eles dependeram de palavras para uma explicação inicial. Sinais de trânsito, por exemplo, dependem de pictogramas – mas nós temos de aprender primeiro o que eles significam, e aprendemos pelo uso de palavras. (Henrion, 1986:xv)

⁴³⁶ Por tipografia no presente trabalho, entende-se tanto o design *de* tipos como o design *com* tipos. Não nos referimos ao sistema de impressão tipográfico. No decorrer da reflexão, o tema será desenvolvido de forma mais ampla.

Ao reiterar a importância da tipografia como elemento fundamental do design gráfico e a associação da atividade em foco como sua dependente, esse autor permite algumas considerações iniciais sobre tipografia. Uma delas é que a atividade de criar tipos e organizá-los com arte no espaço alia-se tanto à articulação de uma linguagem formal como ao manejo de forças culturais e estéticas. O primeiro aspecto revela seu lado mais conservador, vinculado à existência de um sistema simbólico de signos verbais regido por uma série de convenções sociais e culturais genéricas. O ponto de vista icônico/indicial, por outro lado, mostra sua face mais maleável e passível de ser trabalhada, segundo preferências subjetivas e levando em conta adaptações ao contexto. Na tipografia há, então, a sobreposição entre signos verbais e visuais⁴³⁷. Justamente essa duplicidade justifica sua escolha como perspectiva de análise pertinente à questão central do presente trabalho: o caráter de mediação do design gráfico, que parece também refletir semelhante dualidade.

O objetivo deste ensaio, então, é refletir sobre o design gráfico procurando evidenciar o caráter mediador⁴³⁸ desta área de atuação profissional no processo de comunicação. A discussão que se estabelece identifica, em seus extremos, a mediação *invisível*⁴³⁹ ou transparente versus a co-autoria da mensagem em seus elementos visuais. Tal reflexão dá-se em torno da tipografia, campo de atuação altamente relevante ao âmbito dessa prática.

Tradicionalmente, a atividade do design tem sido vista pela sociedade como um serviço “artístico” prestado a clientes de diferentes áreas – comércio, indústria, editoras, instituições culturais, etc. – e, portanto, não pode ser considerada uma prática desvinculada de outros interesses. Além disso, associa-se ao compromisso de comunicar ou visa obter determinadas respostas e efeitos do público a que se dirige. Entretanto, ao buscar certas reações de sua audiência, o designer tem a possibilidade de usar diferentes recursos e estratégias, transitando por uma infinidade de possibilidades de articulação das mensagens em seus aspectos visuais.

O profissional do design gráfico convive cotidianamente com essa dualidade. De um lado, a palavra e/ou necessidade do cliente; de outro, o desafio de encontrar uma forma singular de expressá-la. Mas qual o grau de autonomia para se criar e desenvolver um layout? Em que medida a configuração escolhida *interfere* na interpretação da *palavra do autor*? Isto é conveniente ou não neste caso específico? Enfim, uma série de questionamentos surge no momento de desenvolver um projeto. E é no exame dos vários elementos envolvidos no processo de design – cliente, intenção comunicativa, público-alvo, recursos disponíveis etc. – que é possível avaliar qual a opção mais adequada para desenvolver determinado projeto.

Tais decisões são influenciadas também por várias normas e regras que se constituíram junto com o estabelecimento da profissão e que são aprendidas tanto nas instituições de ensino como nas empresas ligadas ao design. No que diz respeito à tipografia, por exemplo, até recentemente tinha-se como consenso a idéia de que sua função seria a de registrar e transmitir idéias, sendo, portanto, somente um instrumento que possibilitaria a difusão de informações sob forma escrita e em grande escala. Também escolas como a *Bauhaus*, que evidenciava a racionalidade, ordem e simplicidade; ou a chamada *Escola Suíça*, que a ela sucedeu, estabelecendo o *Estilo Internacional*, baseado em arranjos gráficos sustentados por um rígido sistema de diagrama (*grid system*⁴⁴⁰) e formas minimalistas, identificam orientações que ainda hoje regem muitos praticantes do design⁴⁴¹.

Os trabalhos contemporâneos, contudo, caracterizam-se sobretudo pelo questionamento daqueles modelos de legibilidade e pela exploração de novas relações entre história e *avant garde*. O comentário de Véronique Vienne acerca do tema, coloca em relevo a presença de um acirramento da relação cliente/autor e designer:

⁴³⁷ Cf. CAUDURO, Flávio V. Design gráfico: duas concepções. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 9 (dez. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

⁴³⁸ O termo mediação pressupõe a relação entre partes. O designer atua como articulador visual de mensagens que são concebidas preliminarmente por autores – escritores, jornalistas, redatores, etc. ou eventualmente por ele próprio – e dirigidas a leitores, conforme o público-alvo a que a peça gráfica se destina.

⁴³⁹ A utilização dos termos *invisível* ou *transparente* aplicados ao design gráfico associam-se à expressão *the crystal goblet* – cálice de cristal –, que tem sua origem na idéia de que a tipografia deve ser transparente, ou seja, servir como um elemento que contém um determinado conteúdo sem nele interferir, deixando-o transparecer em toda a sua completude.

⁴⁴⁰ Padrão de linhas e coordenadas que o designer usa como guia para o desenvolvimento do layout. Cf. Hulburt, Allen. *The grid*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1978.

⁴⁴¹ Cf. Carter, Robert. *Experimental Typography: working with computer graphics*. New York: Watson Guptill Publications, 1997.

Os autores não são mais figuras de autoridade. Diretores de arte e designers de tipos, mantidos por muitos anos numa posição subordinada, tomaram conta e reivindicaram a autoria da página. A revolução eletrônica deu-lhes vantagem. A vitória deixa o resto de nós a examinar o naufrágio visual – manchetes emaranhadas, letras borradas, citações flutuantes e imagens aflitas – incapazes de descobrir do que trata um artigo. Em algum lugar no inchado mar de informações digitalizadas, a intenção original do autor emborcou. Este meio ilegível é a nova mensagem – à deriva numa garrafa. (Vienne, 1997:9)

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

Nossa hipótese é que, impulsionada e potencializada através dos novos recursos técnicos disponíveis, o design gráfico revisa sua identidade, com o intuito de estabelecer novos paradigmas que se alinhem ao contexto que ora se estabelece. Se, de um lado, durante anos pensou-se a atividade vinculada à neutralidade, sobretudo no que se refere ao manejo da tipografia, de outro, os diferentes layouts contemporâneos reivindicam sua intervenção e contribuição ativa para a produção do sentido nas mensagens.

A prática do design gráfico, portanto, revela um duplo caráter: o de mediação de um texto verbal, de signos lingüísticos – associado à noção de transparência; e o de co-autoria, uma vez que as opções gráficas estabelecidas pela atividade trazem um sentido próprio que influi sobre o leitor. O design gráfico trabalha justamente na conjunção dos signos gráficos e lingüísticos.

O DESIGN GRÁFICO

A práxis do design gráfico – e sua metamorfose ao longo da história – agregou ao redor de si uma série de objetos, práticas e informações que permitiram sua definição como um campo de conhecimento específico. É uma atividade que envolve o social, a técnica e também *significações*. Consiste em um processo de articulação de signos visuais que tem como objetivo produzir uma mensagem – levando em conta seus aspectos informativos, estéticos e persuasivos (Doblin, 1980) – fazendo uso de uma série de procedimentos e ferramentas.

Lupton & Miller, ancorados nos argumentos desenvolvidos por Michel Foucault em *A arqueologia do saber*, questionam os limites desta área levando em consideração que “uma disciplina é um conjunto de objetos, práticas e informações que define um campo do conhecimento” (Lupton&Miller, 1996:66). Baseando-se nas idéias de Michel Foucault a respeito do tema, eles acreditam que “o conhecimento cumulativo de uma disciplina não é um livro enorme, gradual e continuamente escrito, mas, pelo contrário, é um sistema de dispersão.” Na seqüência do ensaio, os autores apresentam a suposição de Foucault de que a unificação de uma disciplina não se dá pelo seu objeto, mas talvez pelo seu sujeito.

O design moderno emergiu em resposta à Revolução Industrial, quando artistas e artesãos com mentalidade reformista tentaram conferir uma sensibilidade crítica à feitura de objetos e a mídia. O design tomou forma como uma crítica à indústria, ganhou entretanto seu status maduro e legítimo ao tornar-se um agente da produção em máquina e do consumo em massa. Hoje, os ramos eletrônicos da Idade da Máquina ameaçam dissolver a autoridade do design como seqüência definida de objetos e sujeitos. O design está

disperso através de uma rede de tecnologias, instituições e serviços que definem a disciplina e seus limites. (Lupton&Miller, 1996:67).

O processo do design, assim, envolve uma série de escolhas e decisões tendo em vista a alteração de uma situação existente para outra mais desejável. A produção de uma mensagem, portanto, está sempre visando otimizar a intenção comunicativa, seja nos aspectos estéticos, persuasivos ou informativos (Doblin, 1980). Um modelo do processo de design, proposto por Thiel, esclarece melhor a questão (1981):

1. *Identificação do problema e dos seus limites contextuais;*
2. *especificação dos objetivos e dos critérios para uma solução aceitável;*
3. *hipótese ou invenção de possíveis soluções alternativas;*
4. *simulação ou produção de uma representação testável da solução proposta*
5. *teste ou aplicação dos critérios de aceitação à simulação da solução proposta por uma pessoa apropriada.*

Essas operações são executadas nessa ordem... Falhas no teste inauguram o laço de realimentação [feedback], conduzindo a re-hipotetização e à geração de uma solução alternativa, (...) Quando todas as possíveis soluções aceitáveis tenham sido geradas, o processo continua com as fases de implementação e operação:

6. *comparação e ordenação valorada das soluções aceitáveis;*
7. *implementação da solução alternativa mais adequada;*
8. *avaliação da alternativa implementada, em condições reais de uso.*

(Thiel, 1981 apud Cauduro, 1996).

Embora úteis para fins de análise, estes passos apresentam etapas demasiadamente lineares e, de certo modo, isoladas, o que não caracteriza adequadamente o trabalho cotidiano desenvolvido pelo designer. A articulação de uma mensagem visual tem como ponto de partida um problema, um contexto, objetivos e critérios que visam a sua solução. No entanto, o entendimento entre os envolvidos no processo (habitualmente designer, cliente e redator) geralmente não se dá de modo linear, segundo um *briefing* sistemático e metódico. Ainda que este último exista e sirva como orientação, outros elementos não intencionalmente expressos contribuem para isto. Gestos, modo de vestir, imprevistos, novos dados, erros de interpretação, etc., enfim, *as entrelinhas*, participam da construção de um hipertexto que vai além do texto linear “oficialmente” seguido em um plano de comunicação.

Vale reiterar ainda o conceito de design gráfico não apenas como uma função vinculada à estética, mas como uma atividade que lida fundamentalmente com a informação. Ao colocarmos em relevo justamente este elemento, potencializamos a visão do design como uma atividade, um processo de fazer e comunicar signos híbridos, e não somente o de produzir um conjunto de vestes gráficas de um determinado estilo para signos lingüísticos ou de simples dimensionamento de ilustrações:

Como processo ativo, o design gráfico envolve forjar relações entre imagens e textos ao cortar e colar, aumentar e reduzir, dispor em camadas e enquadrar, comparar e isolar. Os designers usam lápis, câmaras, tesouras e scanners para gerar novas imagens e formatos de letras ou para juntar elementos já

prontos. Desde a ascensão dos meios de massa na metade do século dezenove, as tecnologias de artes gráficas têm promovido a manipulação e colagem de materiais existentes. Nunca a habilidade de misturar elementos díspares foi maior do que nos últimos quinze anos. [O uso da] imagem digital, programas de layout de página, softwares de design de tipos e tecnologias de produção de vídeo deram aos designers novas formas de encontrar, criar, manipular e disseminar imagens e informações. (Lupton, 1996:11)

Segundo Lupton, desde o século XIX, o design define-se (em função das novas tecnologias) como “manipulação e colagem de materiais existentes”. Nessa perspectiva, a autora enfatiza a capacidade do designer em construir um conjunto pelo uso de elementos heterogêneos. Talvez seja possível dizer, então, que no modernismo o sujeito impôs um princípio orgânico de união das partes, homogeneizando sua mensagem. No pós-modernismo, ao contrário, o designer ressalta o caráter díspare dos materiais heterogêneos em que a totalidade não é orgânica, mas composta de fragmentos de natureza diversa e complexa.

Tipografia

Ao tratarmos especificamente da tipografia como elemento essencial do design gráfico, deparamo-nos com um problema relativo ao vocabulário. O termo, em sua origem, equivalia à impressão. Johannes Gutenberg (século XV) desenvolveu um sistema através do qual caracteres em metal – armazenados em caixas de madeira com vários compartimentos – eram montados manualmente em blocos de texto. A tinta era, então, espalhada na superfície das letras para ser transferida para o papel com o auxílio de uma prensa. Várias palavras cujos significados remontam à impressão por tipos móveis são usadas contemporaneamente, ainda que a tecnologia empregada, os modos de criação e produção tenham se modificado de forma radical.

No Brasil, as primeiras oficinas gráficas começaram a funcionar no início do século XIX. Priscila Farias (1998) associa essa falta de tradição tipográfica sólida à série de lacunas no vocabulário da língua portuguesa que concerne ao tema. Sugere, então, algumas especificações:

Definiremos, assim, tipografia como o conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação), para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (à mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel, gravados em um documento digital) (Farias, 1998:11-12).

Farias utiliza ainda design tipográfico como sinônimo de tipografia, com o objetivo de nominar trabalhos de design gráfico em que esta é o elemento principal. Na práxis do design tipográfico faz a distinção entre design *de* tipos (*typeface design*) e design *com* tipos.

A tipografia envolve também uma significativa quantidade de termos que identificam sua anatomia. Em linhas gerais, a sistematização de Carter, Day e Meggs (1993:25-42), identifica diferentes partes de um carácter (*letterforms*), fontes tipográficas, classificação dos estilos de fontes (*typefaces*), medidas tipográficas e famílias de tipos.

“Escrita” é outro termo com vários significados. Saussure descreveu-a como um sistema distinto da fala, ao qual estava subordinada. Para ele:

A linguagem e a escrita são dois sistemas de signos distintos; o segundo existe com o propósito de representar o primeiro. O objeto lingüístico não é ambas as formas, escritas e faladas, das

palavras; as formas faladas tão somente é que constituem o objeto. Mas a palavra falada está tão intimamente associada à sua imagem escrita, que a última termina por usurpar o papel principal. (Saussure, 1916/1985)

Se, por um lado, Saussure afirmava o fato de os signos verbais não refletirem idéias de modo transparente, de outro, ele não aceitava relação similar na escrita. Para esse autor, a lingüística adota como objeto de estudo a língua, não as falas singulares, ou seja, a estrutura subjacente que permite a elaboração de ilimitadas realizações. O caminho para alcançar o conhecimento da estrutura sincrônica é estudar a fala, atentando para as regras implícitas. Assim, para a lingüística, não importam as variadas formas de se pronunciar um fonema como /f/. Se há sotaque carioca, paulista, gaúcho, mineiro ou pernambucano, não é relevante, desde que se mantenha o traço distintivo que o opõe ao fonema /v/ que permite a distinção entre 'vaca' e 'faca'.

Sobre escrita,⁴⁴² relegada por ele a segundo plano, Saussure mantém a mesma desconfiança platônica⁴⁴³. Platão não nega a escrita como tal, como uma tecnologia capaz de registrar os discursos humanos, mas a dissociação entre o autor e o seu discurso. A fala deixa de se ligar ao locutor para se tornar um artefato separado de si, que pode ser interpretado à revelia da vontade do criador. Assim, a preservação do discurso em signos visíveis traz ao mesmo tempo a traição do sentido original pretendido pelo autor, pois falta sua presença. Havelock⁴⁴⁴ mostra como o surgimento da escrita na Grécia provoca uma lenta revolução na cultura, estando na base da origem da filosofia, da lógica e da história. Conseqüentemente o pai da história não foi Heródoto, "mas o próprio alfabeto" (Havelock, 1986:30), e as formas fixas da poesia e do mito seriam substituídas pela retórica e pela lógica, dando origem à filosofia.

Curiosamente, em Saussure, na origem do estudo objetivo da linguagem, repetem-se o preconceito platônico e a revalidação da metafísica da presença pela ênfase na importância da oralidade. Talvez seja possível dizer que ele deixa de lado o estudo de uma face da linguagem, não percebendo que a escrita não tem estrutura homóloga à da fala, tendo regras próprias para sua composição desde o detalhe da letra até a ordenação das idéias. As convenções escritas são fruto de um processo lento e gradual de fixação de padrões móveis e instáveis. Não é casual que se consolidem a partir da constituição dos Estados Nacionais, no estabelecimento de línguas nacionais, durante o Renascimento, e, portanto, ligadas à origem da tipografia.

A tipografia encontra-se ainda um passo além da escrita. É um conjunto de signos de função notacional, cujo significante não é palavra (semema, morfema ou fonema) mas o desenho das letras do alfabeto. Seu conjunto de caracteres seria, então, um artifício mecânico que converte a escrita caligráfica – por si só registro da fala – em signos tipográficos; ou seja, a fala metamorfoseia-se em escrita reproduzível através dos tipos mecânicos. Segundo os termos platônicos, a autonomia do texto escrito torna-se potencialmente ilimitada pelo número de leitores a serem atingidos.

O filósofo Jacques Derrida foi um dos críticos de Saussure e deteve-se atentamente na relação entre fala e escrita, procurando demonstrar o quanto a escrita permeia – invade – a fala.

⁴⁴² Cf. Cauduro, Flávio. *Linguagem e comunicação gráfica*. Notas de aula, Mestrado em Comunicação Social, FAMECOS, PUCRS. Porto Alegre, 1996. O autor faz um interessante levantamento dos termos pejorativos atribuídos por Saussure à escrita. Poder-se-ia dizer que se trata de lapsos fixados que traem uma ausência de objetividade científica quanto à esta questão.

⁴⁴³ Cf. Platão. *Fedro*. Nesse diálogo, Sócrates compõe a alegoria da invenção da escrita, não como solução para a falta de memória, mas como uma mal que viria a agravá-la, pois o homem relega ao papel a tarefa que antes era essencialmente sua.

⁴⁴⁴ Cf. Havelock, Eric. *A revolução da escrita na Grécia*. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

Esse entrelaçamento da fala e da escrita é importante, ao se a escrita tipográfica como um objeto autônomo de estudo, não apenas como um registro neutro da fala, mas que inversamente pode influenciar a própria constituição da oralidade.

O conceito de tipografia envolve igualmente outros elementos, especialmente a legibilidade. Entende-se por legibilidade as qualidades e atributos inerentes à tipografia que possibilitam ao leitor reconhecer⁴⁴⁵ e compreender as formas e o arranjo dos tipos com maior facilidade. Uma vez que as letras são signos que representam convencionalmente sons da linguagem verbal, sua função primária é a de remeter a uma imagem visual mental padrão reconhecível pelo leitor enquanto tal. É necessário, então, apresentar determinadas formas e traços distintivos entre os diferentes caracteres, de modo a possibilitar sua identificação sem dúvidas ou confusão. A tradição tipográfica sugere três qualidades essenciais ao design de tipos: contraste, simplicidade e proporção. O uso de fontes com essas características, contudo, não basta para assegurar uma ótima legibilidade. É fundamental a sua composição no layout, o contexto (Carter, Day&Meggs, 1993:86).

O vocabulário técnico mantém – em língua inglesa – uma distinção entre *readability* e *legibility*⁴⁴⁶. A primeira refere-se à facilidade de ler textos extensos; associa-se, portanto, ao arranjo dos tipos. A segunda diz respeito a seu rápido reconhecimento, sendo relacionado a textos curtos e, então, ao design dos tipos. Esse aspecto é recorrente neste estudo, uma vez que representa papel fundamental quando se trata de tipografia e mediação. Mas, por ora, o caráter evolutivo e até mesmo transitório da legibilidade é mais importante:

...legibilidade como uma arte de síntese espacial. Sendo uma arte, ela não é absoluta. (grifo meu) A informação resultante da pesquisa de legibilidade deve, portanto, ser considerada apenas como um guia. O conhecimento que os designers têm de legibilidade está baseado num legado de história da tipografia e hábil percepção do mundo visível. Esse conhecimento evoluirá continuamente, criando novos padrões para facilidade de leitura e tipografia funcional. (Carter, Day&Meggs, 1993:86)

A frase grifada mostra a condição atual em que está inserido o pesquisador. Ele não tem mais a certeza moderna que permite distinguir os conceitos e defini-los. Ao contrário, pela atitude crítica, relativiza um conceito como o de legibilidade.

DESIGN GRÁFICO E MEDIAÇÃO

Ao se analisar o design moderno e pós-moderno, está-se verificando como a forma – a tipografia, no caso – não é uma matéria *transparente*, mas traz nela mesma a cristalização da virada de uma concepção estética e retórica da visualidade gráfica. Os objetos gráficos gerados pela práxis de profissionais que podem atuar em agência de publicidade, em ateliê próprio, vinculados a uma publicação periódica ou editora acadêmica, por exemplo, evidenciam a atividade de design enquanto mediação. Este tipo de mediação ora parece neutra ora se mostra tão impactante que chama a atenção primeiro sobre a forma da composição, deixando a compreensão do signo lingüístico relegada a um plano secundário – ou *ilegível*.

Na história de movimentos culturais, termos como moderno, modernismo, pós-moderno, antemoderno, etc., são usados em diferentes áreas do conhecimento, identificando características que organizam as diversas manifestações singulares em períodos marcados por um princípio dominante. Essa ordenação, como não é fruto de um conhecimento exato, está longe de ser consensual. No âmbito do design gráfico as controvérsias também estão presentes:

(...) a análise do design gráfico como objeto de estudo do desdobramento histórico do Modernismo traz também, de saída, uma conclusão singular, ausente da historiografia do design e da

⁴⁴⁵ O tema será abordado também em outros momentos do trabalho. Vale salientar, por ora, que a noção de *reconhecimento* do tipo está associado não tanto a alguma essência ótica intensa, mas a familiaridade que o leitor tem com determinadas fontes.

⁴⁴⁶ Cf. Farias, Priscila. *Tipografia digital*. Rio de Janeiro:2AB, 1998, p. 61-79.

própria bibliografia crítica do Modernismo: a de que o design gráfico tem sua gênese na própria experiência modernista, e que ele não existia antes dela. Tal constatação põe por terra uma categoria muito utilizada pelos estudiosos da área: a de um design gráfico moderno. (Villas-Boas, 1998:14)

Segundo esse ponto de vista, seria redundância qualificar o design como moderno, pois a sua constituição como área de atuação é própria da modernidade, não existindo antes da Revolução Industrial uma profissão constituída. Apesar deste estudo não se deter nos fatores históricos ligados à ascensão da produção capitalista e voltar-se ao design gráfico por outro viés, considera que formalmente a atividade constitui-se quando é reconhecida e passa à condição assalariada de seus profissionais.

As características da modernidade vão se refletir na constituição do design principalmente a partir da metade do século XIX. Na sua caracterização de modernidade, David Harvey toma de empréstimo a definição de Charles Baudelaire, que diz que é "o transitório, o fugidio, o contingente; é uma metade da arte, sendo a outra o eterno e o imutável" (Baudelaire apud Harvey, 1996:21). De um lado, destaca-se a percepção da realidade em constante mutação, instável. Nesse sentido, a ruptura dos padrões antigos (tanto na economia, quanto nos padrões ético-sociais) leva a uma mudança de regras para compreensão da sociedade, em que a referência tradicional perde valor.

A moda é um emblema da situação na medida em que vive da atualidade, de um modelo fugaz. Determina vestimentas, atitudes, e logo se torna anacrônica na busca do novo. Essa percepção da modernidade liga-se diretamente, como aponta Walter Benjamin (Benjamin, 1989:84), às transformações da cidade realizadas em Paris por Haussmann. A construção das grandes avenidas, dos novos prédios, das galerias implicou na destruição da antiga cidade. Ficou visível o caráter efêmero da cidade, dos prédios que cristalizavam uma tradição cultural. A ruptura com o antigo ficou materialmente explicitada, quando a transformação urbana fez de Paris um canteiro de obras, em que o novo e o antigo conviviam e a destruição era a base da nova cidade, ordenada de modo racional.

O caráter fragmentário da cidade, da ruptura com a tradição, do isolamento do indivíduo na multidão, da perda da experiência e da aura da obra de arte são marcas da transitoriedade da vida moderna, em que os homens se apegam às explicações materiais e prosaicas em um mundo desencantado. Ao mesmo tempo, a percepção das novas condições da existência urbana convive com um anseio de unidade – "o eterno e o imutável" –, de uma totalidade capaz de ordenar e ligar todos os fragmentos das vivências modernas.

Existem constantes transformações, inovações e qualificação tecnológicas, em que a ciência se alia às técnicas produtivas. O domínio da racionalidade instrumental afasta os limites impostos pela moral, pela religião ou por regras tradicionais das corporações a fim de privilegiar apenas o princípio de produção lucrativa. Os costumes são secularizados e o individualismo, com ilimitada liberdade de atuação, passa a ser regra.

As transformações da sociedade urbana e industrial levam a relevantes inovações no âmbito da comunicação tipográfica e visual: aumenta-se o tamanho (corpo) dos tipos, eliminam-se as serifas, são criadas inumeráveis fontes, surge a fotografia, a litografia em cores, enfim, uma associação entre as novas técnicas disponíveis e sua utilização de forma inovadora expandem o campo de atuação do design gráfico.

Um exemplo sobre a relação técnica e uso que se estabelece na primeira metade do século – tempo ainda precursor do que se tem como moderno – diz respeito aos pôsters. Uma vez que os tipos utilizados na sua confecção eram bem maiores do que aqueles usados na composição de livros, surge o problema de como moldar caracteres com aquele tamanho em metal (mantê-lo líquido enquanto se criam as superfícies côncavas), além do fato de que eram muito pesados para se trabalhar. Darius Wells, um impressor americano, desenvolveu um meio (*lateral router*) que possibilitou a manufatura de tipos de madeira duráveis, mais leves e econômicos que aqueles em metal. Tipos em metal e em madeira passaram a ser usados, então, de forma conjunta.

O desenvolvimento de indústrias de livros e o predomínio do jornal como mercadoria impulsionaram o desenvolvimento de sistemas mais eficientes de produção, que permitiam a impressão de uma maior quantidade em um menor tempo. Também o público leitor, com a alfabetização massiva, ampliou-se incorporando faixas amplas da sociedade. Havia necessidade

de se desenvolver um padrão formal que tornasse a página impressa uma mercadoria de fácil consumo. O tipo de letra, a diagramação das páginas, etc. – e não apenas o conteúdo de um folheto ou de uma notícia – foram elementos essenciais na transformação de livros e jornais em produtos de consumo massivo. Assim, a adequação da forma à função, a legibilidade, a clareza, a distribuição harmônica são princípios que perpassam todos os níveis, da escrita à impressão da página. O jornal seria um instrumento de divulgação e de progresso no desenvolvimento humano. Não se passavam informações, mas a crença iluminista de se exorcizar as explicações míticas, místicas ou supersticiosas da realidade. Como ampliação da visão de mundo, ele mostraria como os princípios da razão pragmática penetrariam em todos os recantos do mundo, ou em outros termos, como os padrões capitalistas estavam dominando o mundo. Assim, a ambição de um jornal era o de um maior número de leitores, e gradualmente ao longo do século XIX, ele perde a conotação política para se tornar *neutro*, como uma *pretensa janela objetiva aberta ao mundo*.

Com a noção da totalidade orgânica, em que as partes definem-se por participarem do todo, também a forma de apresentação deveria acompanhar esses princípios. A neutralidade da tipografia, sua suposta transparência, sua ordenação, sua clareza não seriam arbitrárias, mas espelho de uma necessidade inerente da expressão em que a palavra era adequada para representar o real. De acordo com essa convicção não poderia ser a letra impressa uma barreira entre o pensamento e a compreensão do leitor, mas apenas uma ponte de livre acesso.

Um jornal delimita necessariamente a realidade, selecionando apenas alguns de seus elementos, propondo uma ordem pela divisão do real em níveis diferentes através de suas seções. Ele se apresenta como um instrumento civilizatório capaz de organizar o caos da empiria e orientar a percepção do leitor. A limpeza, a ordem, a distinção das áreas, a seleção do essencial, o distanciamento do jornalista, a legibilidade da notícia marcam o projeto moderno que embasa a experiência do jornal.

Se observarmos, por exemplo, os princípios norteadores do design sistematizados na *Bauhaus* vemos que sua raiz é a noção de funcionalidade que é anterior à própria Escola. Contudo, o caráter praticamente dogmático e intrinsecamente ligado ao *good design* toma corpo a partir dela. A lista de recomendações a seguir assinala características de um layout profissional (*bem feito*) segundo as noções funcionalistas:

- economia no uso de diferentes fontes tipográficas;
- utilização de um sistema de *grid* ou similar que assegure a ordenação racional do projeto de modo a garantir sua unidade;
- articulação de um repertório determinado de elementos gráficos que, repetindo-se, assegurem a identidade do projeto;
- legibilidade, clareza, hierarquia (ordenação) e facilidade de decodificação pela repetição sistemática dos signos utilizados, permitindo o rápido entendimento por parte do leitor/receptor;
- prioridade à comunicação, colocando os aspectos estéticos sob sua “subordinação” (sem ignorar, entretanto, o necessário apelo ao *novo* como fator de persuasão).

A *Escola Norte-Americana* e o *Estilo Tipográfico Internacional* (Suíça) surgem sob a influência bauhasiana, levando o paradigma funcionalista a tornar-se um padrão de design em nível mundial. Nos Estados Unidos, a publicidade teve papel fundamental na consolidação da área profissional, cuja sistematização se deu, então, voltada primeiramente à prática, carecendo de um campo conceitual correspondente. Na Europa, como já observamos, isso ocorreu através de movimentos artísticos, envolvendo aspectos culturais.

A constituição do design gráfico enquanto campo de atuação profissional tem como raiz o funcionalismo, que estabeleceu uma série de parâmetros que garantiriam a execução de um *bom design*. A noção da práxis profissional *transparente* vincula-se diretamente aos projetos que seguem este tipo de orientação (*form follows function*) que não é intrínseca à área de atuação, mas resulta de um período histórico específico, assinalado pela constituição dos meios de produção capitalista. Embora predominante durante a modernidade, não foi sua expressão única, embora a mais evidente, predominante e ortodoxa, enfim, a que consta nos currículos de formação de profissionais, nos anuários de design, etc.

A noção de legibilidade tem papel essencial na *transparência* da práxis, onde o designer procuraria exercer seu papel de mediador quase que invisivelmente. Sob este prisma, as

orientações relativas à tipografia que garantiriam consistência e competência no exercício da profissão são regidas pela “tradição” do ofício: representar claramente o pensamento do autor.

A primeira coisa que alguém aprende a respeito de tipografia e design de tipos é que existem muitas regras e máximas. A segunda é que essas regras são estabelecidas para serem quebradas. E a terceira é que “quebrar as regras” foi exatamente mais uma das regras. Ainda que as regras sejam estabelecidas para serem desrespeitadas, escrupulosamente observadas, mal-entendidas, reavaliadas, readequadas e subvertidas, a melhor regra básica é a de que as regras nunca devem ser ignoradas. (Keedy, 1994:27)

Rob Carter, em seu livro *Experimental typography* (1997), buscou reunir orientações que não são “absolutas ou definitivas, mas que são representativas de um conjunto firme, testado no tempo, de regras tipográficas” (Carter, 1997:10). A partir da seleção feita pelo autor (Carter, 1997: 10-21) é possível observar como a atividade de design buscou e consagrou algumas fórmulas para aproximar-se da máxima legibilidade e, portanto, funcionalidade. Tais princípios articulam-se para alcançar a máxima legibilidade, que é nesse caso, elevada a critério de valor da boa composição de um texto. Assim, o design deveria ter o máximo de homogeneidade, retirando todas as barreiras que impedissem o acesso à “mensagem” do autor. Vale lembrar, entretanto, que esse conjunto de *regras* se aplica em um contexto de produção, veiculação e recepção da peça gráfica. Isto é, buscamos – através da articulação da mensagem em seus aspectos visuais – comunicar algo a alguém valendo-nos de um determinado gênero de suporte impresso: cartaz, folder, livro, revista, etc.:

Há muitas formas, diferentes, de ler, ligadas a objetos de leitura bastante variados. Pode-se ler para pesquisar, ler para estudar, ler para informar-se ou ler para descansar. Às vezes olha-se mais do que se lê, outras vezes lê-se apenas um pedacinho, ou com interrupções, e então lê-se de novo por algum tempo. A leitura de listas telefônicas e de dicionários é evidentemente diversa, quanto ao modo, da leitura de um jornal, e um romance, igualmente, exige um modo próprio, peculiar, de leitura. (Unger: 1994:112)

Com a afirmação de Unger, queremos enfatizar o fato de que as diferentes situações de comunicação (contexto) possibilitam também diversos modos de composição dos signos visuais. A sintaxe gerada pode ser adequada a um contexto e não a outro. Além disso, ao envolver aspectos informativos, estéticos e persuasivos, a ênfase estrita a legibilidade deixaria em segundo plano a *introdução do novo*, o que pode ser eventualmente desejável (design informacional), porém na maioria dos casos não o é.

A consistência do layout é outro critério pertinente na avaliação da *gestalt* desenvolvida. Há nela compatibilidade entre os elementos, firmeza, constância, conforme sugerem os termos. Podemos usar tal princípio também na análise de objetos gráficos pós-modernos: segundo características *ironicamente (pseudo) modernistas*, poderíamos afirmar que seus elementos visuais repetem-se (são caoticamente redundantes) segundo uma *grid* (ausente) gerando unidade visual, por exemplo. A consistência, portanto, indica a presença de coerência no projeto, seja ela segundo *o menos é mais* – mote funcionalista – ou amparada no aparente caos visual.

DESIGN E TECNOLOGIA INFORMÁTICA

Gostaríamos ainda de retomar brevemente a questão da tecnologia informática como viabilizadora de grande parte das experiências de design que fogem aos padrões modernos. Sugerimos um paralelo: quando a revolução industrial estava em seu início e novas técnicas de impressão foram introduzidas, houve uma grande euforia em torno das potencialidades então disponíveis:

O design de notas, pôsters com tipos e panfletos nas empresas dedicadas a esse serviço não envolvia um designer gráfico no sentido que a expressão tem no século XX. O compositor, muitas vezes em entendimento com o cliente, selecionava e compunha o tipo, a régua, os ornamentos e a ilustração, gravada em madeira ou estereotipada em metal que, a partir do estoque disponível, preencheria os componedores. Armada com esse infinito arsenal tipográfico de tamanhos, estilos, pesos e efeitos ornamentais novos, a filosofia do design era fazer uso dele! A necessidade de prender bem todos os elementos na prensa conduzia a uma ênfase horizontal ou vertical no desenho; esse tornou-se o princípio básico de organização. (Meggs, 1992: 137).

O espírito que moveu os *artistas* gráficos e impressores durante o período acima mencionado era essencialmente o de experimentar e usar ao máximo a tecnologia, dominando os meios recém desenvolvidos. O que vemos exemplificado aqui é a tese fundamental de que a transformação técnica altera a forma de produção, não apenas de modo externo, mas transformando materialmente sua natureza. Pela observação de Meggs – “a filosofia do design era fazer uso dele” – o arsenal de técnicas tinha valor em si mesmo, não apenas para quem produzia um cartaz, como também para quem o recebia, pois impressionava sobretudo o uso de um recurso novo – independente de quem o utilizava, com que finalidade. Assim, não apenas o conteúdo da mensagem, ou sua composição, mas o instrumento técnico em si funciona também como enunciado que gera efeito no receptor. Considerando a busca moderna do sempre novo, uma técnica recente vem a ser valorizada em si mesma por representar indicialmente, pelo seu emprego numa dada peça gráfica, um progresso.

A informática, ao ser introduzida como ferramenta de design, causou um momento inicial de certa padronização nos layouts, assentada na utilização desmedida dos recursos de vários *softwares*. A alteração técnica, disseminada rapidamente pelos computadores domésticos, fascinou pela facilidade com que uma ampla variedade de recursos gráficos tornou-se disponível ao usuário *comum*. Um universo técnico, que exigia formação profissional específica, abriu um campo de atuação para pessoas sem habilidade manual para desenhar, sem educação estética para compor um página equilibrada, sem paciência ou tempo para compor capas, relatórios, gêneros variados. De certo modo, essa noção mágica, fetichista, da execução fácil, criou a ilusão de que qualquer um seria capaz de desenvolver uma *boa* peça gráfica sem esforço e com rapidez.

Ao contrário dessa euforia, supomos que o domínio da tecnologia pelo homem/profissional exige dele certo *tempo* até que consiga gerar, através de sua utilização, novas alternativas e produtos, bem como sistematizar o conhecimento resultante destas experiências. O *tempo* é citado repetidamente nos movimentos modernos. O tempo moderno exige a formação do homem pela sucessão de etapas que o levam do desconhecimento ao conhecimento, da imperícia à experiência profissional. O tempo exige ainda mais que cada um seja um homem afinado às questões de sua época, que se mantenha sempre renovando, progredindo no domínio de sua área de atuação autônoma no uso dos meios, gerando produtos que sejam expressão do seu *tempo*. O tempo histórico, caracterizado pela transformação, é internalizado pelo sujeito moderno. O registro das mudanças traz a ruptura com a vida imediata, permitindo ao homem consciência do caráter e da finalidade das ações feitas. Essa noção, própria das grandes narrativas de emancipação, caracteriza a crença moderna da formação de espíritos conscientes e livres.

Quanto à pós-modernidade, as transformações por que passam as sociedades pela disseminação da informática não afetam as pessoas comuns apenas, mas alteram a natureza do saber (Lyotard, 1989), em que o armazenamento de informações é facilitado à baixo custo. Deve-se ressaltar ainda que a impressão de disponibilidade democrática dos novos recursos esconde uma cisão ainda maior entre o saber dos peritos, que fazem os *softwares*, e o senso comum dos que consomem apenas o resultado. A noção do tempo formador é perdida junto com a perda da

credibilidade das metanarrativas e das totalidades orgânicas. Restam a velocidade alucinante das mudanças, bem como os acontecimentos múltiplos, diversos e simultâneos. Ao sujeito fica a impressão, marcadamente pós-moderna, da incomensurabilidade das novas vivências, que podem ser referidas sem serem representáveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da reflexão sobre o design gráfico como um campo de conhecimento e estabelecendo o âmbito de sua práxis, refletindo sobre dois momentos fundamentais do desenvolvimento da atividade – modernidade e pós-modernidade – chegamos à noção de design gráfico enquanto mediação. Isso não significa um retorno às definições ontológicas e logocêntricas, mas destacamos a situação limite do design, sua posição fronteiriça. Ele marca pelo que não é, por sua diferença. Ele se confronta com o texto, com a mensagem do autor, porém não usa o alfabeto apenas para dizer uma palavra. Seu signo faz simultaneamente parte do código verbal e visual.

A outra face do design gráfico está ligada à palavra escrita, considerando-se que o alfabeto se constrói não foneticamente mas graficamente. Além disso, a eficiência da escrita e a possibilidade da leitura somente existem porque os sinais não-alfabéticos permitem. Os espaços entre as palavras, as linhas, os pontos, o itálico, as aspas, entre outros, são marcas constitutivas e convencionais da escrita, que ficam invisíveis como um fundo em que se destaca a figura.

Vimos como o dilema entre mediador transparente ou co-participante da mensagem aparece tanto no modernismo quanto no pós-modernismo. No primeiro, a área de atuação profissional se constitui como um campo autônomo, com um saber próprio. A consciência das regras do design leva o funcionalista a legitimar-se por ser mediador mais eficiente do discurso do autor, sendo um profissional. Ele reforça a noção fonocêntrica do valor da palavra oral como referência última, bem como está apegado à crença na metanarrativa dos valores e regras universais de emancipação do homem. A constituição do campo do saber, as instituições de ensino e as associações internacionais cristalizam o padrão funcionalista como se fosse decantação de um princípio universal.

O pós-modernismo destrói justamente essa crença na universalidade, imparcialidade e neutralidade do design. A escrita é revelada como a união (e dissociação) dos códigos visuais e alfabéticos. Ao destacar a co-autoria da mensagem em seus aspectos visuais, o designer simplesmente deixa claros ao leitor os pressupostos de sua ordenação do texto, enfatizando o poder da imagem. Trata-se de desconstruir o padrão modernista, para deixar aflorarem as idiosincrasias pessoais, os padrões culturais, os vínculos sociais ou de grupo. Os dois modos de conceber o design permitem definir-se o design como mediação, seguindo ideologias diversas e tendo consciência do campo específico do saber em que atua, mas sem deixar de lembrar seu caráter arbitrário e convencional. O sujeito, enquanto unificador da disciplina articula a multiplicidade da retórica do design gráfico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. Educação após Auschwitz. In: COHN, Gabriel (org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986. (Grandes Cientistas Sociais, 54)
- AYNSLEY, Jeremy. Graphic design. In: *Design History: a student's handbook*. London, Cambridge: The University Press, 1987.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BEHRENS, Roy R. *Invisible designer*. New York: PRINT- America's Graphic Design Magazine, v. 52, n. 6, p. 20, pp.122-124, nov/dez 1998.
- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Obras Escolhidas, 3)
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985. (Obras Escolhidas, 1)
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1997. (Ensaio latino-americanos)
- CARTER, Rob; DAY, Ben & MEGGS, Philip. *Typographic design: form and*

- communication. New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.
- CARTER, Robert. *American typography today*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.
- CARTER, Robert. *Experimental typography: working with computer graphics*. New York: Watson Gupstill Publications, 1997.
- CAUDURO, Flávio V. Design gráfico: duas concepções. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 9 (dez. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.
- CAUDURO, Flávio V. Logocentrismo e design tipográfico. In: *Revista da FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. No. 8 (jul. 1998). Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.
- CAUDURO, Flávio. Desconstrução e tipografia digital. In: *Arcos: cultura material e visualidade*. Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, v. I, nº único, 1998, p. 76-101.
- CONWAY, Hanzel (Org.). *Design history: a student's handbook*. London, Cambridge: The University Press, 1987.
- CRYSTAL, D. Reading, grammar and the line. In: *Growth in Reading: Proceedings of the fifteenth annual course and conference of the United Kingdom Reading Association*. Northampton: Ward Lock Educational, 1979.
- DERRIDA, Jacques. A diferença. In: *Margens da filosofia*. Portugal: Rés editora, s/d.
- DERRIDA, Jacques. *El tiempo de una tesis: desconstrucción e implicaciones conceptuales*. 2. ed. Barcelona: Proyecto a ediciones, 1997. (Cuadernos a, 3)
- DROSTE, Magdalena. *Bauhaus, 1919-1933*. Berlim: Bauhaus-Archiv Museum für Gestaltung & Benedikt Taschen, 1992.
- EAGLETON, Terry. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- FARIAS, Priscila. *Tipografia digital*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- FENTON, Kevin. The new typographer muttering in your ear. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.31-33.
- FOUCAULT, Michel. *Nietzsche, Freud e Marx*. São Paulo: Princípios, 1997.
- FREERE-JONES, Tobias. Towards the cause of grunge. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.16-18.
- GOTTSCHALL, Edward M. *Typographic communications today*. MIT Press, 1991.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.
- HAVELOCK, Eric. *A revolução da escrita na Grécia*. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- HELLER, Steven & DRENNAN, Daniel. *The digital designer: the graphic's artist's guide to the new media*. New York: Watson-Gupstill Publications, 1997.
- HELLER, Steven & FINK, Anne. *Faces of the edge: type on the digital age*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1997.
- KALMAN, Tibor, MILLER, J. Abbott, & JACOBS, Karrie. Good history/bad history. In: *Looking closer 1: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1994, pp.25-33.
- KEEDY, Jeffery. The rules of typography according to crackpots experts. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut e et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997, pp.27-31.
- KINROSS, Robin. Fellow readers: notes of multiplied language. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: