

CRÍTICA DO DUALISMO ESQUEMÁTICO NA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO DESIGN GRÁFICO

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar

luciaweymar@gmail.com

RESUMO

Este artigo busca problematizar os esquemas dicotômicos presentes em muitas “contextualizações históricas” sobre design gráfico “moderno e pós-moderno” e, para tal, é utilizado o primeiro pressuposto da teoria e do método para o alcance do conhecimento, proposto por Maffesoli (1988), referente à “crítica do dualismo esquemático”.

Palavras-chave: dualismo esquemático, contextualização histórica, design moderno e pós-moderno.

INTRODUÇÃO

A pesquisa denominada “Crítica do dualismo esquemático na contextualização histórica do design gráfico” faz parte da minha pesquisa maior sobre design autoral. O texto traz ao debate uma reflexão acerca dos modos como variadas contextualizações da história do design gráfico têm bipartido (design moderno *versus* design pós-moderno, por exemplo) e, conseqüentemente, simplificado suas descrições e análises. Apóio-me em um dos pressupostos maffesolianos para o conhecimento comum no qual o autor sugere que devemos produzir uma crítica aos dualismos que acabam por reduzir esquematicamente a complexidade de muitos objetos e sujeitos de pesquisa.

CRÍTICA DO DUALISMO ESQUEMÁTICO

Segundo Maffesoli, na história da disciplina sociologia sempre houve uma oscilação entre perspectivas generalistas e especializadas. E, também, como toda forma de pensamento, ela é perpassada por duas atitudes complementares: a razão e a imaginação. Estas atitudes, que deveriam ser complementares, aparecem sempre como

partições: por exemplo, a razão *versus* a imaginação. A esse dualismo esquemático, Maffesoli (1988, p. 25) propõe a sociologia compreensiva “que descreve o vivido naquilo que é, contentando-se, assim, em discernir as visadas dos diferentes autores envolvidos”. Uma sociologia que busca juntar o que estava separado. Deste modo, existem representações intelectuais que repousam na abstração enquanto outras na empatia. Nestas partições dá-se ênfase, ora à construção, à crítica, aos mecanismos e à razão; ora insiste-se na natureza, no sentimento, no orgânico e na imaginação. Esta dicotomia serve de metáfora para o que o autor chama de a construção paranoica (um pensamento que vem de cima) opondo-se ao procedimento metanoico (um pensamento que pensa acompanhado).

Maffesoli pensa em termos de globalidade: uma sociologia de dentro, a visão que o intelectual tem de ter de dentro, uma intuição, olhada ou mirada sutil, de compreensão. Para o autor, “é menos o objeto, que determina a maneira, do que a intenção, que move tal ou qual sociólogo” (MAFFESOLI, 1988, p. 24). O modo como construiu este primeiro pressuposto não enfatiza a separação (como muitos autores atuais acabam, fatalmente, evidenciando em suas comparações), porque junta diferentes noções sem identificações, o que denomina “identificações múltiplas” (MAFFESOLI, 1988, p. 34).

CONTEXTUALIZAÇÕES HISTÓRICAS EM DESIGN

Para situar pesquisas sobre design, bem como sobre suas aproximações com arte e comunicação, a contextualização histórica via pesquisa bibliográfica tem se mostrado indispensável. Neste campo de estudo, aprofundar a reflexão acerca das abrangentes relações sociais e históricas do design representa ampliar o entendimento de seus contextos cultural, estrutural e midiático (condição fundamental para a compreensão de suas particulares relações de vizinhança ou distanciamento), além de facilitar ao leitor o entendimento dos significados dos enunciados (MALDONADO, 2006, p. 274-278).

Sempre busco observar as perspectivas teóricas consolidadas na historiografia do design gráfico e, neste artigo, realizo um breve recorte que perpassa os últimos cinquenta anos. A expressão historiografia designa um registro da história. É preciso deixar claro que é esta a acepção que interessa, e não o termo no campo da história. Entendendo-a também como breve mapeamento, ou sobrevôo histórico, a historiografia ajuda na busca pela linearidade, mas é importante também pontuar a rejeição ao historicismo apregoada por Maffesoli. Para o autor, em seu primeiro pressuposto, só o presente merece atenção já que apregoa a sociologia compreensiva cuja etimologia remete ao sentido de *comprehendere*, isto é, de *juntar* o que havia sido *separado* em séculos de dicotomias e de dualismos esquemáticos. Além disso, esse dualismo dá ares de preconizar a evolução dos estilos, condição que não aceito, pois acredito que não há evolução neste sentido, mas um rearranjo.

MODERNO E PÓS-MODERNO

Deste modo, porque diferenciar os designers modernos dos designers pós-modernos? Porque o período histórico deve ser norteador da qualidade do design? Indo mais além, porque insistir nessas dicotomias que não têm resultado em uma maior ou uma melhor empatia entre as pessoas? Porque não paramos de nos fixar em esquemas e em objetos e não nos lançamos, inexoravelmente, ao *outro* e aos *outros* através de “identificações sucessivas” e não por identidades estanques?

A pretensão deste artigo é a de fazer uma crítica do dualismo esquemático presente nas contextualizações históricas do design e mapear algumas marcas criadas a partir de 1965 de modo conjuntural, mas também de modo genealógico e metanoico. Para isto, opto por mostrar mais do que demonstrar. Ao analisar as paisagens que se fazem e se desfazem nos processos de design e ao analisar o pensamento que se faz acompanhado – e não mais o pensamento que vem de cima, linear, paranoico e individual –, pretendo buscar a noção de semelhança anunciada por Maffesoli (1988) e refutar sempre os conceitos duros de verdade apregoados por tantos positivistas.

No que se refere à pesquisa historiográfica de certas marcas das últimas décadas realizo uma tentativa de aplicar um tipo, ou um modo, de racionalidade sobre a experiência, sobre a vida vivida. Então, o nosso fazer ciência seria pensar uma vida para algumas marcas cujas representações têm pertencido à atualidade deste período de tempo. Talvez, como diria Foucault, este tema não seja uma disciplina dada a exibicionismos. Um dos modos de racionalidade que tem analisado esses produtos tem sido, como afirmado, aquele que separa os estilos moderno e pós-moderno.

Acredito que podemos começar a dominar essas questões difíceis examinando as diferenças esquemáticas entre modernismo e pós-modernismo nos termos de Hassan (...). *Hassan estabelece uma série de oposições estilísticas para capturar as maneiras pelas quais o pós-modernismo poderia ser retratado como uma reação ao moderno. Digo "poderia" porque considero perigoso (como o faz Hassan) descrever relações complexas como polarizações simples, quando é quase certo que o real estado da sensibilidade, a verdadeira "estrutura do sentimento" dos períodos moderno e pós-moderno, está no modo pelo qual essas posições estilísticas são sintetizadas. Não obstante, creio que o esquema tabular de Hassan fornece um útil ponto de partida (HARVEY, 1992, p. 47-48, grifo nosso).*

Se eu tenho a sensação de que nesse espaço de tempo, as marcas, símbolos e logotipos (os objetos que estudamos) têm sido representados em variados estilos e de modo não necessariamente contínuo, talvez eu deva pensar, ou criar, um novo modo de racionalidade para analisá-los. Em meu ponto de vista, a racionalidade à maneira de Hassan tem sido hegemônica e tem dicotomizado os estilos dos criadores, fazendo cisões que não me parecem definidoras. Em alguns estudos realizados percebi que o

debate sobre a ruptura do paradigma moderno pelas tendências pós-modernas tem se estabelecido de modo praticamente dominante nas academias que pesquisam design gráfico. Meu entendimento em relação a esses paradigmas assume um viés mais cultural e menos histórico-linear, isto é, considero o moderno ou o pós-moderno como diferentes formas de pensamento que acontecem de modo diacrônico e sincrônico.

CRÍTICA DO DUALISMO ESQUEMÁTICO NA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO DESIGN GRÁFICO

O que tenho percebido é que a maioria das revisões contextuais históricas tem apostado em um esquema dual que acaba por separar, de modo muitas vezes irremediavelmente reducionista, o design moderno do design pós-moderno. Acredito que tais dicotomias fragilizam e empobrecem a compreensão das produções em design nas últimas décadas, uma vez que considero que os paradigmas moderno e pós-moderno são diferentes formas de pensamento e de cultura que podem acontecer de modo sincrônico. Assim sendo, procuro mostrar, neste artigo, alguns designs de identidade e analisá-los pelo viés da sociologia compreensiva maffesoliana, utilizando-me de um conjunto de argumentos *em junção* que possam propor ao leitor um modo menos *bifurcado* de problematizar os contextos históricos que perpassam o campo do design.

Como entendo o design como uma tecnologia do imaginário e o imaginário – conforme Machado da Silva (2004) – alimenta-se da falta, posso dizer que o que busco é o encontro com o que não tenho. E uma das coisas que ainda não tenho é uma análise mais contundente acerca de marcas gráficas projetadas nas últimas cinco décadas nas quais o Estilo Internacional coabita com as primeiras tendências pós-modernas. Um mesmo momento onde as interlocuções diferem entre designers, onde alguns ainda se afetam pelos ideais modernistas (*menos é mais, a forma segue a função*) enquanto outros se encaminham em direção à quebra dos paradigmas racionais e funcionais vigentes, afinal os anos 1960 foram emblemáticos em muitos aspectos: Vietnã; 1968; revolução feminina; sexo, drogas e *rock and roll*. E, no Brasil, o golpe militar; a Tropicália e o nascimento de uma geração de pessoas que, assim como eu, hoje fazem e pensam design. Vejamos, a seguir, informações de um mesmo momento histórico onde, e estou especulando, a possibilidade de distintas interlocuções diferenciaram o estilo da época.

Herbert Lubalin, designer modernista estadunidense (1918-1981), utiliza as palavras como imagens estendendo os limites da composição. Para Lubalin, o conceito é a principal característica do eclético design gráfico dos Estados Unidos. Graduado pela Cooper Union, Lubalin trabalhou como diretor de arte por vinte anos na Sudler & Hennessey antes de abrir seu próprio escritório. Em 1968 projeta, juntamente com Tom Carnase, alguns caracteres para o logotipo de uma revista chamada Avant Garde e, três anos depois, acaba desenvolvendo toda a família tipográfica. Essa tipografia, baseada na geometria, é o marco da carreira de Lubalin. Algumas de suas criações em identidade

visual, como o tipograma Marriage (projetada em 1965), Mother & Child e Families (Figura 1) estão presentes em inúmeras publicações de design (LUBALIN, 2008).



Figura 1 – Marcas de Lubalin: Marriage, Mother & Child e Families.

Fonte: <http://coarserequirementlubbock.blogspot.com.br/2011/10/herb-lubalin.html>

Alan Gerard Fletcher (1931-2006), nascido no Quênia, estuda nas escolas britânicas Hammersmith School of Art, Central School of Art, Royal College of Art e Yale University. Funda, em 1962, a empresa de design Fletcher/Forbes/Gill com Colin Forbes e Bob Gill. Com a alteração de alguns membros cria, em 1972, a Pentagram que ele abandona em 1992. Muitos de seus trabalhos não estão em uso como a marca feita com 84 pontos para Reuters (projetada em 1965), e aposentada em 1992. Contudo, suas marcas IOD, para o Institute of Directors, e V&A, para Victoria and Albert Museum, permanecem (Figura 2). Para o designer, vida e trabalho são inseparáveis, conforme consta em seu obituário no The Times: “Design is not a thing you do. It’s a way of life” (ALAIN Fletcher, 2006).



Figura 2 – Marcas de Fletcher: Reuters, IOD e V&A.

Fonte: [http://www.thefullwiki.org/Alan_Fletcher_\(graphic_designer\)](http://www.thefullwiki.org/Alan_Fletcher_(graphic_designer))

Se meu entendimento em relação aos paradigmas modernos e pós-modernos assume um viés mais cultural do que histórico no sentido de linearidade (reforço que entendo estas tendências enquanto formas de cultura e enquanto formas de pensamento), é claro que posso deduzir que não existem autores modernos ou autores pós-modernos no sentido estrito do termo.

1965, o ano do projeto das marcas Marriage e Reuters, desenvolvidas pelos designers Lubalin e Fletcher, foi a razão de suas escolhas: paradoxo e arbitrariamente, opto pelo ano de meu nascimento. Paradoxalmente, porque situo a discussão num viés mais cultural do que histórico. Arbitrariamente, porque parece prepotência insistir em uma data pelo grau de pessoalidade do motivo citado. Naquele momento, formas de pensamento atreladas aos ideais modernistas começam a coexistir com formas de pensamento mais abertas aos novos imaginários que começam a se estabelecer. Lubalin, um designer “moderno” se considerarmos as características apresentadas por Hassan, coexiste com Fletcher, cujos designs já vislumbram uma organicidade mais conectada ao que Hassan consideraria um estilo “pós-moderno”.

Contudo, análises dicotômicas não são produto desta reflexão, pois rejeito contrapor diferentes tendências em esquemas dicotômicos e escolho marcas criadas num mesmo ano como representativas de diferentes formas de pensamento, isto é, de diferentes culturas.

Marriage – segundo Lubalin, o casamento é a mais licenciosa das instituições humanas – é um logotipo criado para o cartaz de anúncio da tipografia Stettler. Utiliza em sua forma uma tipografia clássica com pequena serifa e em caixa-alta. Sua legibilidade é inatacável. O rebatimento do caractere *r* faz toda a diferença, remetendo seu significante a um significado de junção, *grosso modo*, universal. Reuters, a agência inglesa de informação, utiliza uma tipografia sem serifa e em caixa-alta criada por Fletcher a partir de pequenos pontos, simulando a representação gráfica do, hoje obsoleto, processo de transmissão de dados denominado teletipo. Sua legibilidade é ambígua e difusa remetendo com perfeição seu significante ao significado que se espera de uma agência que difunde informação através de várias mídias.

Passados quase cinquenta anos ainda constato estes contrastes e semelhanças, porém percebo, de modo metanoico, que são eles que fazem de nossos tempos, tempos de riqueza e de multiplicidade. Certos designers fizeram a diferença nestes anos porque deixaram sua marca em seus projetos colocando à prova algumas estruturas tradicionais do design.

CONCLUSÃO

O imaginário se alimenta da falta... Mas o que falta a pessoas nascidas sob a égide da pós-modernidade se ela promete tanto e tanto realmente dá? Coincide deste recorte – o ano do meu nascimento – ter se dado junto ao nascimento disso que muitos chamam “pós-modernidade”. Como já afirmado, meu entendimento em relação ao paradigma pós-moderno se assume de modo mais cultural e menos contínuo. Considero o paradigma moderno e o pós-moderno, por exemplo, como diferentes e contrastantes formas de pensamento e de cultura que podem acontecer de modo sincrônico. Entendo e penso deste modo porque sinto deste modo. Pensar é sentir. Nunca me adjetei como

habitante de um ou outro modelo porque convivo justamente em ambos os espaços e em ambos os tempos.

Quem nasce em meio à mudança do espaço, como eu, cresce um pouco sem território. E, sincronicamente, cresce um pouco dono do mundo. Quem nasce em meio à mudança do tempo, cresce longe daquele fuso do meridiano zero onde tudo e todos parecem neonatos. E, sincronicamente, cresce e decresce, evolui e involui, envelhece e rejuvenesce, como se voasse ininterruptamente, ida e volta, de um fuso a outro. A forte percepção-sensação deste movimento nos causa uma grande vertigem, uma hipercinestesia, um *jet lag*? Este movimento nos cansa, nos exaure. Falta-nos a liberdade que deveria resultar da compreensão dos contrastes (no sentido de compreendê-los/juntá-los), por isso temos dicotomizado tanto.

Temos falado em pós-modernidade desde que começamos a pensar nela, ou em seus indícios. E falar e escrever apenas usando o pensamento dos outros é fácil e é cômodo. Entretanto, quando vivemos no corpo a experiência da fragmentação, o pensamento e a sensação são os de certa esquizofrenia. Esquizofrenia entendida enquanto ruptura da ordem, multiplicidade de significados, instabilidade da linguagem (HARVEY, 1992).

Se o imaginário se alimenta da falta, queremos satisfazê-lo. Ao pesquisar, escrever e navegar pelo preciso e pelo impreciso do conhecimento “moderno e pós-moderno”, eu quero me libertar da dificuldade que tenho em enfrentar o contraste, o conflito e o ambíguo de minhas “contextualizações históricas” sem jamais esquecer-me de realizar uma “crítica do dualismo esquemático”.

REFERÊNCIAS

ABC da ADG. **Glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico**. São Paulo: ADG, 1998.

ALAN Fletcher 50 years of graphic work (and play). 2006. Disponível em: <<http://www.designmuseum.org/exhibitions/previous-exhibitions/alanfletcher>>. Acesso em: 22 set. 2009.

FLETCHER, Alan. **Reuters, IOD e V&A**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:AlanFletcherGraphics.png> Acesso em: 06/08/13.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

LUBALIN, Herb. **Families, Marriage e Mother**. Disponível em: <<http://www.aiga.org/content.cfm/medalist-herblubalin>>. Acesso em: 06/08/13.

_____. **New York: 1918 – 1981**. 2008. Disponível em: <<http://tipografos.net/designers/lubalin.html>>. Acesso em: 22 set. 2009.

MACHADO DA SILVA, Juremir. As tecnologias do imaginário. In: PERES, Lúcia Maria Vaz (Org.) **Imaginário: o entre-saberes do arcaico e do cotidiano**. Pelotas, RS: Ed. e Gráfica Universitária UFPel, 2004. p. 19-38.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: compêndio de Sociologia Compreensiva**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MALDONADO, Alberto Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes. In: **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 271-294.