

grunge gRaphics

Influências e Aplicações gráficas

Mestranda

Leonor Peixoto Araújo

Orientador

Elias Augusto Marques

Esad 2024

Projeto Tese

Design de Comunicação



grunge gRaphics

Influências e Aplicações gráficas

Mestranda

Leonor Peixoto Araújo

Orientador

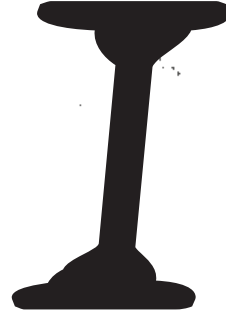
Elias Augusto Marques

Esad 2024

Projeto Tese

Design de Comunicação

D E d



C A
T ó
R i
a

dedicatória

Esta tese é dedicada à minha família, em especial aos meus pais que sempre me apoiaram durante este percurso e me fizeram acreditar que posso alcançar tudo o que quiser com dedicação, confiança e trabalho.

A
G
r
A
D
E

C i M e t n o s

agradecimentos

O presente projeto contou com o apoio e ajuda de diversas pessoas cuja dedicação e contribuição foram fundamentais para a sua realização.

Estou profundamente grata ao meu orientador Professor Elias Marques por ter aceite orientar a minha tese. A sua orientação foi fundamental para os resultados alcançados, pois todos os seus conselhos e sugestões contribuíram imensamente para o desenvolvimento do meu projeto.

Agradeço aos meus pais, por todo encorajamento que me deram para frequentar o curso de design de comunicação seguir e pelo seu apoio inabalável que me deu a confiança necessária para seguir esta área e esforçar-me para alcançar aos meus objetivos.

Um agradecimento especial ao meu tio por todo o apoio, palavras, sugestões e conselhos. Foram cruciais para a minha evolução não só como designer mas também como pessoa.

Aos meus avós, o meu maior obrigada por todo o carinho, amor e interesse nos meus estudos (mesmo não percebendo o que é design de comunicação).

Ao Vasco, ao Frederico, à Lee, à Diana um grande obrigada pela amizade, apoio, incentivos e brincadeiras que me ajudaram e motivaram a acabar este projeto.

Às minhas amigas, agradeço todos os cafés, finos, noitadas, saídas e serões, essenciais a todo este percurso.

Agradeço sinceramente a cada um que me acompanhou e que fez parte desta jornada.

resumo

O projeto tem como intuito a criação de uma revista que evidencie a inspiração gráfica na estética grunge, presente na década de 1990. Os objetivos passam por possibilitar a procura de informação na área do design gráfico de layout, bem como a melhor compreensão dos métodos de trabalho da época, tendo como objetivo a exploração plástica do tema, seguindo a sua investigação.

Tendo em conta a pesquisa inicial efetuada, foram reunidas um conjunto de revistas e respetivos layouts – Raygun, Emigre, The Face, Wired, Arena – que evidenciaram a estética do movimento grunge no campo do design e tiveram um impacto significativo no mesmo.

O plano de trabalho tem como base a realização inicial de uma pesquisa intensiva sobre o tema abordado e a realização de um projeto editorial, que reúna as informações necessárias para a criação do design de uma revista, com a estética grunge.

A primeira fase deste plano de trabalho contempla uma pesquisa e análise de elementos visuais e textuais, que possam construir uma base de estudo que represente a estética grunge da década de 1990 e respetivas técnicas associadas.

A segunda fase caracteriza-se pela análise de informação e conteúdos, numa tentativa de apurar o contexto histórico dos décadas finais do século XX, com o objetivo de identificar e compreender as referências e influências das quais surgiu o movimento grunge e a sua ligação ao design gráfico.

A terceira fase consiste na realização de um objeto editorial, tendo como objectivo a criação e materialização de um suporte gráfico onde seja possível identificar referências, grafismos e imagens que se associem ao movimento grunge.

palavras-chave

Grunge
Editorial
Layout
Pós-modernismo

abstract

The project aims to create a magazine that highlights the graphic inspiration in the grunge aesthetic, present in the 1990s. The goals include facilitating the search for information in the area of graphic layout design, as well as a better understanding of working methods at the time, with the objective of artistic exploration of the theme, following the research conducted.

Taking into account the initial research carried out, a set of magazines and various layouts were brought together – Raygun, Emigre, The Face, Wired, Arena – which highlighted the aesthetics of the grunge movement in the field of design and had a significant impact on it.

The work plan is based on initially carrying out an intensive research on the topic covered and the execution of an editorial project, that compiles the information necessary to design a magazine, with a grunge aesthetic.

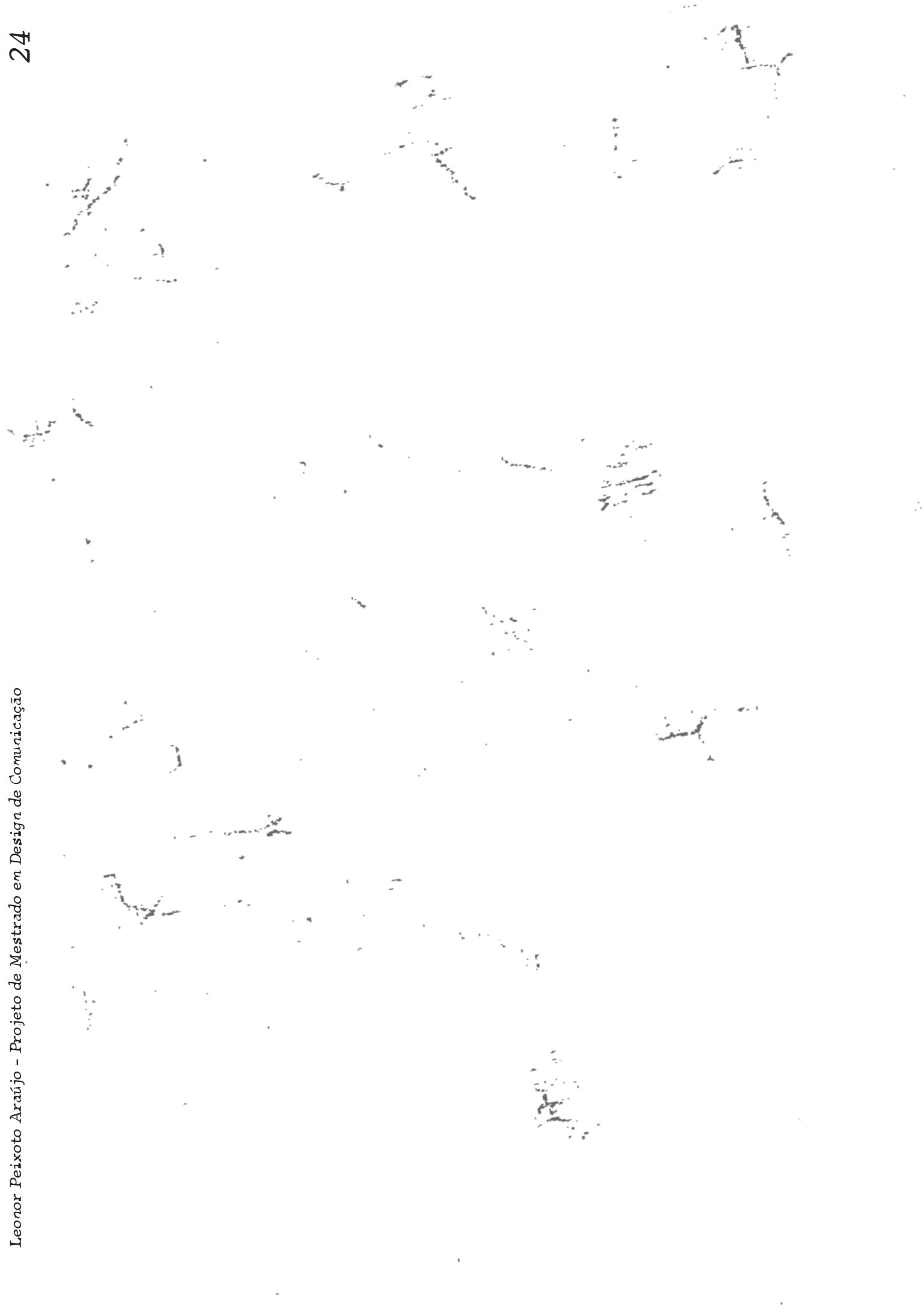
The first phase of this work plan includes the research and analysis of visual and textual elements, that are able to establish a study base representative of the grunge aesthetics of the 1990s, along with associated techniques.

The second phase is characterized by the analysis of information and content, in an attempt to determine the historical context of the final decades of the 20th century, with the aim of identifying and understanding the references and influences from which the grunge movement and its connection to graphic design emerged.

The third phase consists of creating an editorial object, aiming to create and materialize a graphic support where it is possible to identify references, graphics and images that are associated with the grunge movement.

keywords

Grunge
Editorial
Layout
Postmodernism



Dedicatória	07
Agradecimentos	11
Resumo	15
Abstract	19
Índice	23
Índice Figuras	25

Capítulo I

Contextualização Histórica	30
Movimento Grunge	36
Novas Tecnologias Digitais	42

Capítulo II

O Movimento Grunge no Design	52
Inspiração	58

Capítulo III

Grafismos do Grunge	71
Nomes do Grunge	79
Revistas	99

Capítulo IV

Projeto	128
Conclusão	164
Referências Bibliográficas	170
Referências Webliográficas	174

índice figuras

Capítulo I

Fig. 1 - Mark Arm, Mudhoney em concerto, COCA Sub Pop showcase, Seattle, 1989

Fig. 2 - Mudhoney em concerto, The Central Tavern, Seattle, 1988

Fig. 3 - L7 em concerto, The Vogue, Seattle, 1990

Fig. 4 - Kurt Cobain em concerto, Paradiso, Amesterdão, 25 de novembro, 1991

Capítulo II

Fig. 5 - Público de Tad Doyle, University of Washington HUB Ballroom, Seattle, 1989

Fig. 6 - Kurt Cobain, Nirvana em concerto, Seattle Coliseum, 9 de novembro, 1992

Fig. 7 - The Street Enters the House, Umberto Boccioni, óleo sobre tela, 1911

Fig. 8 - Modenschau (Fashion Show), Hannah Höch, 1925-1935

Fig. 9 - Freundinnen I (Girlfriends I), Sigmar Polke, Litografia em papel, 1967

Fig. 10 - Cartaz para um concerto de XRay Spex, litografia, 1978

Capítulo III

Fig. 11 - Capa do álbum "The Fragile" de Nine Inch Nails, 1999 76

Fig. 12 - Spread do livro Interference, 1994 76

Fig. 13 - Spread da revista Enigme, edição #23: Culpitrits, 1992 77

Fig. 14 - Capa do álbum "Louder Than Love" de Soundgarden, 1989 77

Fig. 15 - Interior da versão CD do álbum "Bel Air" de Ultramarine, 1995 78

Fig. 16 - Design para o CD Manscape da Mute Records, 1990 78

Fig. 17 - Spread da revista Ray Gun 79

Fig. 18 - Contracapa do livro Interference, 1994 79

Fig. 19 - Stage diver num concerto dos Nirvana, University of Washington HUB Ballroom, Seattle, 1990 82

Fig. 20 - David Carson 84

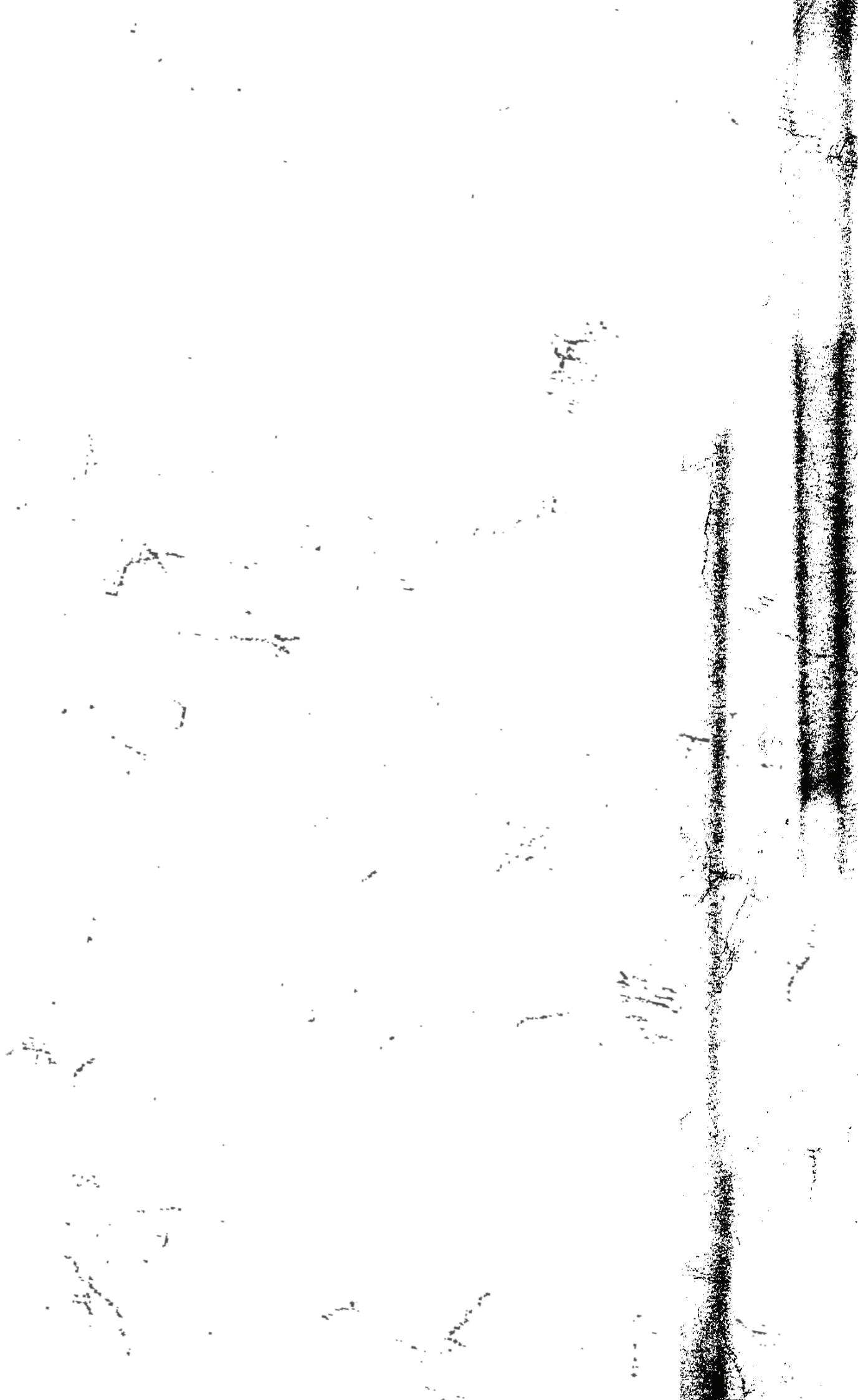
Fig. 21 - Capa da revista Beach Culture, 1990 86

Fig. 22 - Capa da revista Ray Gun, N. 58, 1998 87

Fig. 23 - Neville Brody	88	Fig. 37 - Spread da revista Ray Gun	109
Fig. 24 - Estudo da tipografia "FF Blur", 1991	90	Fig. 38 - Capa da revista Enigre, edição #21 New Faces, 1992	110
Fig. 25 - Capa da revista The Face, Agosto 1993	91	Fig. 39 - Capa da revista Enigre, edição #41 The Magazine Issue, 1997	111
Fig. 26 - Art Chantry	92	Fig. 40 - Spread da revista Enigre, edição #1: A Magazine for Exiles, 1984	112
Fig. 27 - Capa do álbum, em vinil, Saucers Over Vegas de The Galaxy Trio, 1994	95	Fig. 41 - Spread da revista Enigre, edição #19 Starting from Zero, 1991	112
Fig. 28 - Capa e contracapa do álbum, em vinil, The Makers, 1995	95	Fig. 42 - Spread da revista Enigre, edição #21 New Faces, 1992	113
Fig. 29 - Rudy VanderLans e Zuzana Licko	96	Fig. 43 - Spread da revista Enigre, edição #37 Joint Venture, 1996	113
Fig. 30 - Capa da revista Enigre, edição #18 Type-site, 1991	98	Fig. 44 - Capa da revista The Face, N. 45, Janeiro 1984	114
Fig. 31 - Spread da revista Enigre, edição #23: Culpitrits, 1992	99	Fig. 45 - Capa da revista The Face, N. 59 Março 1985	115
Fig. 32 - Capa da revista Ray Gun, N. 1, 1992	106	Fig. 46 - Spread da revista The Face, Novembro 1980	116
Fig. 33 - Capa da revista Ray Gun, N. 22, 1995	107	Fig. 47 - Spread da revista The Face, Novembro 1992	116
Fig. 34 - Spread da revista Ray Gun	108	Fig. 48 - Spread da revista The Face, Setembro 1993	117
Fig. 35 - Spread da revista Ray Gun	108		
Fig. 36 - Spread da revista Ray Gun	109		

Capítulo IV

Fig. 49 - Spread da revista The Face, Setembro 1993	117	Fig. 62 - Capa final da revista	139
Fig. 50 - Capa da revista Wired, Janeiro 1995	118	Fig. 63 - Spread do interior da revista final	140/ 141
Fig. 51 - Capa da revista Wired, Outubro 1995	119	Fig. 64 - Spread do interior da revista final	142/ 143
Fig. 52 - Spread da revista Wired	120	Fig. 65 - Spread do interior da revista final	144/ 145
Fig. 53 - Spread da revista Wired	120	Fig. 66 - Spread do interior da revista final	146/ 147
Fig. 54 - Spread da revista Wired	121	Fig. 67 - Spread do interior da revista final	148/ 149
Fig. 55 - Spread da revista Wired	121	Fig. 68 - Spread do interior da revista final	150/ 151
Fig. 56 - Capa da revista BLAH BLAH BLAH, Maio 1996	122	Fig. 69 - Spread do interior da revista final	152/ 153
Fig. 57 - Capa da revista BLAH BLAH BLAH, Agosto 1996	123	Fig. 70 - Spread do interior da revista final	154/ 155
Fig. 58 - Spread da revista BLAH BLAH BLAH	124	Fig. 71 - Spread do interior da revista final	156/ 157
Fig. 59 - Spread da revista BLAH BLAH BLAH	124	Fig. 72 - Spread do interior da revista final	158/ 159
Fig. 60 - Spread da revista BLAH BLAH BLAH	125	Fig. 73 - Spread do interior da revista final	160/ 161
Fig. 61 - Spread da revista BLAH BLAH BLAH	125	Fig. 74 - Contracapa da revista final	162



I





contextualização histórica

A Década de 1990 caracterizou-se como um período de transição e mudança em várias e distintas áreas, que simbolizaram o fim de uma era e marcaram um nova fase na história mundial.

A nível político, os anos 90 testemunharam o fim da Guerra Fria. A queda do muro de Berlim, em 1989, marcou a reunificação da Alemanha e simbolizou o início de uma nova ordem geopolítica. A União Soviética desintegrou-se em 1991, pondo fim ao bloco comunista e consolidando os Estados Unidos como a superpotência global.

A ideia de globalização foi impulsionada com os avanços nas comunicações e na tecnologia que facilitaram a ligação e partilha de informação. As fronteiras entre países tornaram-se mais permeáveis, houve uma expansão do comércio internacional e a cultura transcendeu barreiras geográficas. Esta globalização de conteúdos foi bastante impactante na economia, na política e na cultura.

Um dos acontecimentos mais marcantes da década, foi o aparecimento da internet. A World Wide Web foi introduzida ao público mudando a forma como as pessoas comunicavam e acediam à informação. O boom tecnológico trouxe consigo o aumento do acesso a computadores pessoais, e empresas como a Microsoft, Apple e Intel, desempenharam um papel crucial nesta revolução digital.

Na esfera geopolítica, os anos 90 foram também marcados por conflitos e desafios. A desintegração da Jugoslávia resultou em conflitos étnicos e guerras civis, especialmente na Bósnia e no Kosovo. Um genocídio devastador ocorreu no Ruanda em 1994, destacando a necessidade de intervenção internacional em situações de crise humanitária.

No Médio Oriente, os esforços pela paz foram notáveis durante esta década. Os Acordos de Oslo, assinados em 1993 entre Israel e a Organização para a Libertação da Palestina (OLP), procuraram estabelecer as bases para uma solução pacífica no conflito entre Israel e a Palestina.

Os anos 90 são também associados a uma explosão na cultura musical. Géneros musicais como o grunge e o hip-hop ganharam destaque, tendo influenciado não só a esfera musical, mas também a moda e a atitude dos jovens. Bandas como Nirvana, Pearl Jam e Soundgarden tornaram-se símbolos de rebeldia e de autenticidade do movimento grunge.

No âmbito social, houve avanços significativos nos direitos civis e na consciencialização para questões sociais. Movimentos feministas e de luta pelos direitos LGBTQ+ ganharam força, o que contribuiu para uma mudança de mentalidades e de legislação em muitas partes do mundo.

Em resumo, os anos 90 foram uma década de transformação profunda, marcada por eventos que influenciaram o mundo contemporâneo. O fim da Guerra Fria, a ascensão da internet, a globalização e a efervescência cultural fizeram dos anos 90 um período crucial na história recente, deixando um legado duradouro em diversas esferas da sociedade.







O movimento grunge

A música grunge surgiu no final da década de 1980 mas atingiu o seu auge de popularidade nos anos 90, em especial em Seattle, uma cidade do estado de Washington, nos Estados Unidos. O grunge é caracterizado como sendo uma fusão de referências do punk, rock alternativo e metal, aparecendo como uma resposta à cena musical predominante da época, que era dominada por estilos mais refinados e produzidos.

Este estilo musical, associado a um ambiente contracultura, pretendia desafiar algumas convenções estabelecidas, representando a insatisfação e desilusão da juventude da época. As raízes e som característico do grunge estão profundamente ligados à cena punk e ao rock alternativo. Bandas locais começaram a experimentar uma sonoridade mais crua, distorcida e menos convencional que incluía guitarras com sons distorcidos, letras introspectivas e abordagens menos convencionais, muitas vezes influenciadas pelo punk, pelo indie rock, por elementos do rock clássico e pelo metal. O grunge fazia parte de um movimento musical mais amplo, conhecido como rock alternativo, que desafiava as convenções do rock mainstream da época. O sucesso das bandas grunge contribuiu para o aumento da popularidade do rock alternativo nos anos 90.

O grunge não era apenas um estilo musical, mas também uma expressão cultural que refletia a desilusão da juventude da época em relação às expectativas sociais e culturais. As letras abordavam frequentemente temas como a alienação, descontentamento, crítica à sociedade e a rejeição de valores convencionais, incorporando uma autenticidade com a qual muitos jovens se identificavam.

O ano de 1986 é frequentemente citado como um marco inicial para o grunge, com o lançamento do álbum "Deep Six", um álbum que compila músicas de várias bandas de Seattle, incluindo Soundgarden e Melvins, bandas que são consideradas pioneiras dos primeiros registos da sonoridade grunge.

O movimento ganhou mais destaque nos anos 90, com bandas como os Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden, Alice in Chains e Mudhoney. Liderada por Kurt Cobain, a banda Nirvana é considerada uma das mais icônicas do movimento grunge, tendo um impacto cultural bastante significativo após o lançamento do seu álbum "Nevermind" em 1991, que incluía a música "Smells Like Teen Spirit", caracterizada como um hino da geração grunge. O sucesso dos Nirvana catapultou o grunge para um cenário mainstream.

"I was looking for something a lot heavier, yet melodic at the same time. Something different from heavy metal, a different attitude." - Kurt Cobain

No entanto, a popularidade do grunge foi encoberta por algumas adversidades, como a morte de Kurt Cobain em 1994 que se tornou um marco significativo para o movimento. Além disso, após terem alcançado sucesso comercial, algumas bandas grunge viram a sua integridade artística posta em causa, sendo acusadas de cederem aos interesses comerciais em detrimento da sua autenticidade.

Apesar destes desafios e da breve ascensão a um patamar mainstream, o seu legado na música e na cultura ainda perdura. As bandas grunge foram um grande influência para toda uma geração de músicos e deixaram uma marca impactante e duradoura na música rock.

A atitude rebelde do grunge e o seu som distinto continuam a ser reconhecidos até hoje. O grunge não foi apenas um género musical foi um movimento que desafiou as convenções e redefiniu o som do rock, captando a insatisfação e a autenticidade de uma geração e deixando um impacto duradouro na história da música, que continua a ser lembrado como uma expressão poderosa de uma geração.



N o v a s

T e n o
c

D i g i

1 o G i a
T A i S

novas tecnologias digitais

A tecnologia digital influenciou radicalmente o design tipográfico a partir do início dos anos 1980. O computador permitiu aos designers criar e manipular letras de novas formas, oferecendo novas opções para a elaboração de tipografias e para a sua “produção”. A ferramenta digital inicialmente exigiu (devido a restrições técnicas) e, mais tarde, incentivou explicitamente (devido aos avanços técnicos) tipos específicos de representação que mudaram os seus antecedentes históricos. Durante a década de 1990, a manipulação das letras era notável. As oportunidades espaciais e temporais do ciberespaço resultaram em representações mais radicais de letras que ofereceram novas possibilidades estilísticas, ao mesmo tempo que desafiaram as normas de leitura e escrita.

A Apple foi fundamental na popularização das tecnologias que estimularam a experiência tipográfica na comunidade do design gráfico, durante esse período.

O computador Apple Macintosh, lançado em 1984, popularizou as principais tecnologias e conceitos que anunciariam uma nova era tipográfica. Embora muitas dessas tecnologias e ideias tenham tido origem noutros lugares, a sua disseminação através do Macintosh apresentou a um público amplo o conceito WYSIWYG (“What You See Is What You Get”) e tecnologias associadas: tipografias bitmap e impressão com matriz de pontos que foi rapidamente superada pela impressão a laser. WYSIWYG empregou o uso de imagens e de páginas de documentos no ecrã do computador, em tamanho real, e a capacidade correspondente de imprimi-las conforme apareciam.

A forte ligação entre a imagem e a sua produção não só alterou a forma como as pessoas criavam documentos, mas também a forma como pensavam sobre eles. Os utilizadores de computador consideravam cada vez mais a aparência do texto como uma parte crucial para o processo de escrita. Os primeiros utilizadores do Macintosh, descontentes com as formas reduzidas de introdução texto, procuraram explorar o controlo tipográfico através dos recursos de estilo integrados no sistema operacional. Estes incluíam a capacidade de escolher entre vários tipos de letra e famílias tipográficas, podendo ser instaladas no arquivo de sistema do Macintosh. Para além disso, incluíam opções padrão como texto “simples”, negrito, itálico, sublinhado, contornado, sombreado e em vários tamanhos.

A introdução da impressora Apple LaserWriter em 1985 permitiu que o Macintosh rivalizasse com a impressão offset através de uma tecnologia que melhorou significativamente a aparência do texto e das imagens. Ao passar para 300 pontos por polegada, a LaserWriter renderizava letras de forma mais suave, capaz de definir detalhes mais sutis no contorno e que afetariam especialmente a aparência de serifas e texto em tamanhos mais pequenos.

Enquanto a LaserWriter da Apple forneceu a tecnologia de hardware que democratizaria o design tipográfico através da ascensão da “publicação digital”, a Adobe Systems forneceu a inovação de software através do PostScript, uma linguagem de programação especializada na visualização de informações ou linguagem de descrição de página (PDL), incorporada à LaserWriter. O PostScript possibilitou a impressão de layouts detalhados, com imagens e texto organizados de acordo com as especificações do designer. Layouts gráficos sofisticados que antes exigiam uma composição manual detalhada, agora podiam ser trabalhados com facilidade através de programas de software que tornavam o layout da página quase tão fáceis quanto o processamento de texto. Estes programas, quando usados em conjunto com a LaserWriter, garantiam um output gráfico com qualidade de impressão offset.

Em poucos anos, a edição digital ultrapassou a composição tipográfica profissional e a impressão offset como a opção preferida da pré-impressão e impressão de baixo custo.

Após a introdução do Macintosh, um pequeno grupo de designers gráficos perspicazes reconheceu o potencial estético da tipografia com base no computador. Em 1985, Zuzanna Licko projetou três fontes – Emperor, Oakland e Emigre – que exploravam deliberadamente a aparência do pixel. Essas fontes redefiniram a aparência de uma publicação emergente, a “Emigre”, fundada por Zuzanna Licko e pelo seu marido Rudy VanderLans, conjuntamente com o artista Marc Susan e o escritor Menno Meyjes. Desde então, tornou-se uma das publicações de design mais influentes, funcionando como veículo principal para a transmissão de novas ideias tipográficas. A “Emigre” apresentou fontes desenhadas por Zuzanna Licko e outros designers que serviu como catálogo para a compra dessas mesmas fontes.

Ao mesmo tempo, April Greiman, uma designer gráfica com formação na Suíça, começou a experimentar extensivamente com imagens digitais e tipografia no seu trabalho impresso. Assim como Zuzanna Licko e Rudy VanderLans, ela usou letras e imagens com o pixel muito acentuado nos seus projetos.

Enquanto o pixel caracterizou a aparência destas primeiras experiências tipográficas, o desfocado e o “antialiasing” caracterizaram a aparência posterior da tipografia digital. “Aliasing” é um termo técnico utilizado para descrever a aparência em degrau de lados curvados em formas compostas por pixels. No formato das letras, o “aliasing” pode ser considerado problemático pois interfere na suavidade da curvatura que é necessária para definir os caracteres. Este problema é acentuado em tipografias serifadas e em texto com o cor mais pequeno, uma vez que poucos pixels estão disponíveis para formar cada letra.

O “antialiasing” resolveu esse problema desfocando os lados das letras. Por exemplo, os contornos de uma letra a preto sobre um fundo branco, mesmo suavizadas, acrescentam pixels cinza ao longo destes contornos. Apenas sistemas de computador capazes de exibir mais de duas cores (preto e branco) conseguiam utilizar o “antialiasing”. Embora o “antialiasing” eliminasse a aparência irregular das letras no ecrã do computador, também diminuía a sua legibilidade, ao reduzir o contraste e a definição destes lados. A falta de contraste fez com que o “antialiasing” praticamente não pudesse ser utilizado em letras com corpos mais pequenos.

Até à introdução do Macintosh II em 1987, o computador Macintosh suportava apenas monitores a preto e branco e, como tal, os primeiros programas de software Macintosh para edição gráfica não incluíam o “antialiasing”. Com a evolução da tecnologia que introduziu tons de cinza e depois cor, o “antialiasing” tornou-se um recurso bastante desejável que, mais tarde, foi explorado por um programa inovador da Adobe, o Photoshop, lançado em 1990.

Originalmente o Photoshop foi criado para ser usado em retoques fotográficos digitais de alta qualidade. Como tal, o Photoshop presumia a existência de uma imagem inicial, em contraste com os programas de pintura que forneciam uma tela em branco, logo no início. O Photoshop integrou várias ferramentas poderosas, mas relativamente fáceis de usar, para a edição de imagens. Além disso, possuía ferramentas com a capacidade de criar e adicionar tipografia a imagens - ferramentas utilizadas pelos designers gráficos na procura de novas alternativas à composição tipográfica padrão.

O Illustrator, programa anterior da Adobe, era um software de desenho vetorial de alta qualidade que gerava automaticamente código PostScript durante o processo de desenho. Este código tinha a capacidade de ser transferido diretamente para qualquer impressora PostScript (como um ficheiro de texto de código PostScript ou guardado como “encapsulated PostScript” (EPS), um formato que mantém uma pré-visualização da imagem criada). Antes do aparecimento do Illustrator, o Freehand, era considerado o software de desenho vetorial predileto dos designers digitais.

Em contraste, o Photoshop era um programa gráfico de bitmap de última geração para edição de pixels. Embora esta distinção possa parecer insignificante, é fundamental. O Photoshop forneceu aos designers a tecnologia para compor facilmente imagens e introduzir texto numa única camada. A camada de pixels que inclui ambos, deu as letras o mesmo estatuto das imagens. Isto revolucionou a tipografia, alterando radicalmente a forma como os designers pensavam e executavam o trabalho tipográfico (em oposição ao trabalho baseado em imagens). O espaço gráfico deu a mesma importância a este, quebrando a distinção normalmente assumida, entre texto e imagem. Esta nova ligação entre letras e imagens tornou-se numa nova norma para o design gráfico.

Para além dos seus recursos limitados, mas significativos de composição, os “filtros” do Photoshop forneciam um conjunto de comandos para a aplicação de efeitos visuais a uma imagem. Neville Brody, designer inglês, começou a fundir as imagens com a tipografia, criando projetos provocativos que mostravam as capacidades de manipulação do Photoshop. Neville Brody experimentou diferentes formas de composição de forma extensiva, assim como muitos outros, tal como P. Scott Makela da Cranbrook Academy of Art, nos EUA.

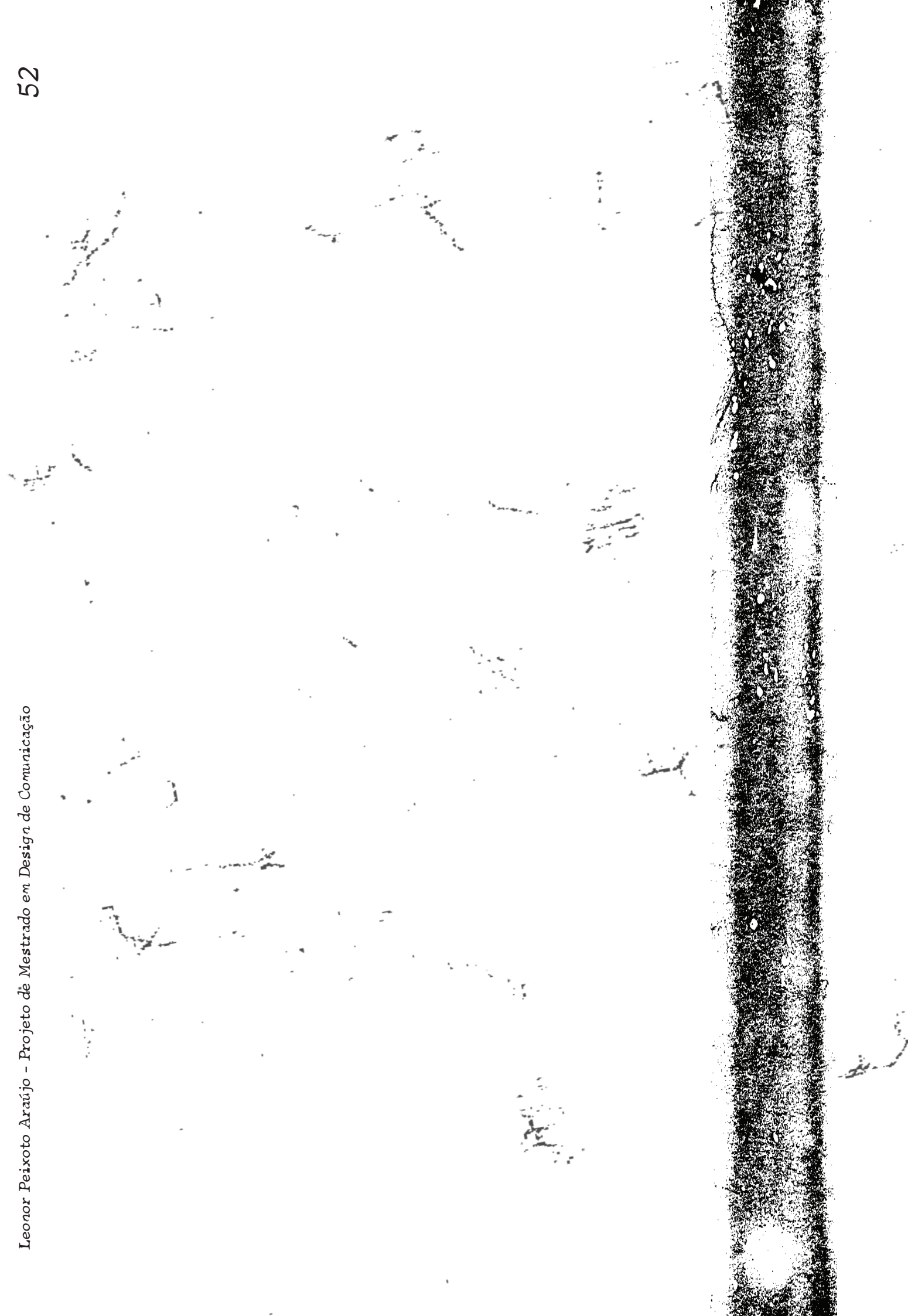
A exploração da tipografia continuou como tendência ao longo da década de 1990, tendo David Carson como um grande instigador. A sua sensibilidade pioneira, primeiro na revista “Beach Culture” e depois na “Ray Gun”, explorou novos limites para a legibilidade da tipografia. O controverso trabalho de David Carson pôs em causa a autoridade da tipografia tradicional com a introdução de letras com formas distorcidas e de layouts erráticos. Ao oferecer uma alternativa aos “valores de produção” mais refinados, David Carson desafiou as normas pré-estabelecidas dos meios de comunicação em massa.

“The contortions of the 1990s will fall out of favor, but not before showing us what the tools can do.”

- Tobias Frere-Jones

O período de 1984 a 1997 viu a difusão de tecnologias-chave que popularizaram o design digital. Novas ferramentas permitiram aos designers criar e editar texto e imagem de diferentes formas. Inicialmente, os designers traduziram a imagem presente no ecrã de letras pixelizadas em tipografias para impressão e, posteriormente, começaram a explorar e desafiar os limites das normas tipográficas, ignorando regras tradicionais de legibilidade. O Adobe Photoshop permitiu que fosse possível fundir texto e imagem num só plano, estimulando, no início dos anos 1990, o aparecimento de tipografia com efeitos visuais aplicados.

Ao permitir que os designers explorassem a tipografia, a tecnologia digital forneceu a plataforma através da qual as palavras poderiam ser incluídas no espaço pictórico mais amplo da imagem. Ao fazê-lo, a tecnologia digital reestruturou o estatuto da palavra escrita no final do século XX.



C A P Í T U L O
I

n
o
G R U
D e

N

G

E

S

—

oo

n



O movimento grunge no design

A par do aparecimento do Grunge como estilo musical, surgiu o movimento grunge no design de comunicação com uma expressão visual única e rebelde que desafiou convenções até aí pré-estabelecidas. Para além da sua influência na música, o movimento grunge no reflete a atmosfera cultural dos anos 90, caracterizada por uma reação contra o formalismo e a estética corporativa dos anos 80. A cultura alternativa e as mudanças sociais da época foram essenciais para o florescimento do grunge no campo do design de comunicação, influenciando a sua expressão artística e visual.

Associado à desconstrução visual, pode ser caracterizado pela fragmentação de elementos tradicionais e layout que assumem uma estética caótica e aparentemente desordenada. A tipografia desempenhou um papel crucial, afastando-se do convencional, com a utilização de fontes irregulares, sobreposições de texto e letras distorcidas, muitas vezes em detrimento da legibilidade.

Para além da sua abordagem tipográfica, o movimento grunge procurou transmitir a sensação de autenticidade incorporando texturas de papel, imagens desgastadas e uma paleta cromática que consistia maioritariamente em tons apagados e “sujos”, afastando-se das cores vibrantes associadas ao design convencional. Valorizava fotografias sem retoque, granuladas, muitas vezes, a preto e branco. A inclusão de fotografias do quotidiano contribuía para uma imagem “real” e anti-comercial.

O movimento grunge no design de comunicação não foi apenas uma expressão visual, mas a manifestação de uma atitude. Os designers procuravam uma abordagem mais pessoal, desafiando normas e criando peças que refletiam uma expressão individualista. A revista Ray Gun, sob a direção de David Carson, desempenhou nos anos de 1990 um papel crucial na popularização da estética grunge. David Carson desafiou convenções tradicionais com layouts experimentais e caóticos, tipografia audaciosa e elementos visuais aparentemente desconstruídos.

“ I started with no experience and just tried to do what made sense to me, without knowing any rules or schools of thought or famous people. In my case and the way I look at things and the way I work, it was an advantage to not have learned all those rules and restrictions.” – David Carson

O aumento do acesso à computação gráfica nos anos 90, fez com que os designers pudessem experimentar novas técnicas e estilos. O grunge muitas vezes envolvia a manipulação digital de imagens e tipografia, adicionando novas camadas de complexidade visual. O uso intensivo da colagem digital de elementos visuais desconexos tornou-se uma característica proeminente deste estilo.

É importante notar que o movimento grunge no design de comunicação não foi uniforme e teve várias interpretações e variações. Influenciado pela cultura musical, atitudes sociais e avanços tecnológicos, este movimento trouxe uma rutura significativa com o formalismo até então estabelecido. O seu impacto perdura destacando-se como uma rebelião criativa contra as normas visuais convencionais, pois muitos elementos e grafismos grunge continuam ainda a inspirar designers contemporâneos. O grunge no design de comunicação foi mais do que uma estética visual, representou uma expressão individualista e permanece como um testemunho ousado da autenticidade e expressão individual num meio que permanece em constante evolução.



in•spiração

O grunge no design de comunicação surgiu através da influência de movimentos artísticos históricos – Futurismo, Dadaísmo, Pós-modernismo, Punk – onde era comum estarem presentes a desconstrução de elementos visuais e a rejeição de padrões rígidos.

Futurismo

O futurismo foi movimento artístico que surgiu no início do século XX. Desencadeado pela publicação do "Manifesto Futurista" em 1909, escrito por Filippo Tommaso Marinetti, propunha uma ruptura radical com as tradições artísticas estabelecidas, proclamando a celebração da modernidade, da tecnologia, da velocidade e da dinâmica da vida urbana. Os futuristas abraçaram a máquina, a industrialização e a estética do movimento, reproduzindo-as nas suas obras cujos traços definidores se concentravam no dinamismo, na exaltação da técnica, na simultaneidade de espaços, de tempos e de sensações, na fusão de expressões artísticas e na oposição às poéticas convencionais. Pinturas, esculturas, poesia e manifestos futuristas tentavam captar a energia frenética da era moderna. Contudo, o futurismo também gerou polémica devido às suas ideias agressivas e nacionalistas, especialmente durante os períodos que antecederam a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais.



Fig. 7 – The Street Enters the House, Umberto Boccioni, óleo sobre tela, 1911

Dadaísmo

O movimento Dadaísta surgiu em Zurique durante a primeira guerra mundial e manifestou-se essencialmente nas artes plásticas (pintura, escultura, desenho e fotografia), na literatura, na música e no teatro, traduzindo a instabilidade social e cultural provocada por este conflito. Considerado por alguns uma tendência anti-artística, este movimento constituiu uma reação contra as formas tradicionais de produção artística e contra o próprio sistema, ainda ligado ao academismo. Ao rejeitarem estéticas conservadoras e valores sociais pré-estabelecidos, os dadaístas empregavam frequentemente métodos artísticos e literários intencionalmente incompreensíveis, desafiando as normas convencionais.

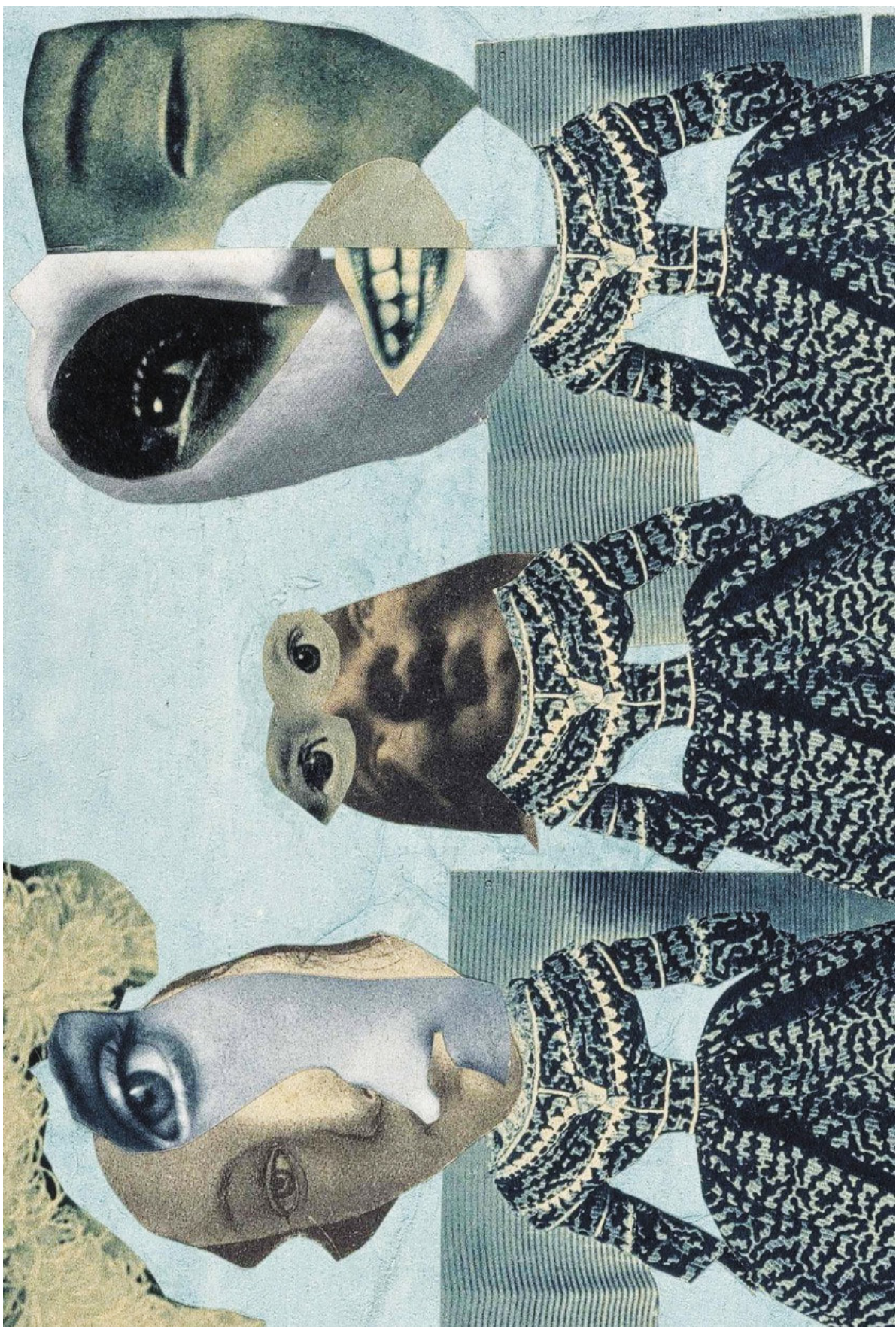


Fig. 8 – Modenschau (Fashion Show), Hannah Höch, 1925-1935

Pós-modernismo

O pós-modernismo foi um movimento cultural, intelectual e artístico que se desenvolveu principalmente a partir da segunda metade do século XX. Na era do pós-modernismo, a arte ultrapassou fronteiras tradicionais, embarcando numa jornada multifacetada de experiências e diversidade. Caracterizado pela rejeição de narrativas e estilos unificados do modernismo, o pós-modernismo abraçou a pluralidade de perspectivas. A arte pós-moderna incorporou uma ampla gama de meios, incluindo a pintura, escultura, instalações, vídeo, performances, entre outros suportes. O artistas desafiavam categorias pré-estabelecidas, misturando referências culturais, estilos históricos e elementos pop. A ironia, a paródia e a apropriação tornaram-se ferramentas expressivas, questionando a própria natureza da autenticidade artística. Abandonando a procura das verdades universais, a arte pós-moderna celebra a multiplicidade de vozes e a constante redefinição de significados, refletindo a complexidade e a instabilidade do mundo contemporâneo. Caracteriza-se por uma reflexão própria recorrendo a uma revisão das noções de visualidade de estilos artísticos anteriores.



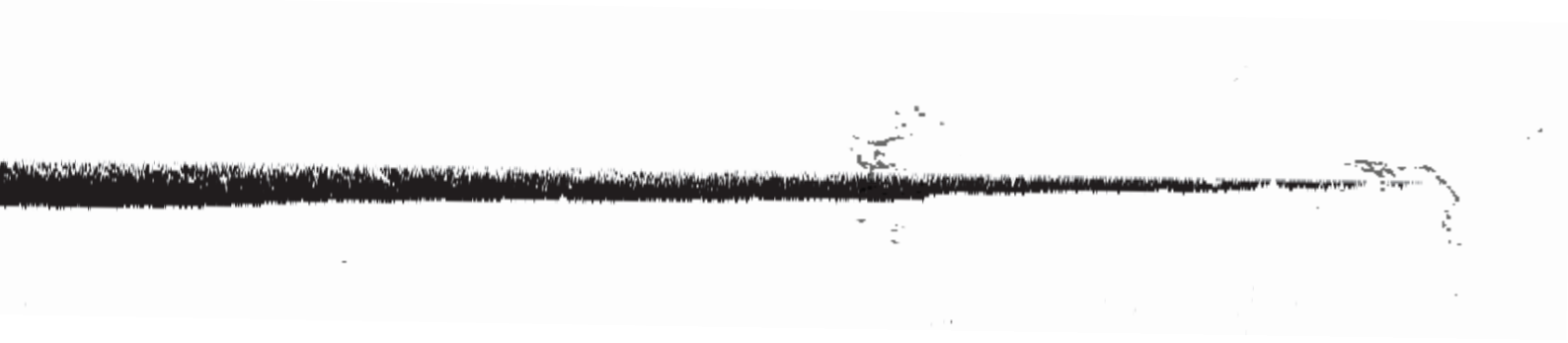
Fig. 9 – Freundinnen I (Girlfriends I), Sigmar Polke, Litografia em papel, 1967

Punk

O movimento punk, surge na década de 1970, desafiando as normas estéticas convencionais, adotando uma abordagem visual subversiva e irreverente. Inspirado pelo punk rock, o design de comunicação punk incorpora elementos DIY (faz tu mesmo), tipografia ousada, iconografia provocativa e uma estética muitas vezes desgastada, com colagens caóticas. O seu objetivo era transmitir uma sensação de rebeldia, autenticidade e resistência à uniformidade visual. O design punk não procurava a perfeição, mas sim uma expressão direta e impactante, desafiando as expectativas, incentivando a reflexão crítica e destacando a importância do individualismo e da expressão pessoal no campo visual.



Fig. 10 – Cartaz para um concerto de X-Ray Spex, litografia, 1978



I I I

o

L

u

T

í

p

A

C

Gras

Grudo



o grafismo do grunge

Nas décadas de 1980 e 1990 presenciou-se uma viragem no design de comunicação – da funcionalidade para a conceptualidade – valorizando a imagem gráfica em detrimento das palavras.

Não existia um sistema que pudesse ser descrito e detalhado. Não existia a metodologia redutiva do estilo suíço do design de comunicação. A falta de uma teoria ou livro de regras não significava que o trabalho fosse intelectualmente infundado ou que as suas soluções implicassem caos. Significava que estava em constante desafio e que nunca chegaria a um entendimento comum sobre o pensamento precedente a um determinado objeto gráfico.

Mas, em contraste com a forma em que a maioria da comunicação em massa procurava reforçar um entendimento partilhado adotando construções familiares como meio de partilha de conteúdo, no grunge existem respostas completamente individuais onde cada objeto possui uma expressividade de conteúdo única, tornando-se ela própria parte desse conteúdo. A ideia de personalidade era colocada como o centro do trabalho.

Apesar do grande desenvolvimento do grunge no mundo do design de comunicação, a produção destes trabalhos incomodou muitas pessoas que defendiam que o design deveria “funcionar”. Facilmente se pode argumentar que funciona, de outra forma não haveria público que refletisse nesses projetos e conseguisse relacionar-se com eles.

A passarem por uma mudança radical, as ferramentas tecnológicas de publicação trouxeram ao movimento grunge a possibilidade de fundir texto e imagem numa só linguagem, despoletando a oportunidade de descartar convenções estabelecidas, criando uma nova onda no design e expandindo a cultura visual do público.



Fig. 11 – Capa do álbum “The Grudge” de Nine Inch Nails, 1999; criada por David Carson



Fig. 12 – Spread do livro Interference, 1994; criado por John Holden, Sean Cubitt, Christopher Ashworth, Ümran Projects

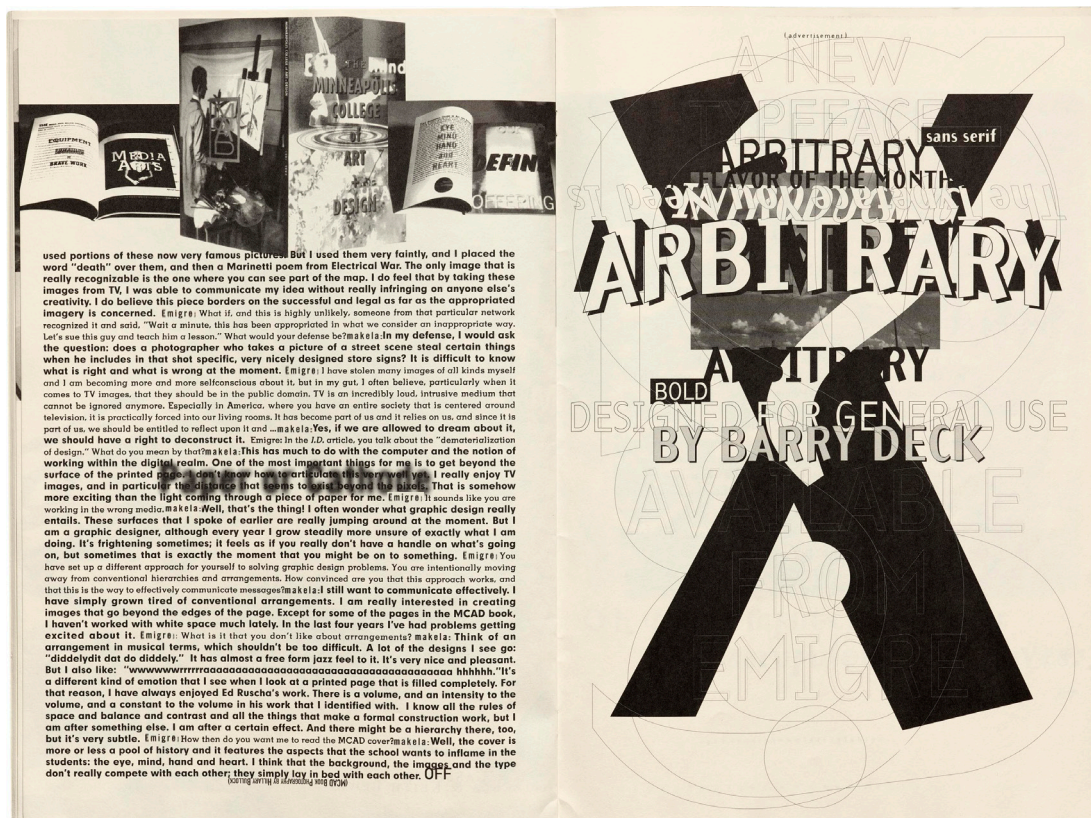


Fig. 13 – Spread da revista Emigre, edição #23: Culprits, 1992; criado por Rudy VanderLans e Zuzana Licko

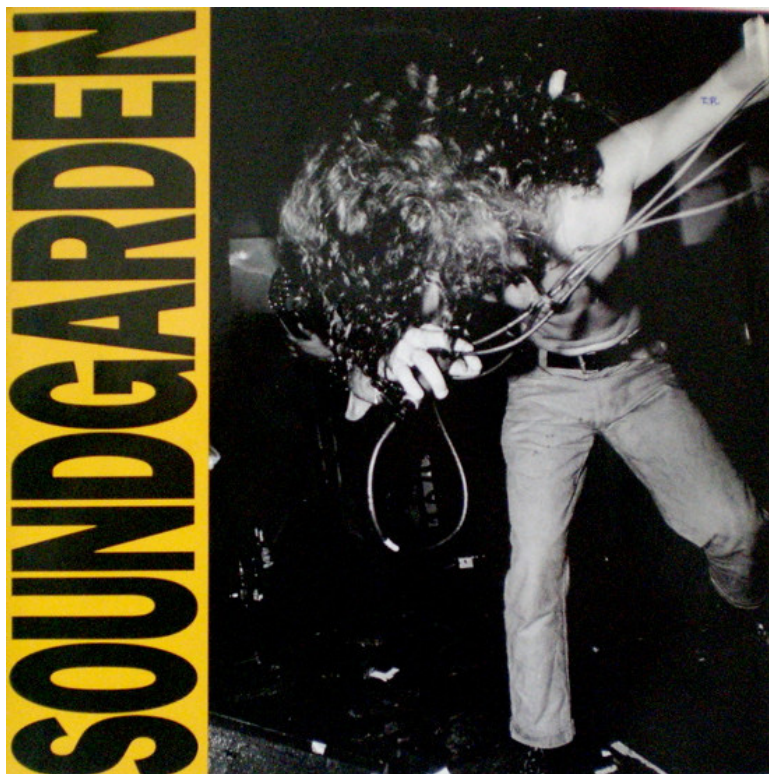


Fig. 14 – Capa do álbum “Louder Than Love” de Soundgarden, 1989; criada por Art Chantry



Fig. 15 – Interior da versão CD do álbum “Bel Air” de Ultramarine, 1995 ; criada por Chris Ashworth

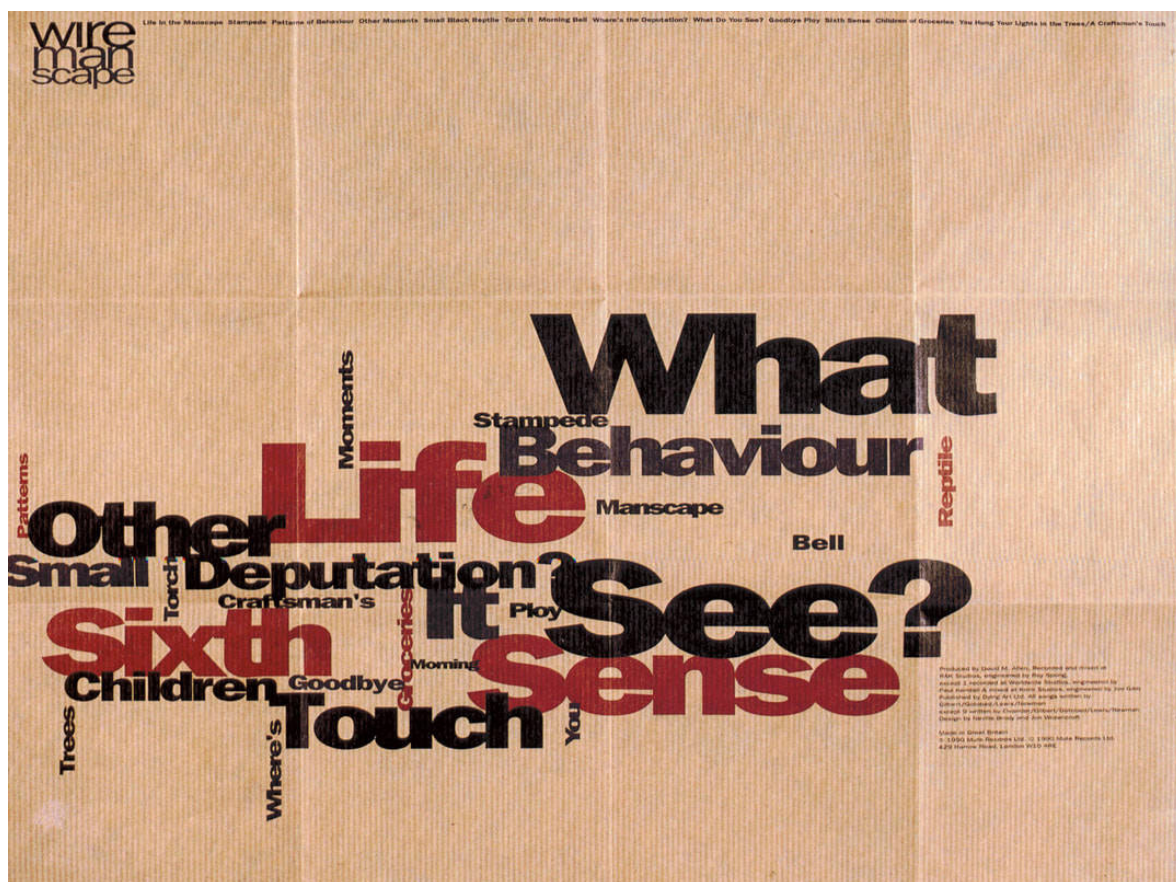


Fig. 16 – Design para o CD Manscape da Mute Records, 1990; criado por Neville Brody e Jon Wozencroft



Fig. 17 – Spread da revista Ray Gun; criado por David Carson



Fig. 18 – Contracapa do livro Interference, 1994; criado por John Holden, Sean Cubitt, Christopher Ashworth, Ümran Projects



os nomes do grunge

O movimento grunge no design gráfico não possui uma lista estritamente definida de "grandes nomes", pois foi uma estética que emergiu de forma descentralizada e reativa. No entanto, podemos destacar alguns nomes que foram influentes no desenvolvimento e popularização do estilo grunge no design de comunicação.

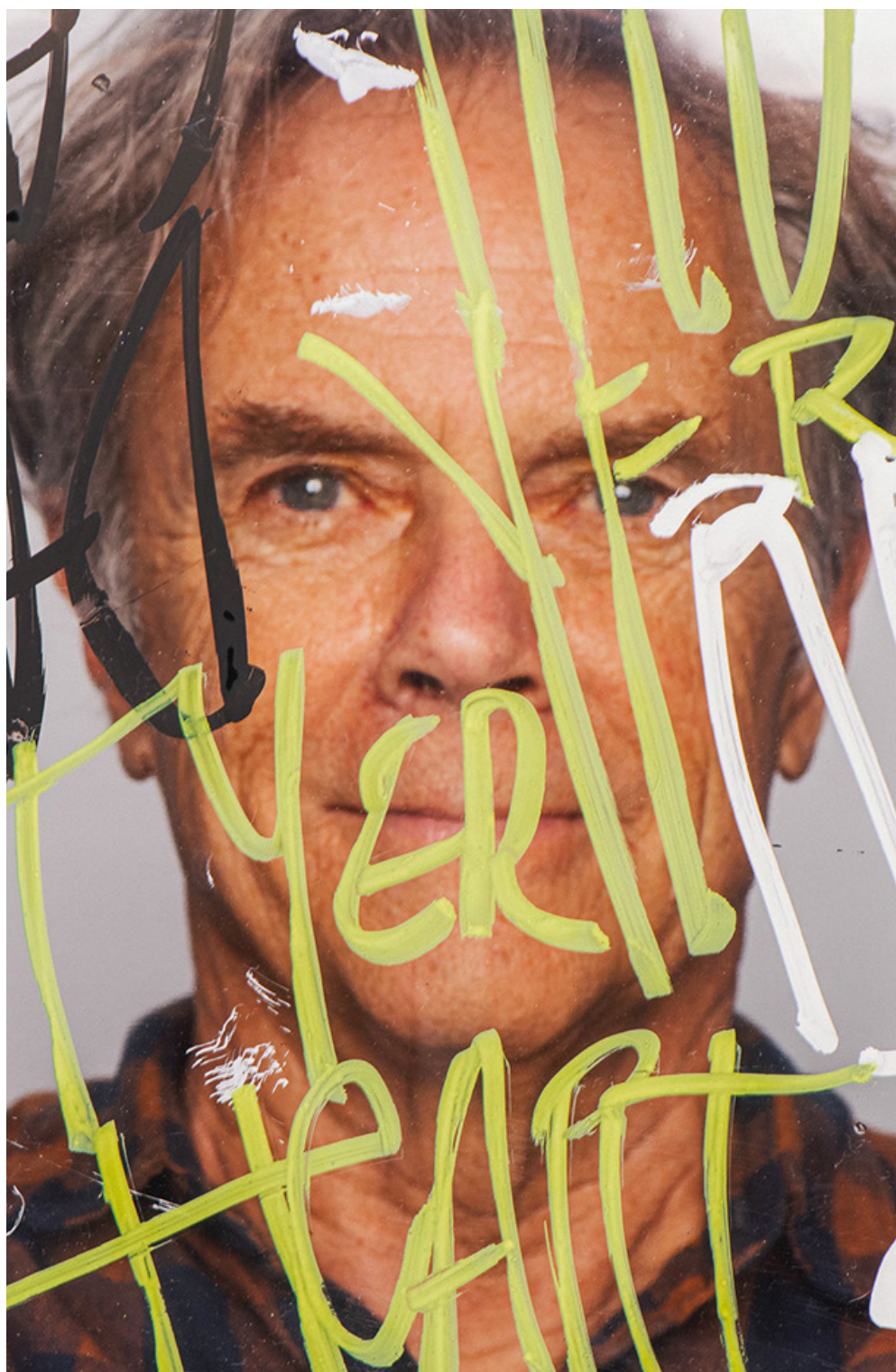


Fig. 20 – David Carson

David Carson

David Carson, conhecido como o “pai do grunge” é um designer gráfico norte-americano que desempenhou um papel fundamental na definição da estética visual do movimento grunge nos anos 90. Nascido a 8 de setembro de 1954, David Carson começou a sua carreira como professor de sociologia antes de entrar no mundo do design.

A sua notoriedade cresceu principalmente devido ao seu trabalho como diretor de arte da revista “Ray Gun”. David Carson ficou conhecido pelo seu estilo disruptivo e experimental, que desafiava as convenções tradicionais do design de comunicação. A sua abordagem única envolvia o uso de tipografia de forma inovadora, layouts não convencionais e uma mistura eclética de elementos visuais.

Influenciou significativamente o cenário grunge, com a sua expressão antiestética, que incluía a sobreposição de letras, tipografia desalinhada e uma mistura de diferentes elementos, refletindo a rebeldia e a contracultura associadas ao movimento grunge.

Além da “Ray Gun”, David Carson trabalhou com diversas marcas e continuou a ter um grande impacto no design gráfico através da sua abordagem ousada e distinta. A sua contribuição para a evolução do design contemporâneo é amplamente reconhecida, tornando-o numa figura icónica da história do design de comunicação.



Fig. 21 – Capa da revista Beach Culture, 1990



Fig. 22 – Capa da revista Ray Gun, Nº 58, 1998



Fig. 23 – Neville Brody

Neville Brody

Neville Brody, nascido a 23 de abril de 1957, é um designer gráfico britânico cujo trabalho deixou uma marca permanente no cenário do design contemporâneo. Conhecido por desafiar as normas convencionais, Brody emergiu como uma figura proeminente do movimento pós-punk, reforçado pelo seu trabalho na revista “The Face” durante os anos 80.

A sua abordagem ousada e inovadora no design de comunicação é evidente no uso distinto da tipografia e layouts disruptivos. Brody explorou novas fronteiras, incorporando no seu trabalho elementos da arte e cultura de rua e da tecnologia. A tipografia experimental e os gráficos vibrantes tornaram-se sinónimos desta estética pós-moderna.

Além da sua influência na tipografia, Brody também desempenhou um papel significativo como diretor de arte da revista “The Face”, ajudando a moldar a narrativa visual da cultura jovem da época. O seu impacto estendeu-se para além das páginas impressas, influenciando a identidade visual de várias marcas ao colaborar em projetos de grande escala.

“ Its focus wasn't on the written word but how the word was written.” - Neville Brody

Neville Brody ficou conhecido pela sua capacidade de quebrar paradigmas e de reinventar a linguagem visual, continuando a inspirar com a sua abordagem designers e artistas de todo o mundo.



Fig. 24 – Estudo da tipografia "FF Blur", 1991

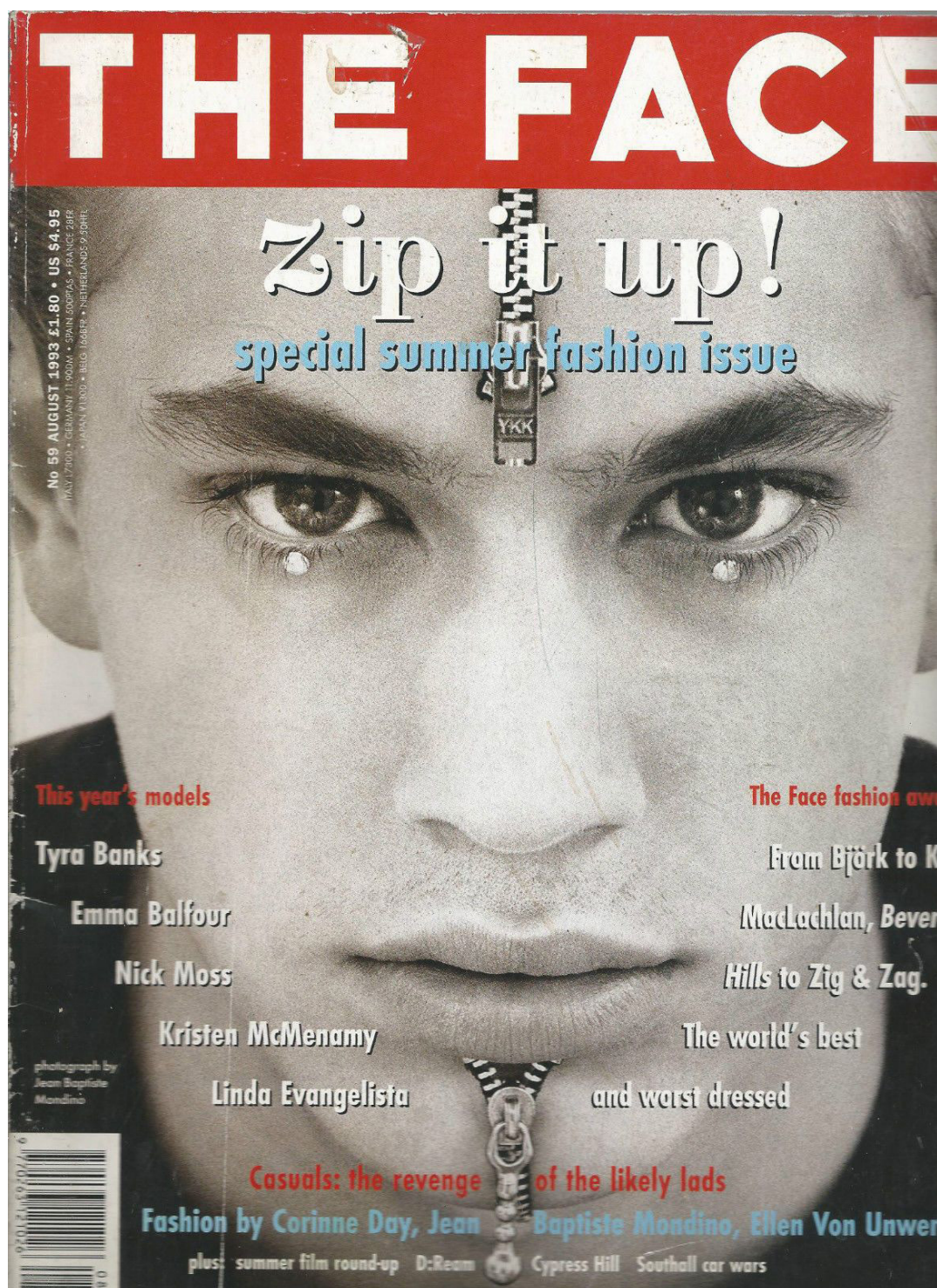


Fig. 25 – Capa da revista The Face, Agosto 1993



Fig. 26 – Art Chantry

Art Chantry

Art Chantry, nascido a 9 de abril de 1954, é um designer de comunicação e ilustrador norte-americano conhecido pelo seu trabalho irreverente e provocativo. Reconhecido por desafiar as normas convencionais, Chantry emergiu como uma figura central do movimento grunge e do cenário alternativo e underground do design durante os anos 80 e 90.

Ganhou reconhecimento pela utilização de técnicas analógicas numa época cada vez mais digital. No seu trabalho utiliza colagens, tipografias desalinhadas e uma estética punk, refletindo a atitude contracultura do movimento grunge.

Art Chantry defende a ideia de que o design de comunicação deve ser ao mesmo tempo, acessível e desafiador. O seu vasto portfólio inclui capas de álbuns para bandas como os Nirvana, Soundgarden e Muddhoney contribuindo significativamente para a construção da estética gráfica associada ao grunge.

“ An old surrealist trick was to take images that had no business being together and plopping them into the same image. Your mind wants to make associations. Design does that all the time.”

-Art Chantry



Fig. 27 – Capa e contracapa do álbum, em vinil, Saucers Over Vegas de The Galaxy Trio, 1994

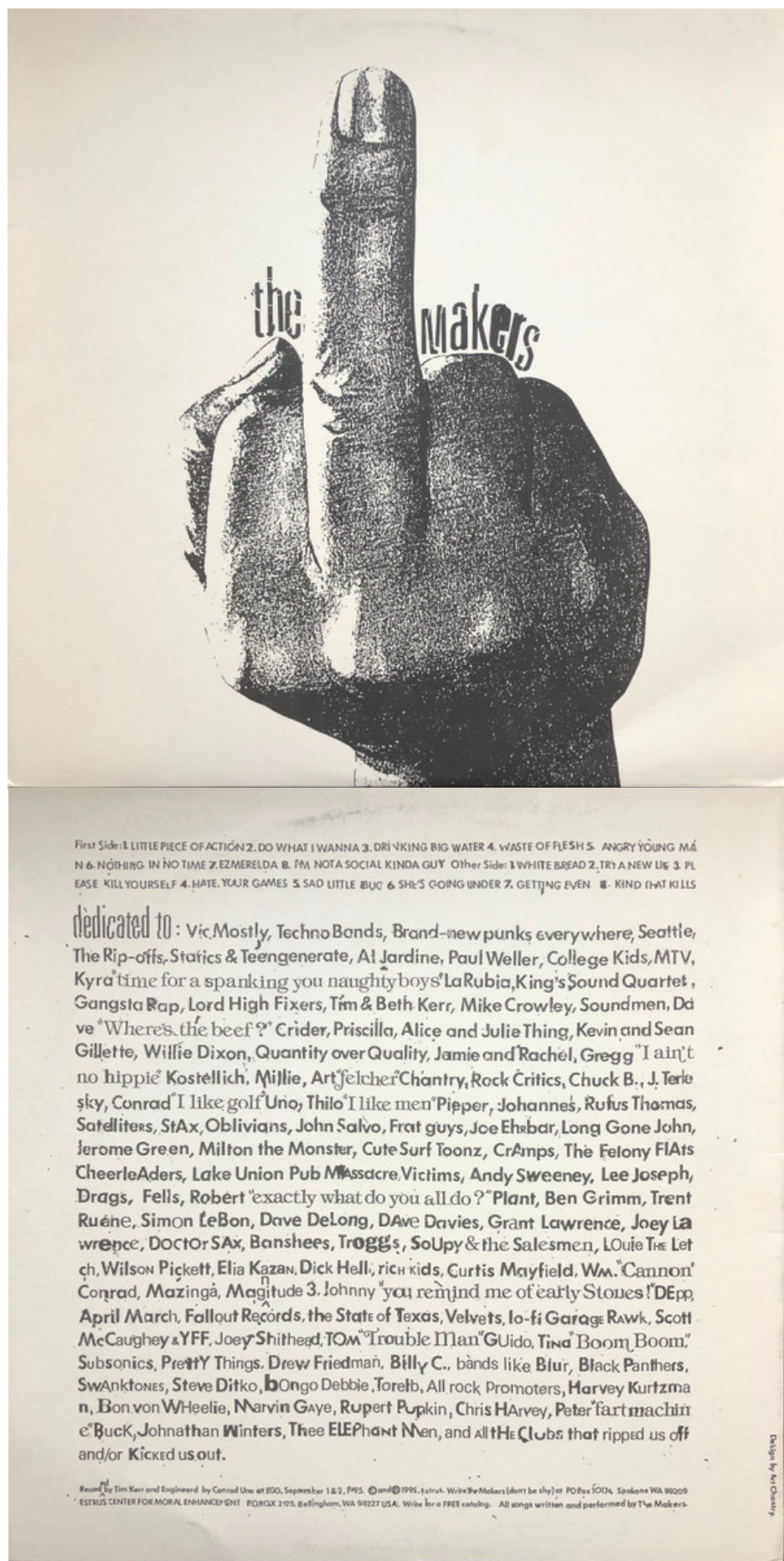


Fig. 28 – Capa e contracapa do álbum, em vinil, The Makers, 1995



Fig. 29 – Rudy VanderLans e Zuzana Licko

Rudy VanderLans e Zuzana Licko

Rudy VanderLans, nascido a 5 de setembro de 1955, é um designer holandês conhecido pelo seu papel fundamental na revista *Emigre* e pela sua contribuição inovadora para o design digital. Zuzana Licko destaca-se como designer e cofundadora da *Emigre*. Nascida a 2 de outubro de 1961, em Bratislava, Eslováquia, Zuzana Licko emigrou para os Estados Unidos quando era criança.

Juntos fundaram a revista *Emigre* em 1984, que coincidiu com o ano de lançamento do computador Macintosh. Foi uma publicação que se revelou uma influência crucial para o design de comunicação e tipográfico das décadas seguintes, pois permitiu que os designers explorassem novas possibilidades e estilos de composição de texto e de layout. A *Emigre* destacou-se pelo seu foco na tipografia experimental através utilização pioneira de computadores Macintosh.

Além do seu trabalho na *Emigre*, destacaram-se pelas suas abordagens que combinavam elementos tradicionais e digitais numa estética contemporânea, revelando uma compreensão profunda da tradição tipográfica, solidificando desta forma o seu lugar como figuras influentes da evolução do design gráfico e tipográfico contemporâneo. Ambos desempenharam um papel significativo na promoção da estética grunge nos anos 90, celebrando a tipografia experimental.

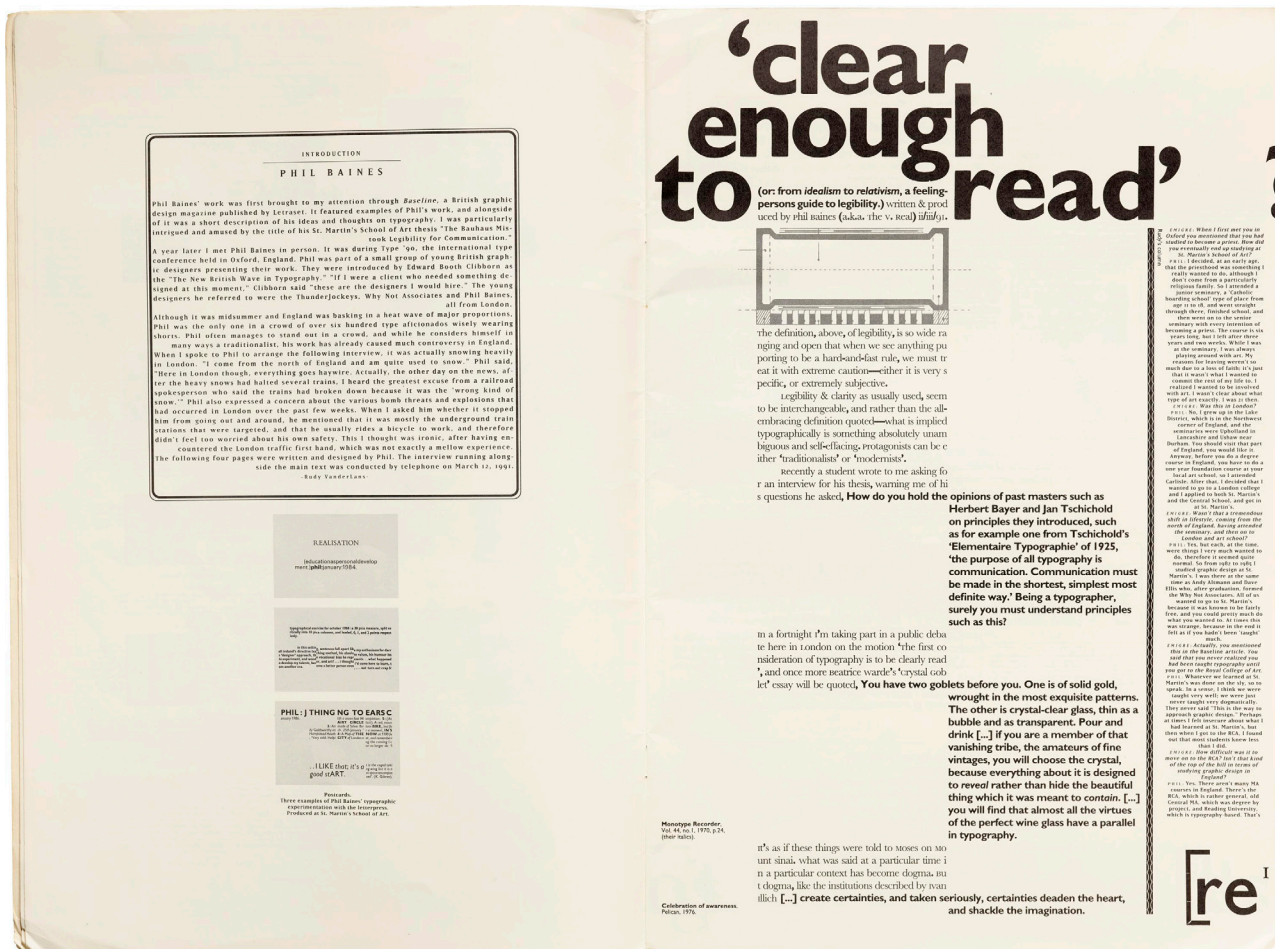


Fig. 30 – Capa da revista Emigre, edição #18 Type-site, 1991



Fig. 31 – Spread da revista Emigre, edição #23: Culprits, 1992

A

E

v

I

\$

T
A
S

revistas

Aparentemente, as revistas podem parecer bastante inofensivas, parecendo pouco mais do que uma reflexão tardia, no entanto, têm um grande impacto na sociedade. As revistas evoluíram ao longo do tempo na indústria dos mídia, oferecendo vários meios pelos quais as pessoas podiam comunicar através de artigos e anúncios.

As revistas têm o poder de influenciar grupos específicos da sociedade e de contribuir significativamente para o desenvolvimento da cultura. Esta forma de comunicação impressa teve e continua a ter um enorme impacto na sociedade e no mundo em que vivemos. Podem trazer-nos felicidade a partir de interesses específicos, pois geralmente são classificadas com base em públicos-alvo, contendo o conteúdo desejável a cada um.

Ao longo do último século, as revistas mudaram lentamente para grupos mais especializados e fragmentados. Para sobreviver à ameaça representada pelo sucesso dos meios de transmissão, as publicações impressas trabalharam para se destacarem dos seus concorrentes através do desenvolvimento de nichos de mercado. Durante essa transição, os editores de revistas descobriram que ao especializarem-se também atraíam os anunciantes que esperavam atingir públicos específicos. A especialização tornou-se necessária para competir num mercado cada vez maior. No entanto, a tendência é talvez mais óbvia nos meios de comunicação em massa e na indústria editorial em particular. A grande variedade de publicações de nicho reflete a crescente especificidade dos mercados e dos públicos.

As revistas controlam o acesso do público à informação de diversas formas. Assim como a indústria jornalística, a indústria das revistas não determina apenas que histórias são contadas, mas também como essas histórias são apresentadas. Cada revista tem a sua própria orientação editorial, o que ajuda a determinar quais e como essas histórias serão publicadas.

O design gráfico de revistas das décadas de 1980 e 1990 foi fortemente influenciado pelas tendências de moda vigentes e pelos géneros musicais predominantes. Foi um período de experiência de diferentes layouts e de abandono das regras clássicas. Surgiram também tipografias experimentais que foram amplamente utilizadas nos meios eletrónicos e impressos. Existia um “brutalismo” na estética das páginas, que, por vezes, era visto como não sendo de fácil navegação nem visualmente atraente, contendo um visual honesto e cru.

Os desenvolvimentos na edição catapultaram a produção das impressões para além dos elementos colados e composições feitas à mão. A produção do design mudou do analógico para o digital e a irresistível sensação da possibilidade tornou-se mais presente.

Os avanços tecnológicos permitiram que os designers pudessem manipular no imediato, texto, imagem e pixels numa tela, tendo uma pré-visualização do resultado final praticamente instantânea e realista. A tipografia tornou-se um elemento com o qual os designers usavam livremente em camadas densas, de forma desconstruída e em diferentes configurações. O design das tipografias era igualmente caótico com os novos designers a quebrar irreverentemente as regras tradicionais, misturando estilos históricos e desafiando a legibilidade.

Enquanto alguns designers resistiam em integrar o computador nas suas práticas de design, designers como David Carson, April Greiman, entre outros, abraçaram orgulhosamente o potencial da tela digital.

A aspereza da tipografia pós-moderna deu novas possibilidades ao design de revistas. Contra as tradições libertou-se da grelha, contestando assim a legibilidade e favorecendo a expressão em detrimento da função.

“The grid thing: I think that’s what has killed graphic design in the last decade. People let the software in the computers set up grids and line things up. That’s why graphic design is in such a boring place right now.” – David Carson

As experiências tipográficas que surgiram no final da década de 1980 estavam diretamente associadas a algumas revistas, como a Raygun, Emigre, The Face, Wired, Arena. Foram postas questões sobre a legibilidade (ou falta dela) em algumas das publicações apesar destas comunicarem com os leitores, caso contrário ninguém as compraria.

Os projetos direcionaram-se para a integração da palavra, imagem e meio, procurando criar uma nova forma de leitura ao longo das páginas. Cada vez mais, começaram a aparecer elementos que funcionavam não só de forma a criar e enquadrar imagens e textos, mas também com o objetivo de criar um contacto emocional com o conteúdo. Estes elementos não eram vistos como metáforas, mas por vezes pareciam existir para além de uma explicação racional.

É a ausência de regras que distingue este movimento. Muitas das estruturas familiares do design de layout foram descartadas ou reestruturadas. Em vez do uso de uma grelha, as páginas estão livres de forma, sendo a sua base vista como uma tela em branco onde são introduzidos textos e imagens.

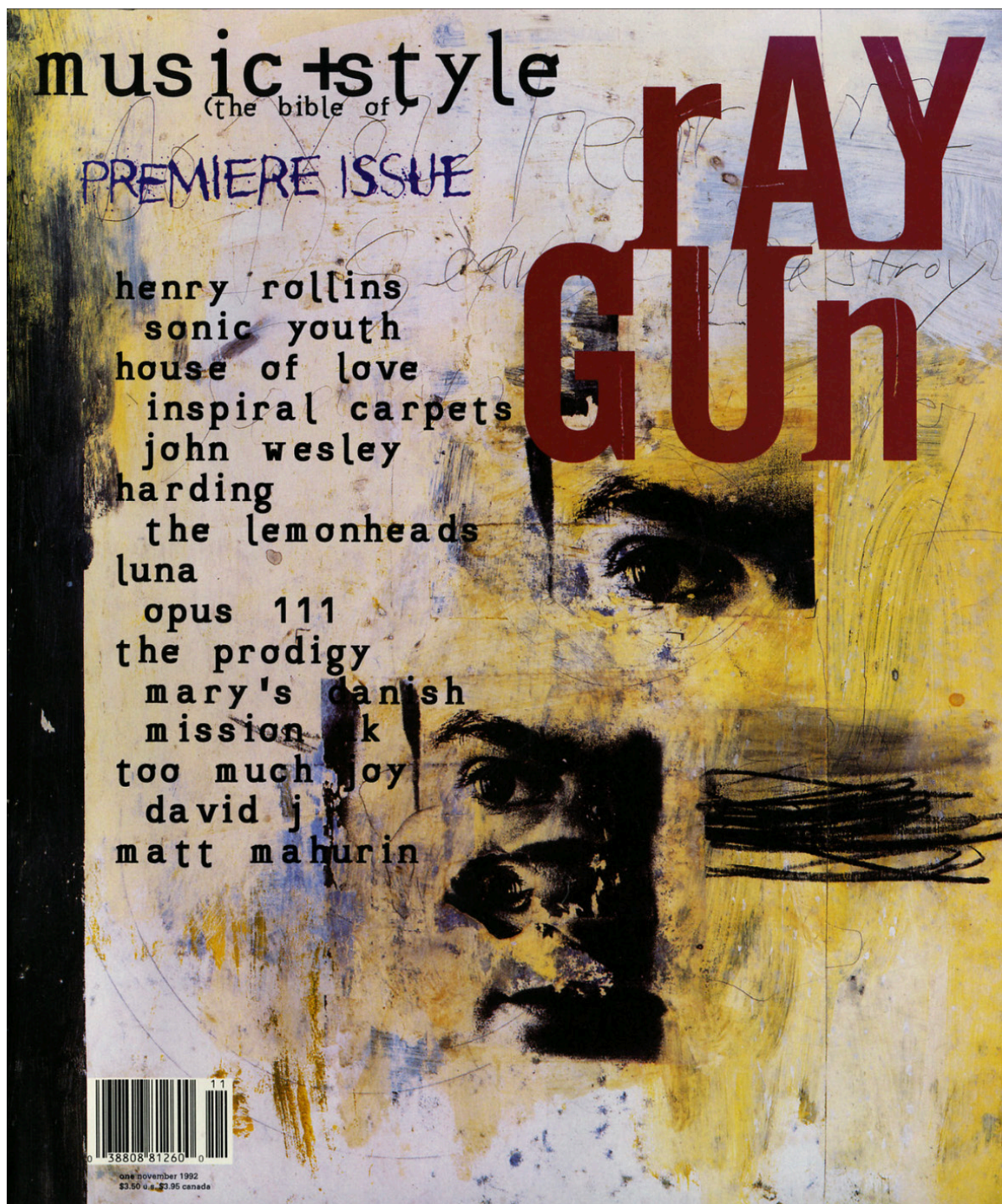


Fig. 32 – Capa da revista Ray Gun, N° 1, 1992



Fig. 33 – Capa da revista Ray Gun, Nº 22, 1995

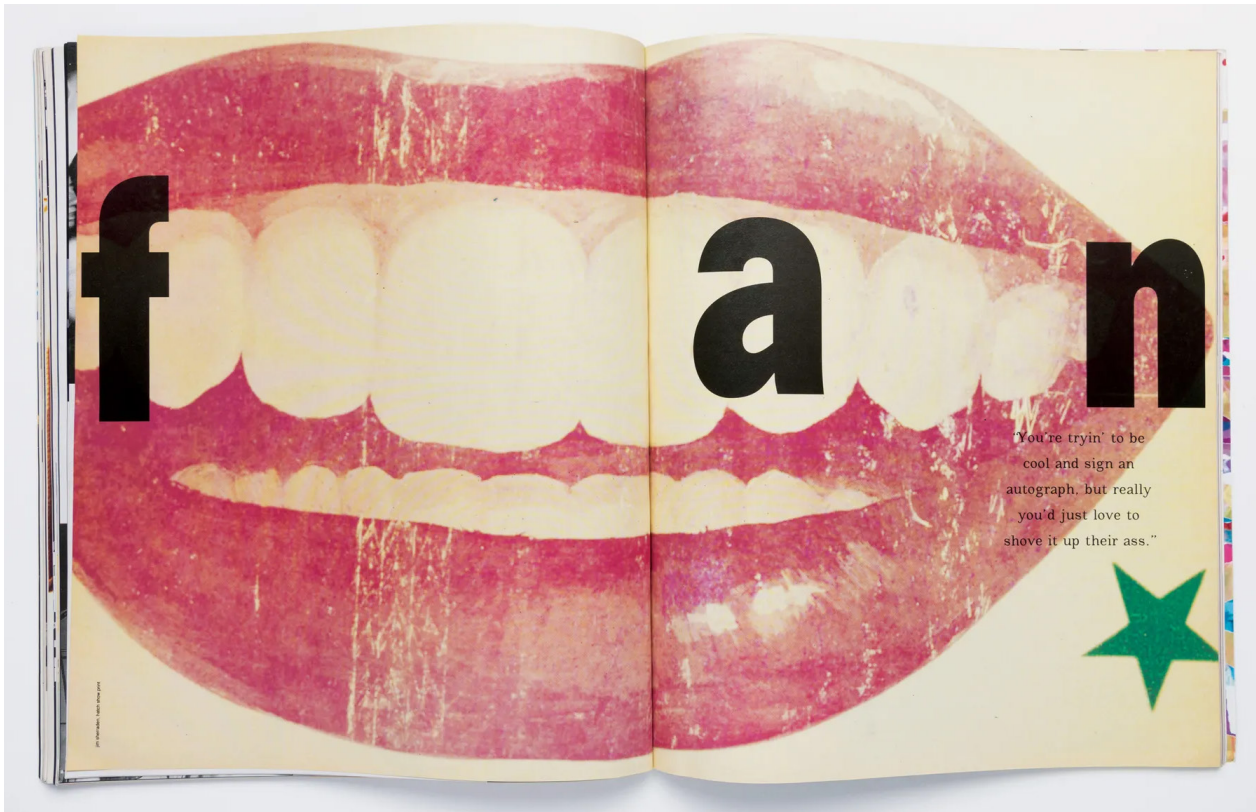




Fig. 34-37 – Spreads da revista Ray Gun (edições diversas)

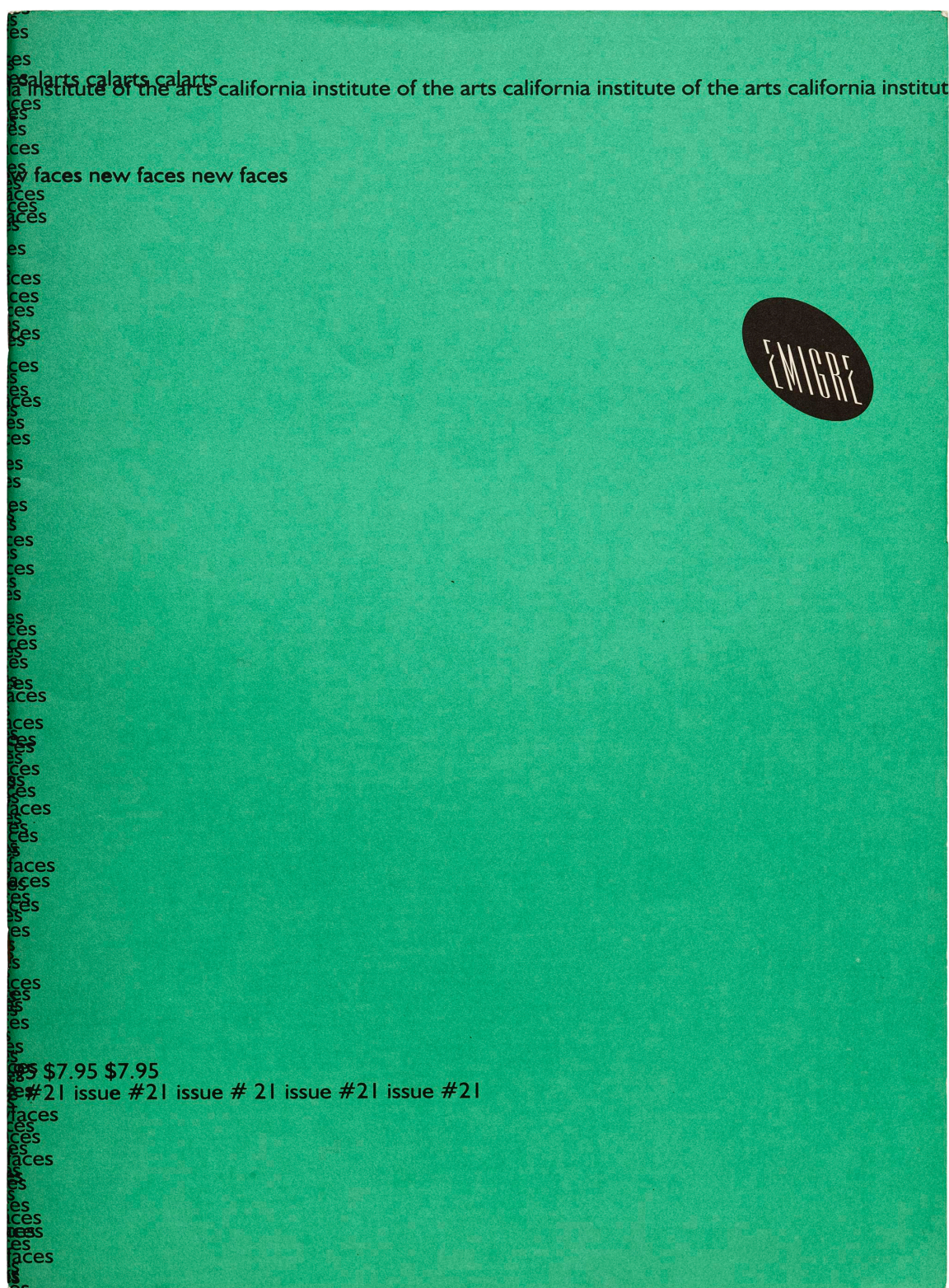


Fig. 38 – Capa da revista *Emigre*, edição #21 New Faces, 1992; Edição criada por Jeffery Keedy, Rudy Vanderlans

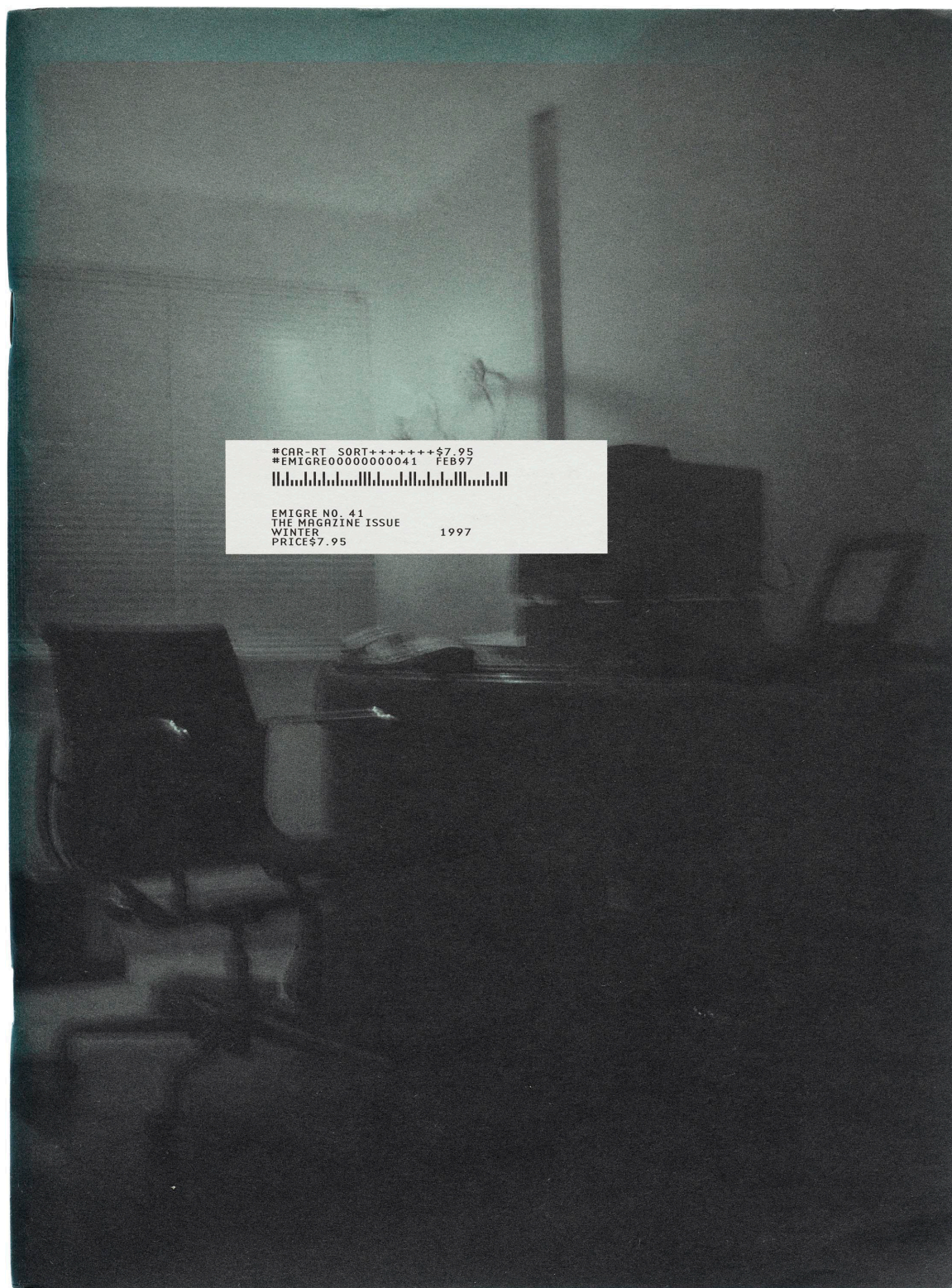


Fig. 39 – Capa da revista Emigre, edição #41 The Magazine Issue, 1997; Edição criada por Rudy Vanderlans, Zuzana Licko

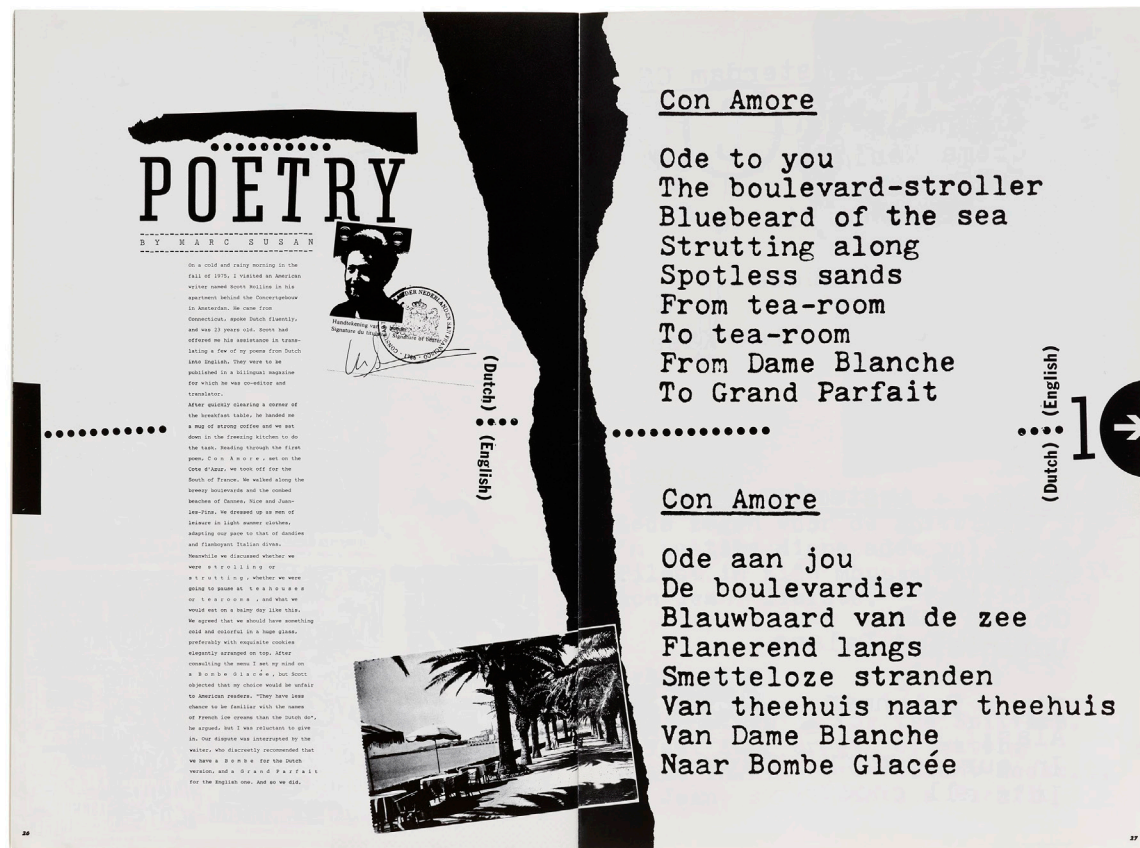


Fig. 40 – Spread da revista Emigre, edição #1: A Magazine for Exiles, 1984

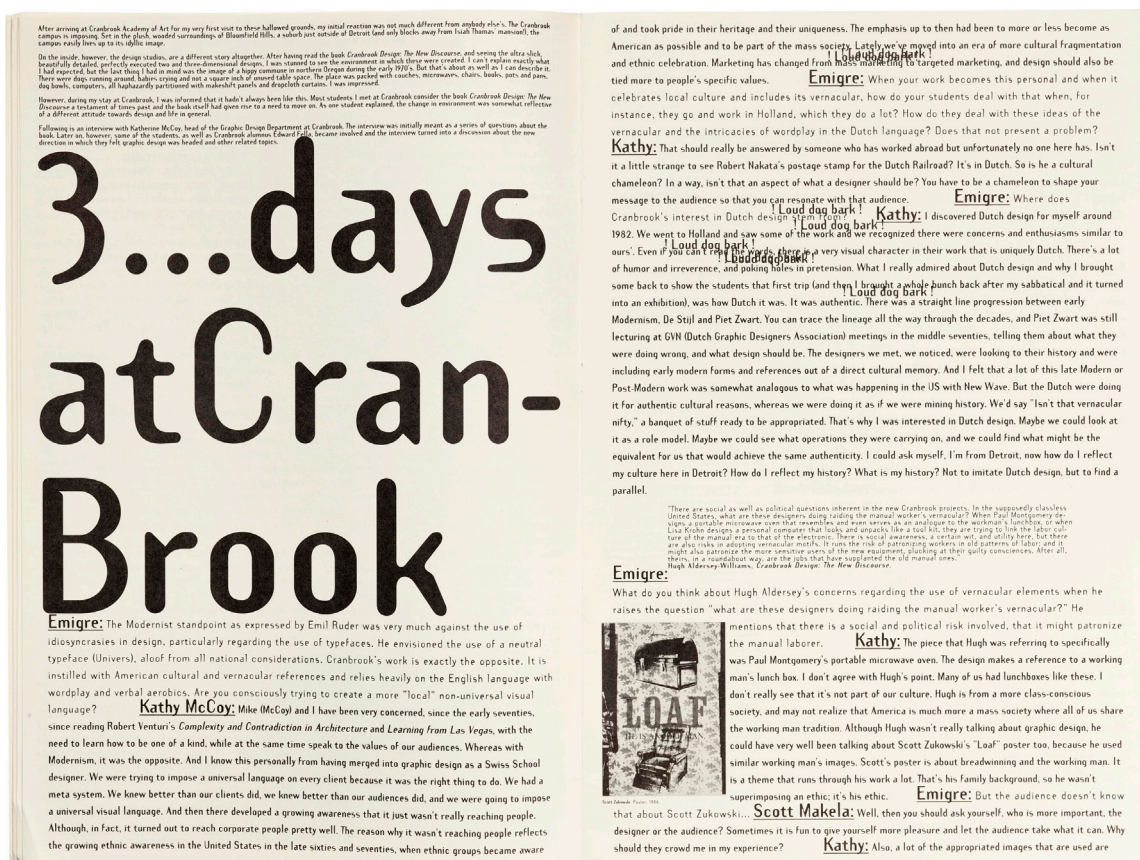


Fig. 41 – Spread da revista Emigre, edição #19 Starting from Zero, 1991

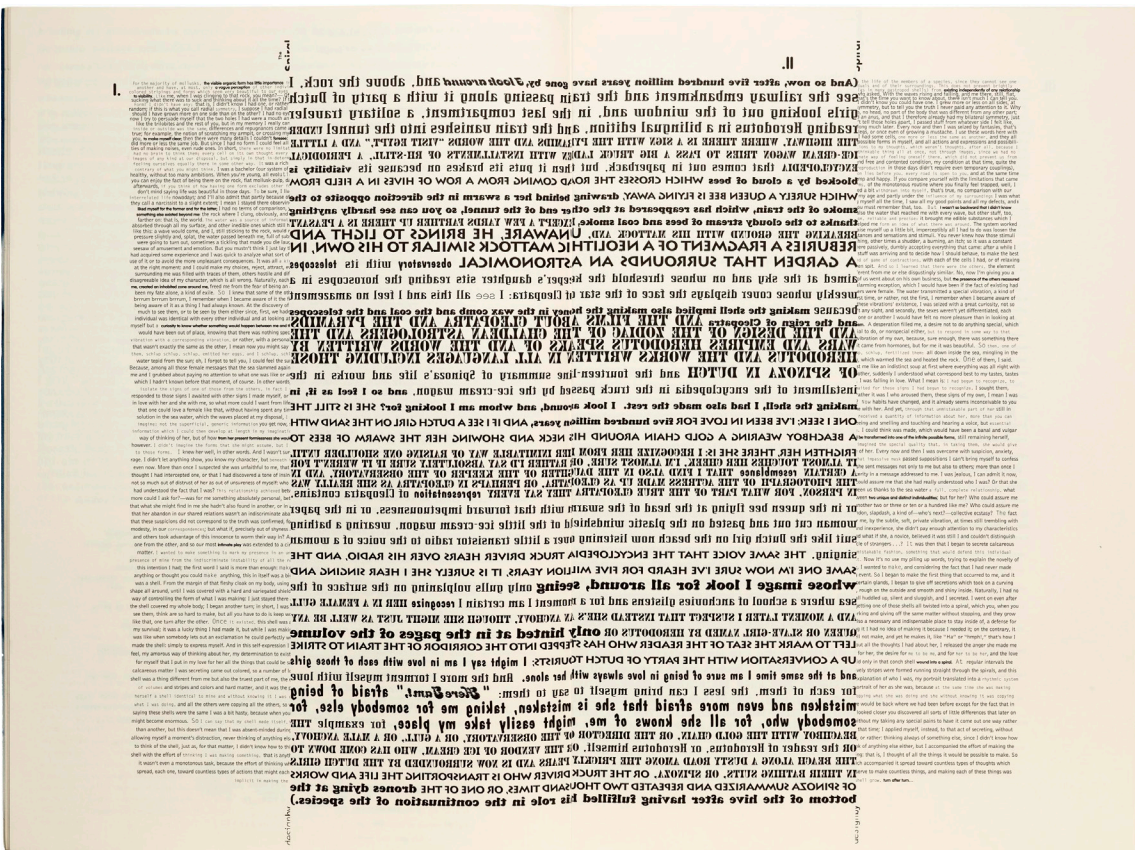


Fig. 42 – Spread da revista Emigre, edição #21 New Faces, 1992

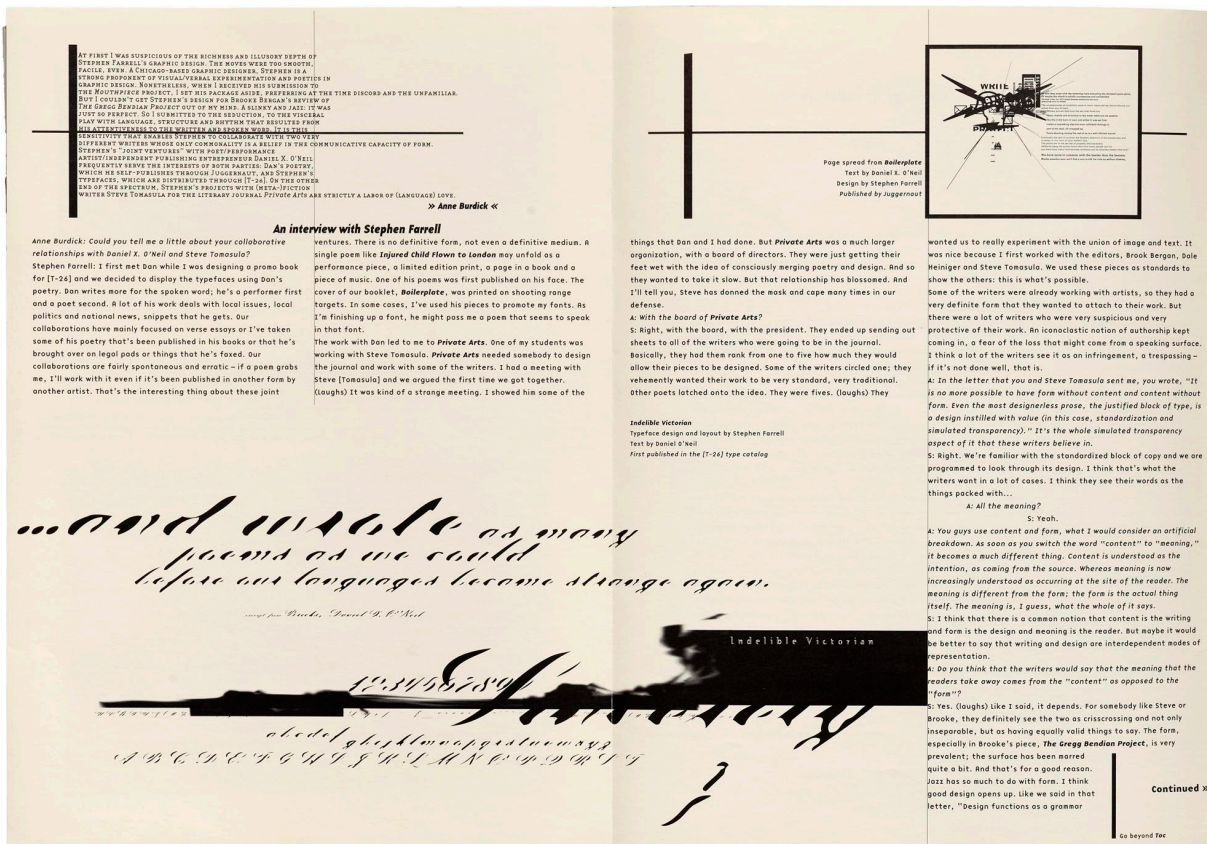


Fig. 43 – Spread da revista Emigre, edição #37 Joint Venture, 1996



Fig. 44 – Capa da revista The Face, Nº45, Janeiro 1984

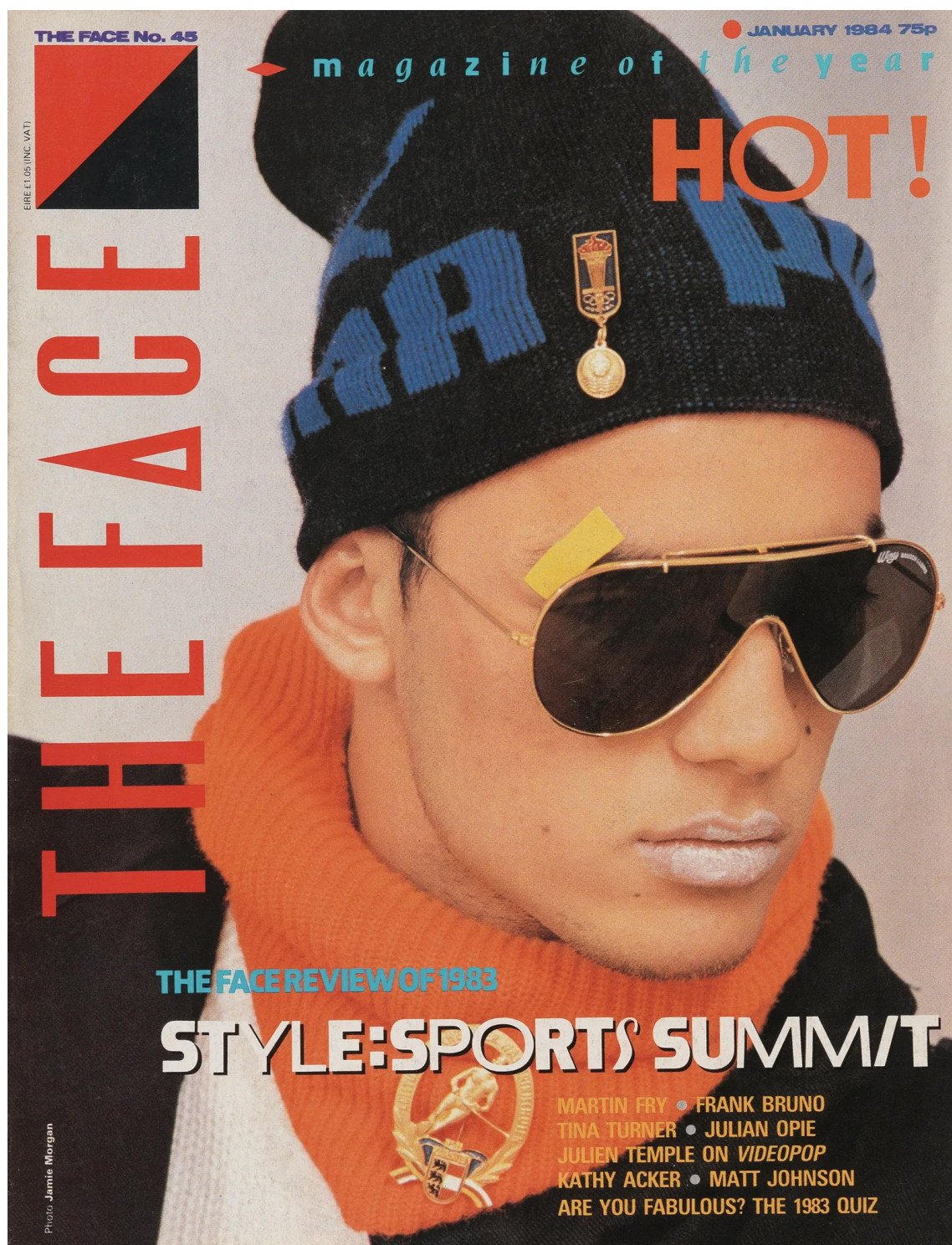


Fig. 45 – Capa da revista The Face, N° 59, Março 1985



Fig. 46 – Spread da revista The Face, Novembro 1980

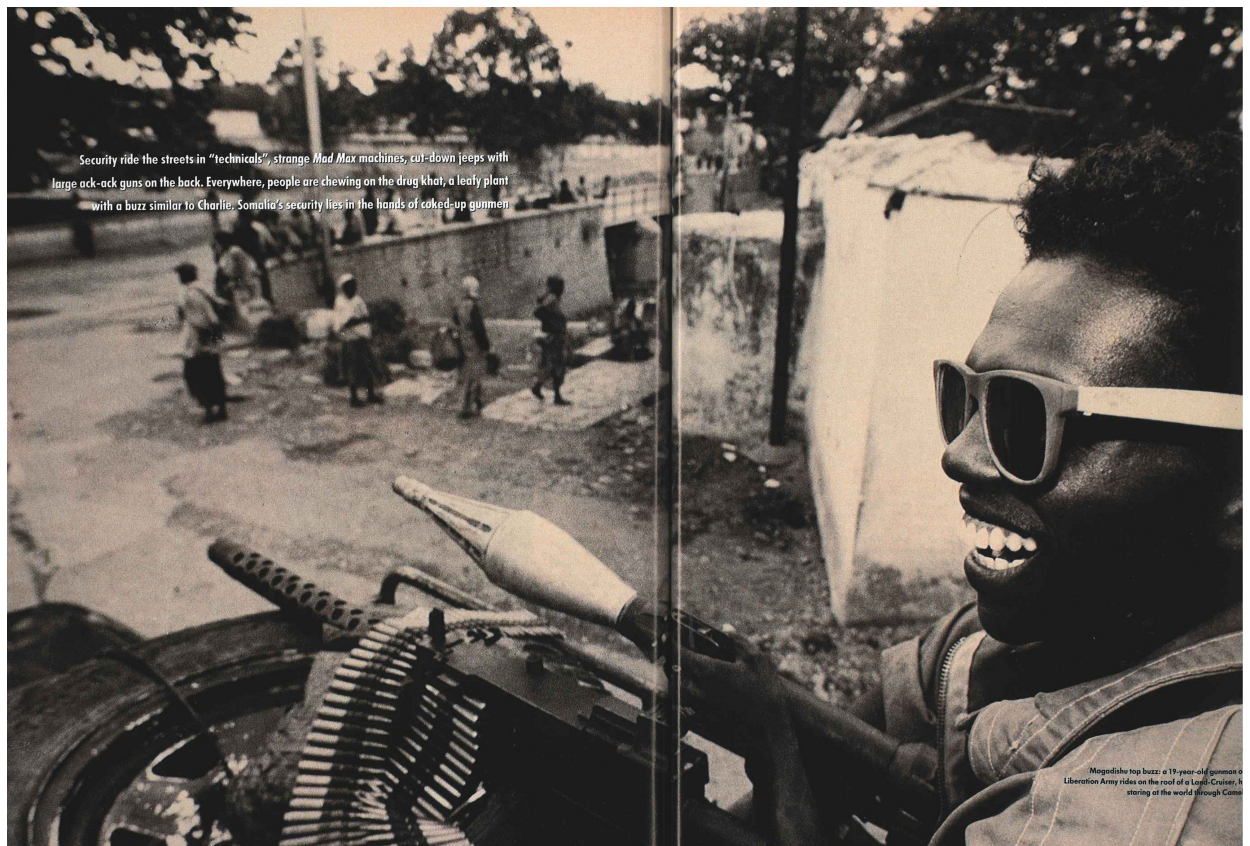


Fig. 47 – Spread da revista The Face, Novembro 1992

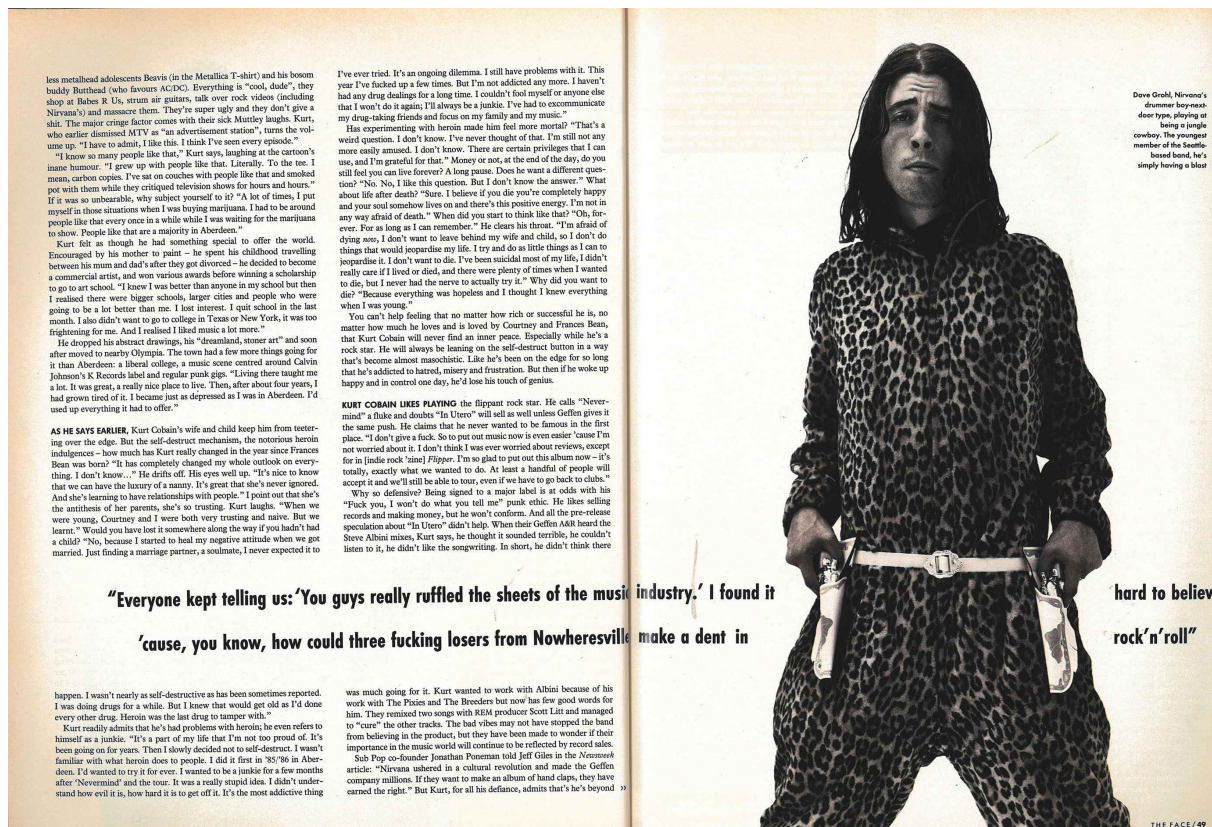


Fig. 48 – Spread da revista The Face, Setembro 1993

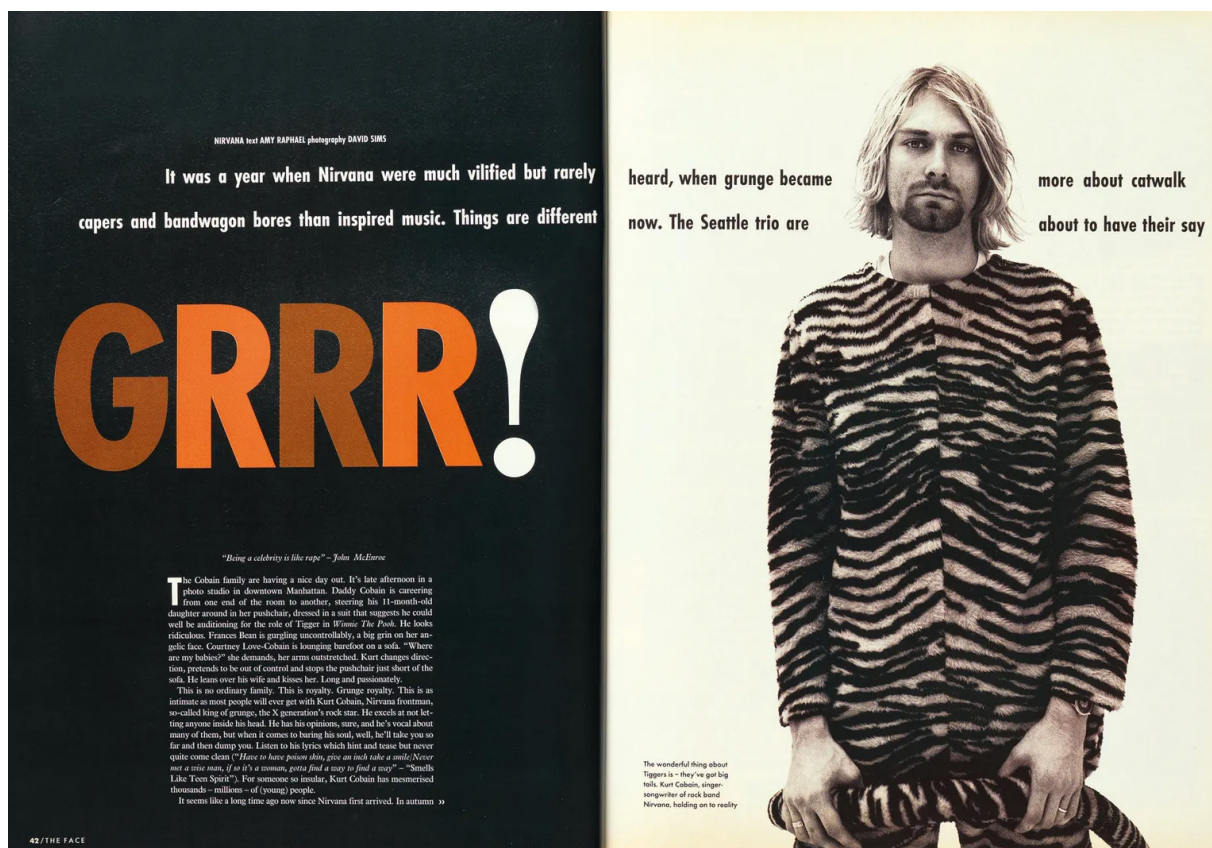


Fig. 49 – Spread da revista The Face, Setembro 1993

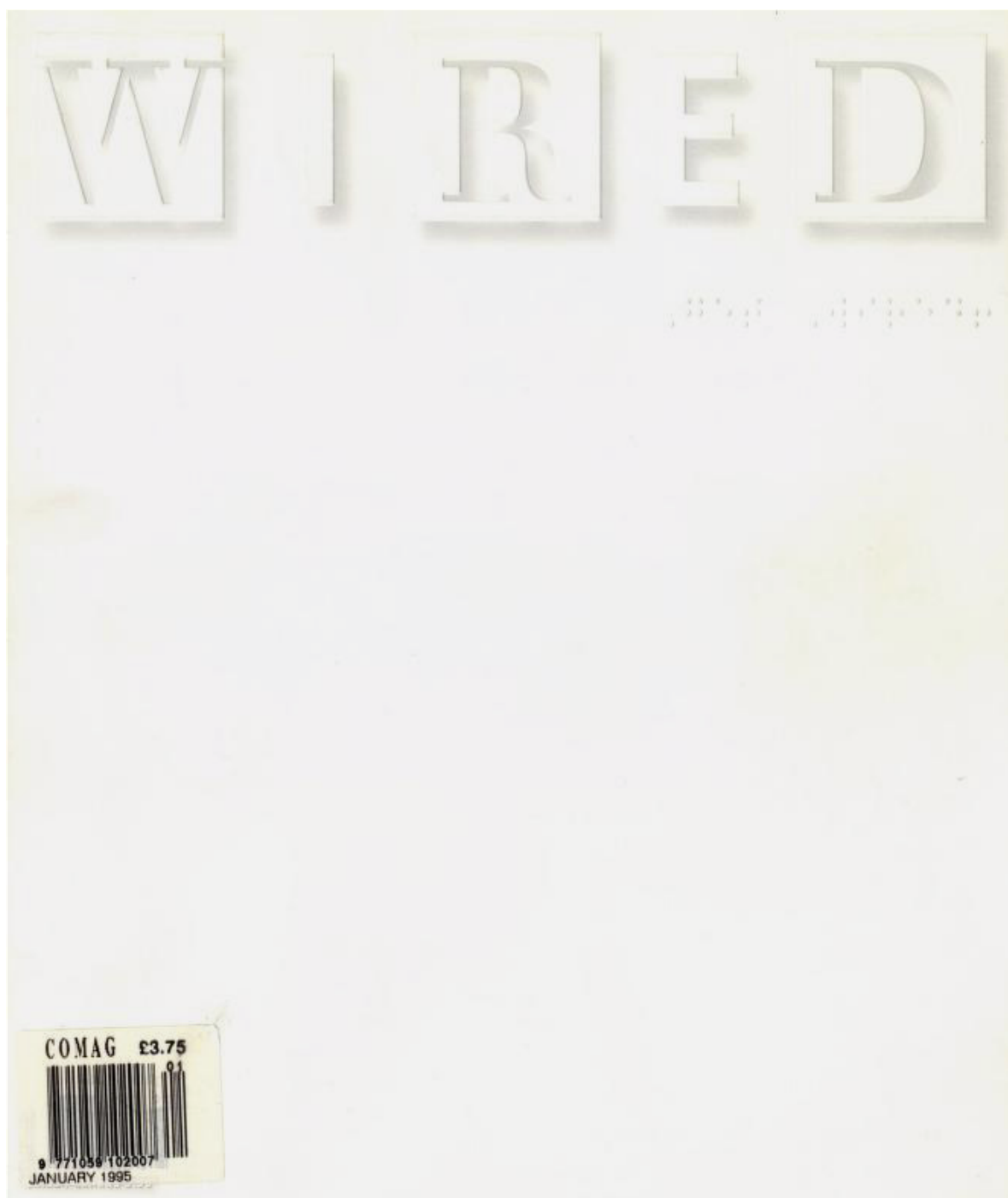


Fig. 50 – Capa da revista Wired, Janeiro 1995



Fig. 51 – Capa da revista Wired, Outubro 1995

THE WEB AND LOTUS NOTES WORK BETTER WHEN THEY WORK TOGETHER.

At this very moment, the World Wide Web is opening up a whole new class of intra- and inter-enterprise applications. Anyone with a Web browser has the freedom to search and browse millions of pages of information. It's possible to deliver information about your company and its products and services directly to millions of prospective customers. As Web applications and tools evolve, it's critical that they incorporate many of the robust capabilities you've come to expect in traditional host- or PC-based systems. Imagine Web applications that offer flexible tools for searching, querying, and incorporating information whether

Lotus is a registered trademark of Lotus Development Corporation. Lotus Notes is a registered trademark of Lotus Development Corporation. © 1995 Lotus Development Corporation. All rights reserved.

For more information on Lotus Notes or for a copy of our White Paper: Lotus Notes and the Internet, call 1-800-928-7086, extension 8581 (1-800-GO-LOTUS in Canada). Or explore Lotus on the World Wide Web at www.lotus.com.

Lotus
The power of people
working together.

It's on the Web or within your in-house legacy applications. Imagine distributed authoring tools that allow anyone to easily create and manage Web information. Imagine forms-routing and workflow tools that integrate Web information with your current business processes. Imagine robust and flexible security to ensure that only the people who should have access do have access. And imagine being able to utilize this information even when you're on the road. Well, stop imagining. It's all here now, with Lotus Notes® Release 4 working with the Web. Whether you're currently using Lotus Notes or not, it is the affordable way to create rich, integrated applications that help you and your customers take full advantage of what the Web offers. With Lotus Notes, there's no reason to wait to get the Web working harder for you.

"The most complete Internet strategy for corporations I have heard so far is Lotus. That's for the simple reason that Lotus has the best product to marry the Internet -- Notes."
John Podge

PC WEEK DEC. 18, 1995

communications

As digital flash through the most heavily fortified borders,

so can children, for the first time, reach p

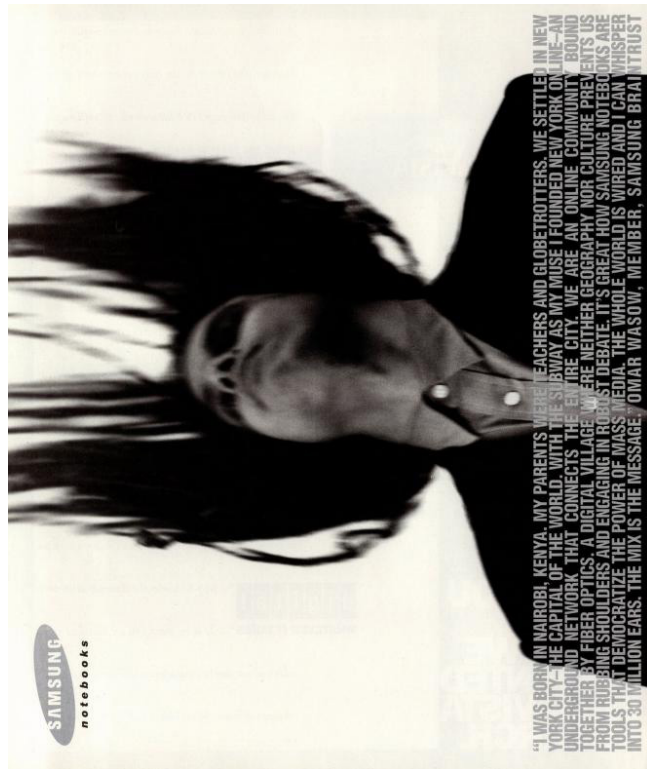
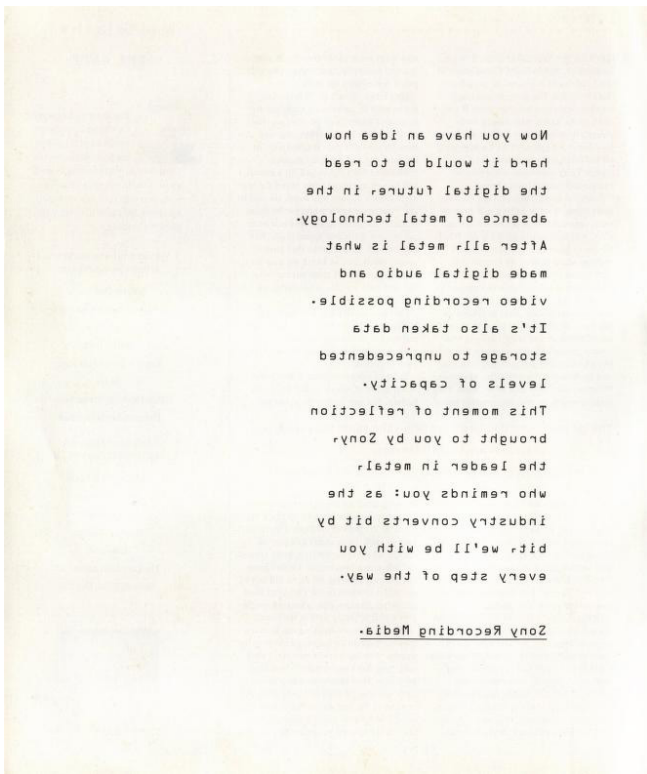
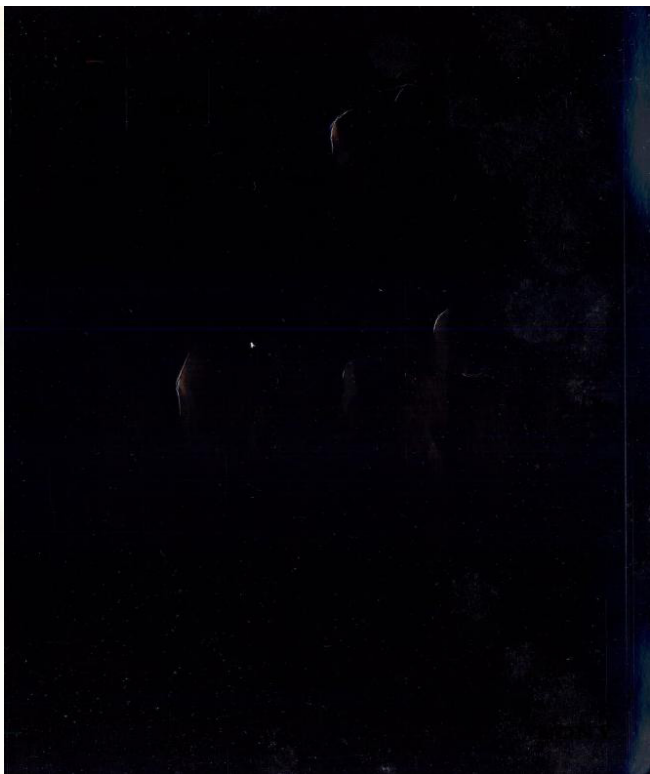


Fig. 52-55 – Spreads da revista Wired (edições diversas)



Fig. 56 – Capa da revista BLAH BLAH BLAH, Maio 1996



Fig. 57 – Capa da revista BLAH BLAH BLAH, Agosto 1996



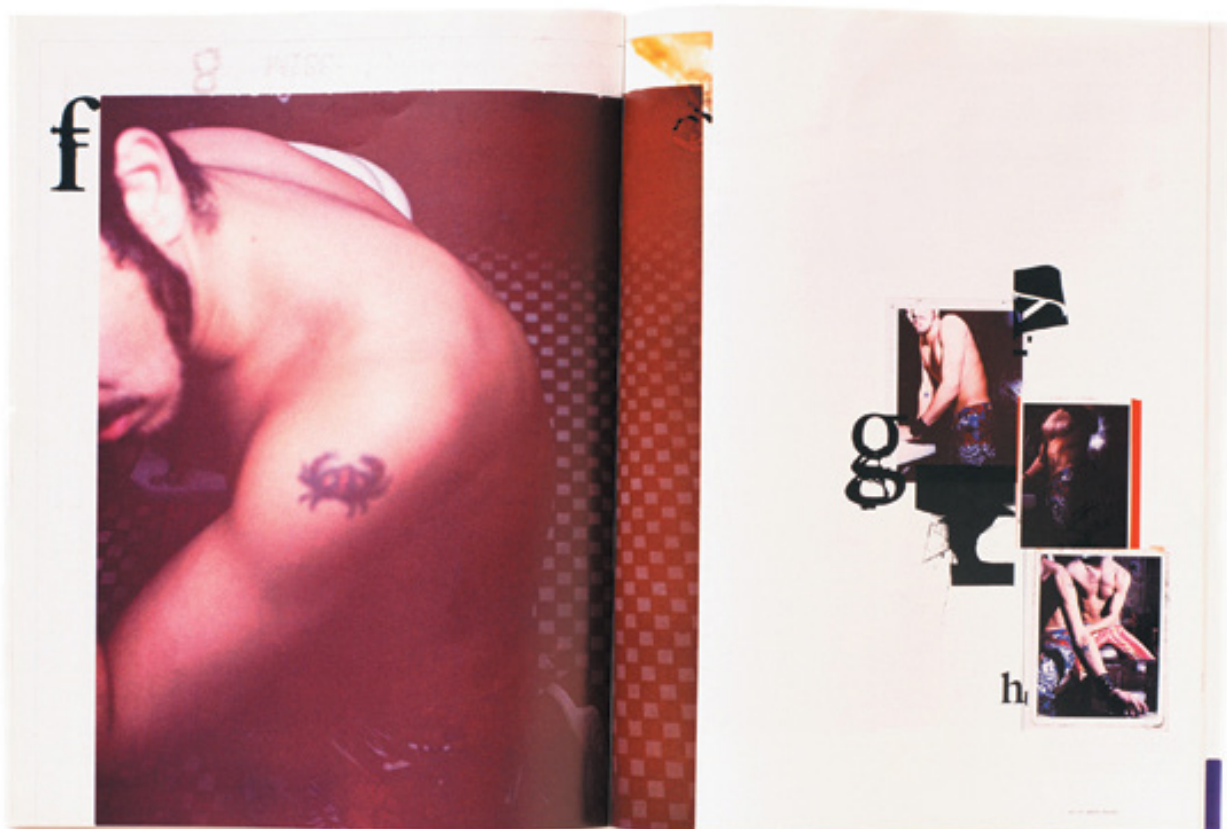
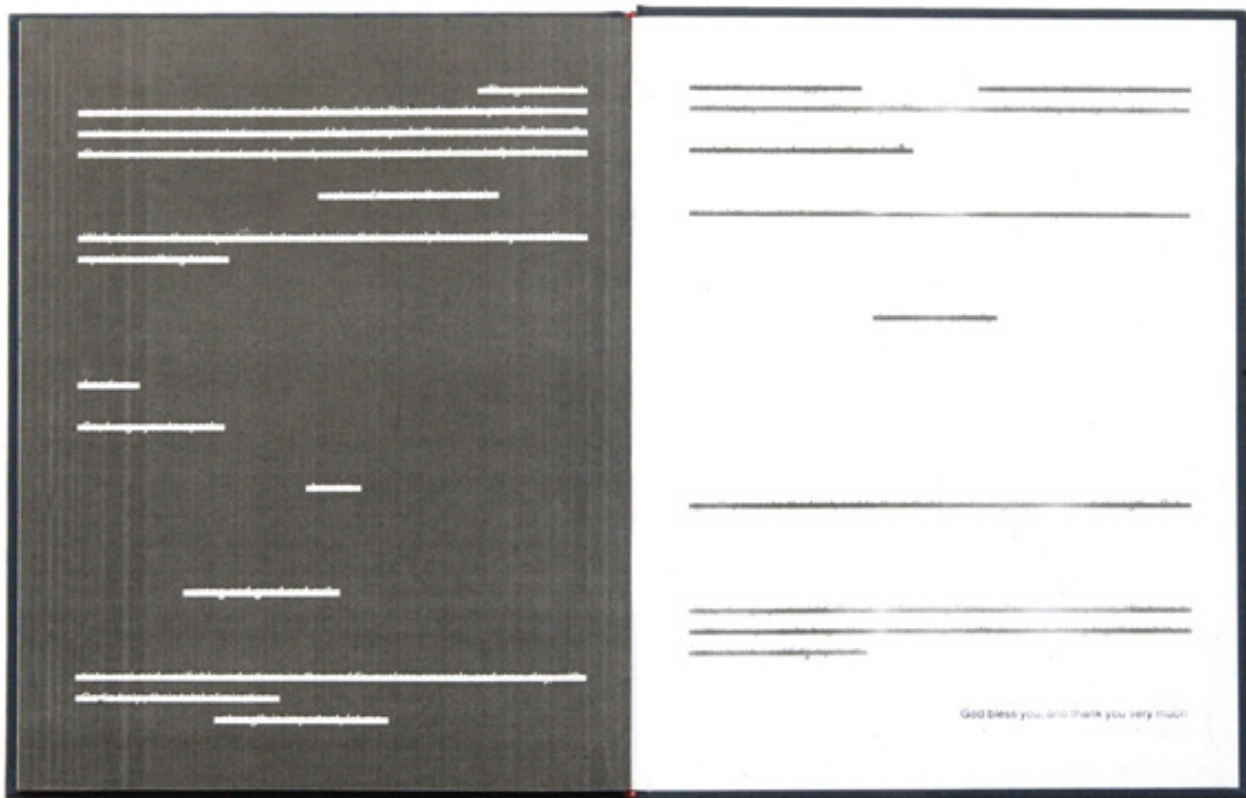
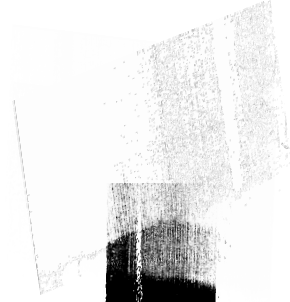


Fig. 58-61 – Spreads da revista BLAH BLAH BLAH (edições diversas)



Capítulo Pit U L O IV



**P
R
O**

o T e i

o projeto

Como componente essencial deste projeto, são aqui apresentados os objetos gráficos que lhe pertencem, assim como a investigação visual feita de forma a representar e recriar o grafismo grunge e o modo como este era desenvolvido, tendo em consideração os meios digitais e analógicos contemporâneos.

O primeiro objeto gráfico consiste no editorial da tese onde é feita a contextualização histórica da década de 1990, explicando como as condições sociais, políticas e culturais impactaram esse período e deram origem ao movimento grunge, em destaque neste projeto. De seguida, após um enquadramento do grunge no cenário musical da época, é feita uma ligação entre as características des movimento como estilo musical e como estética no campo do design de comunicação, com o objetivo de encontrar relações explícitas ou implícitas.

O segundo objeto é uma revista, onde consta o artigo “Cult of the Ugly” de Steven Heller, publicado em 1993 na edição nº. 9 da Revista “Eye” e uma nota de editor relativa ao mesmo artigo. A revista foi criada e materializada em concordância com as referências associadas ao movimento grunge, tais como grafismos, tipografia, expressões visuais e experiências de layout.

cult of the ugly

Steven Heller é um designer gráfico, diretor de arte, crítico de arte e autor norte-americano. Durante mais de trinta anos, ocupou o cargo de diretor de arte sênior na revista “New York Times Book Review” e na revista “U&Ic”. É autor e co-autor de livros que traçam a história da tipografia, ilustração e outros assuntos relacionados ao design de comunicação.

Nascido a 7 de julho de 1950, cresceu na cidade de Nova York, Estados Unidos. Steven Heller marcou o design gráfico através da sua contribuição nos meios de comunicação impressos. Editou diversas revistas de design, como a “Eye”, “Baseline”, “Print” e “I.D.”. Escreveu inúmeros artigos, colunas e ensaios críticos para essas revistas de design e cultura. Tem trabalhado como editor do prestigiado “AIGA Journal of Graphic Design”, onde publicou inúmeras peças inspiradoras e instigantes sobre design gráfico.

No seu artigo “Cult of the Ugly” Steven Heller identifica “decisões feias” no design como – “a sobreposição de formas gráficas não harmoniosas que resulta em mensagens confusas”. Heller ilustra este conceito relacionando os trabalhos de alguns designers proeminentes da época com a infiltração de “experiências” das faculdades de arte nos mídia, desafiando as normas estabelecidas de “bom” design gráfico, ao abraçar elementos disruptivos e, segundo ele, ineficientes. Steven Heller amplia esta categoria incluindo abordagens sobrecarregadas e elementos sem contexto ou harmonia, pois podem distrair e impedir a legibilidade e funcionalidade do resultado final, rotulando-os como feios e desafiadores do padrão estético.

Os termos “feio” e “beleza” são explorados em relação à definição – em constante evolução – de design de sucesso. O artigo começa por enfatizar a subjetividade inerente a estes termos, reconhecendo as amplas interpretações individuais do conceito de beleza.

No entanto, é crucial reconhecer a importância da experimentação no design gráfico, especialmente num contexto pós-modernista. Uma estética desafiadora pode ser uma forma legítima de romper com normas estabelecidas, incitando o pensamento crítico e novas abordagens visuais.

A narrativa investiga o impacto do modernismo e do pós-modernismo no design, elucidando como esses movimentos transformaram os significados de “feio” e “beleza”, tornando-os mais subjetivos. O pós-modernismo marcou o início de um afastamento das restrições e limitações impostas ao “bom design”, à medida que elementos tradicionais como a grelha foram desmantelados, dando lugar a elementos neoclássicos e contemporâneos, tais como pontos, manchas e setas.

O artigo traça também um paralelo entre o “design feio” em Output (um projeto de estudantes da Cranbrook Academy) e as criações do designer americano Art Chantry. Heller examina especificamente o uso por Art Chantry do “estilo dissonante” e gráficos atraentes nos seus pôsteres, enfatizando a sua funcionalidade nos respectivos contextos. Art Chantry emprega materiais e enquadramentos não convencionais para provocar uma mudança na percepção do espectador sobre o design e a sua navegação por ele.

O texto explora ainda o uso deliberado do design “feio” como meio de desafiar as noções convencionais de design bem-sucedido. Steven Heller afirma que incorporar intencionalmente o “feio” no design serve como um esforço consciente para estabelecer padrões alternativos. Esta abordagem estratégica estimula uma reavaliação das nossas percepções de design, instando-nos a transcender as normas e regras estabelecidas, incentivando a exploração de métodos não convencionais para comunicar ideias. Steven Heller sugere que o design que desafia provocativamente os sentidos e o intelecto, em vez de se conformar às normas estabelecidas, devia teoricamente ser abraçado, se não ativamente promovido.

Ao concluir, Steven Heller contempla que o “feio” como própria virtude – ou como uma reação instintiva ao status quo – diminui todo o design. Segundo o autor, o “feio” deve ser visto como um elemento de mudança, oferecendo um meio alternativo para representar ideias e culturas.

Embora a diversidade de opiniões e o papel crítico da imprensa devam ser respeitados, é necessário contestar a abordagem do autor. A crítica de Steven Heller à estética "feia" muitas vezes negligencia a intenção das criações e a sua função dentro do panorama do design de comunicação. É fundamental considerar que a beleza, assim como o "feio", é subjetiva e influenciada por contextos culturais e sociais em constante evolução.

O design gráfico, como qualquer forma de expressão artística, deve ser avaliado não apenas pela conformidade com padrões estéticos convencionais, mas também pela capacidade de provocar pensamento, transmitir mensagens e inovar. Neste sentido, as obras que Steve Heller critica representam uma contribuição valiosa para a diversidade e evolução do design de comunicação contemporâneo.

tipografia

CONFIDENTIAL REGULAR	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Awkward	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Heimlich Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Heimlich Maneuver	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Emigre Eight	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Distillation Straight	AßCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Distillation Bloated	AßCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Hernia	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Vista Sans OT	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
RADIO FLAT	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Bottle Rack	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Penal Code	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Dysplasia	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Blockhead Unplugged	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
DIN Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Kubota	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fig. 62 – Capa final da revista

CULT OF the UGLY

JOHN
STYEN





Fig. 63 – Spread do interior da revista final

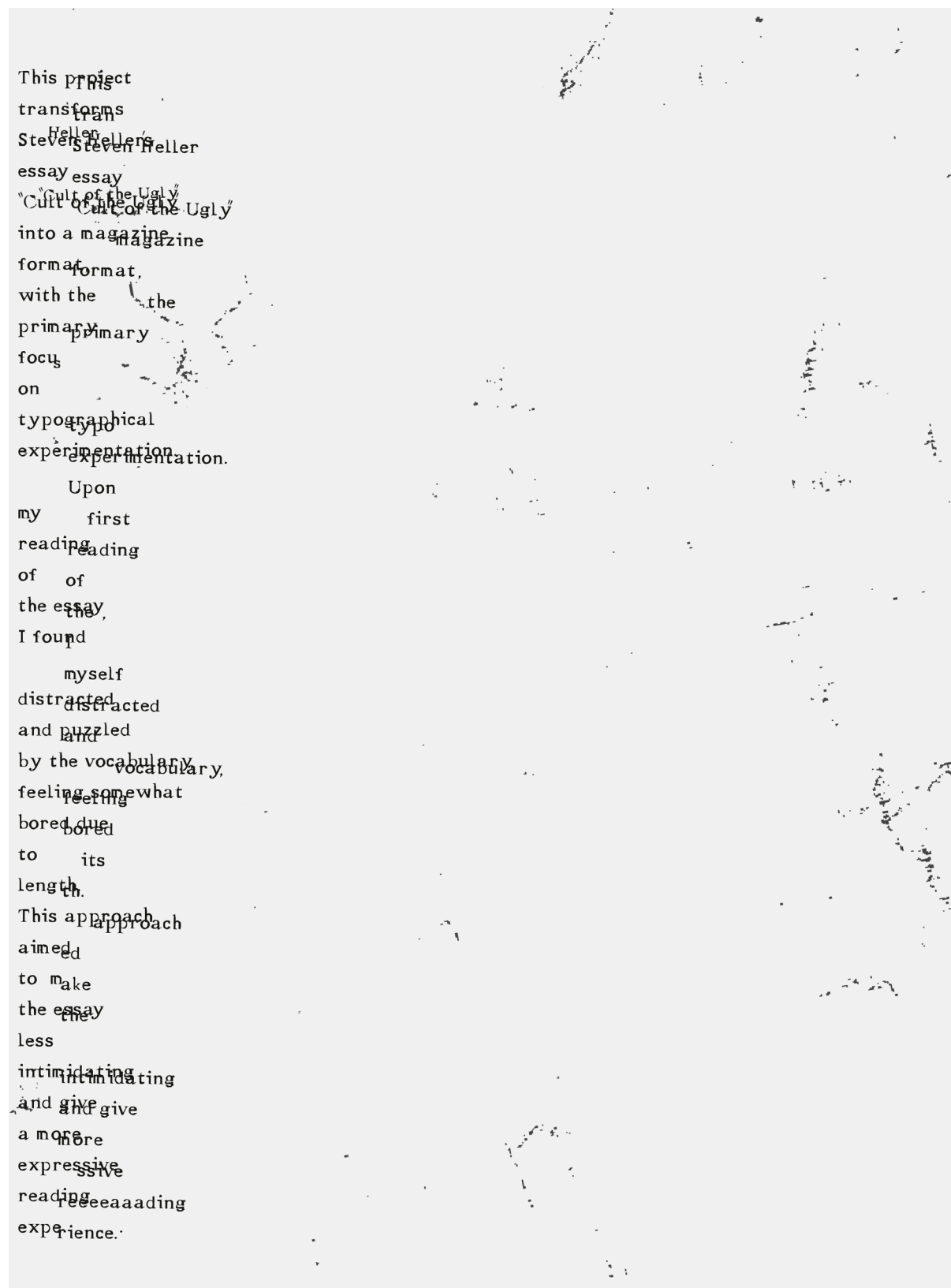


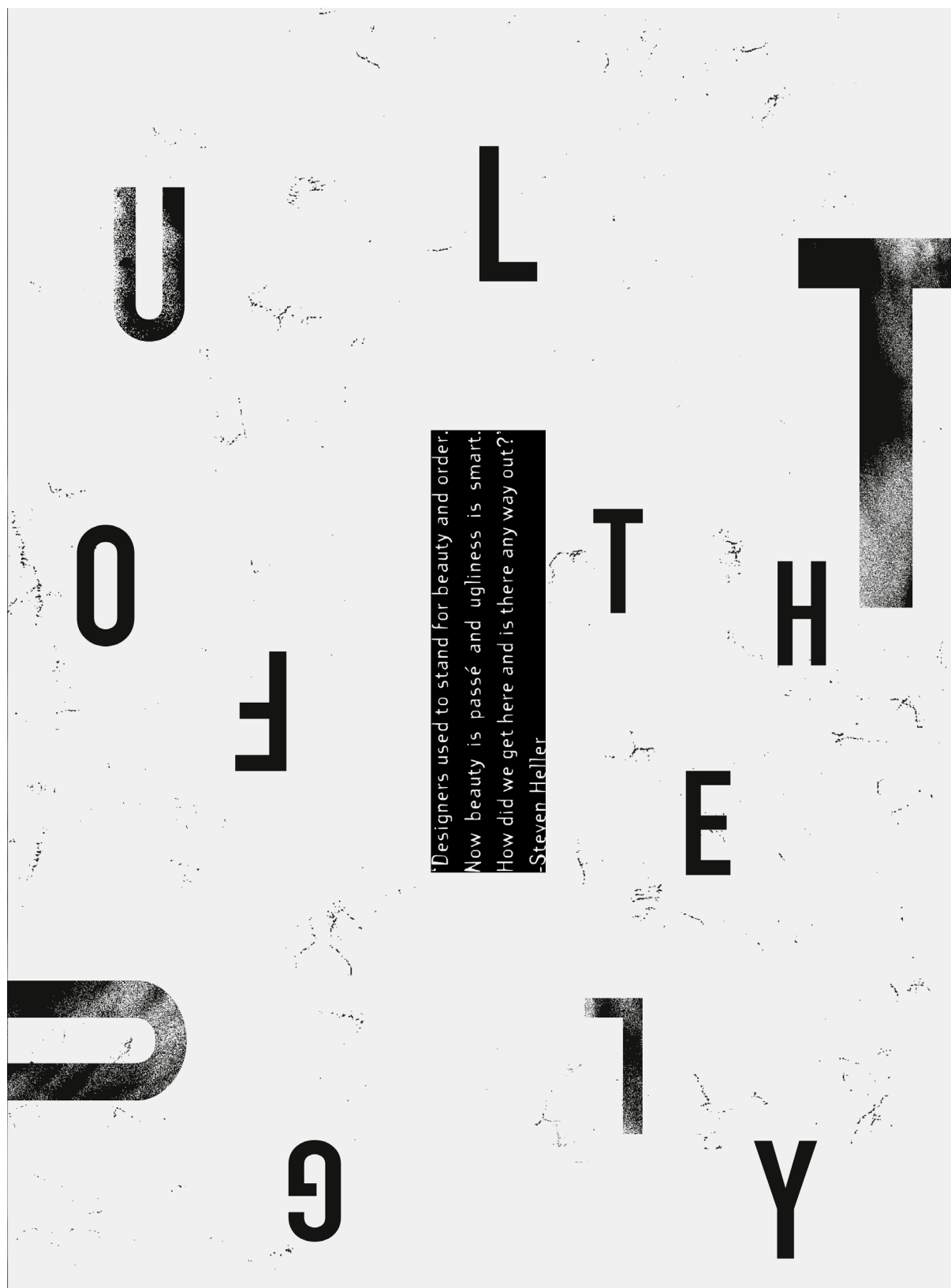


Fig. 64 – Spread do interior da revista final





Fig. 65 – Spread do interior da revista final



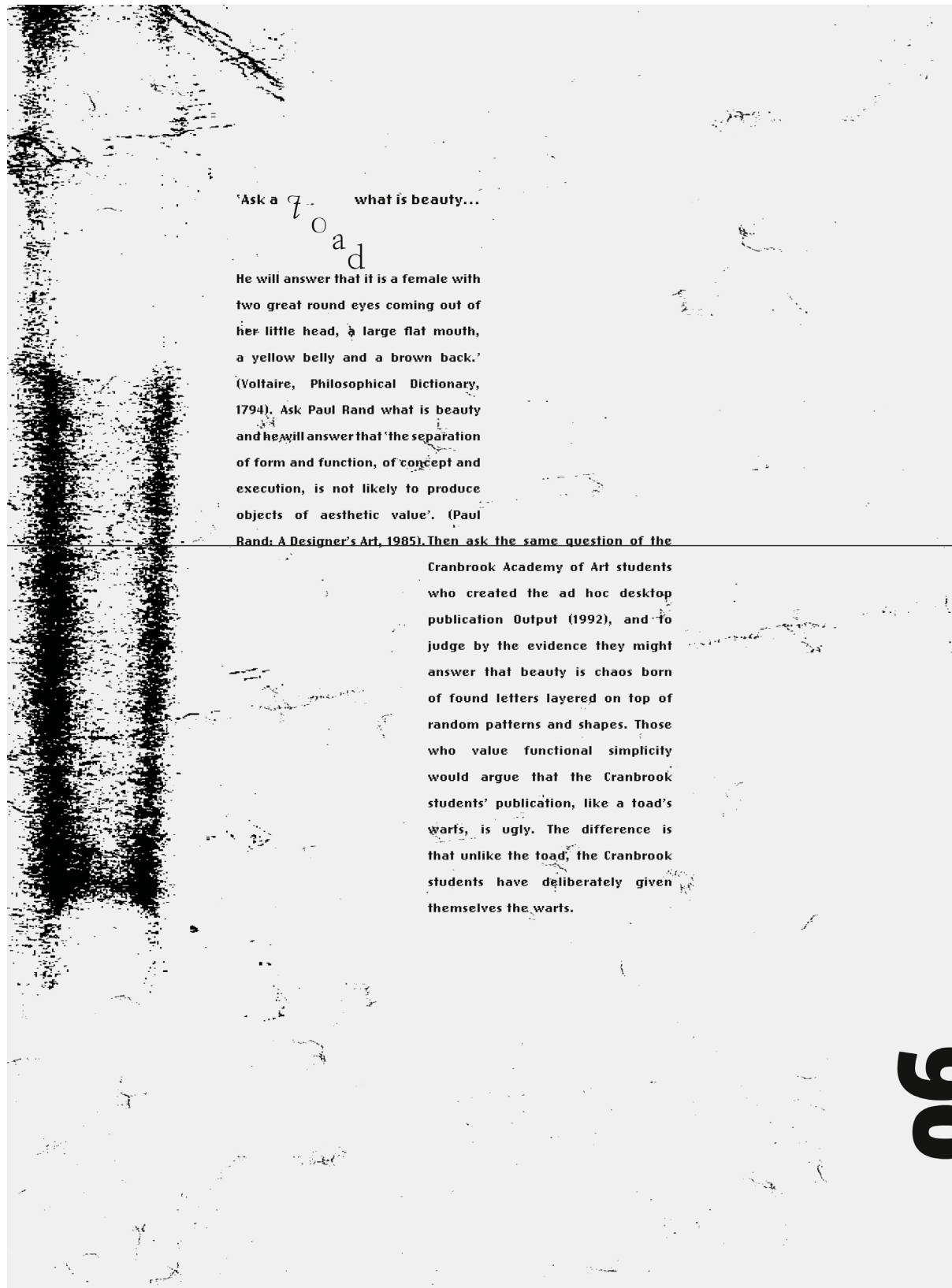


Fig. 66 – Spread do interior da revista final

Output is eight unbound pages of blips, type fragments, random words and other graphic minutiae purposefully given the serendipitous look of a printer's makeready.

The lack of any explanatory précis (and only this end note: Upcoming Issues From: School of the Art Institute of Chicago [and] University of Texas) leaves the reader confused as to its purpose or meaning, though its form leads one to presume that it is intended as a design manifesto, another experiment in the current plethora of aesthetically questionable graphic output. Given the increase in graduate school programmes which provide both a laboratory setting and freedom from professional responsibility, the word experiment has come to justify a multitude of sins.

The value of design experiments should not of course be measured only by what succeeds, since failures are often steps towards new discoveries. Experimentation is the engine of progress, its fuel a mixture of instinct, intelligence and discipline. But the engine floods when too much instinct and not enough intelligence or discipline is injected into the mix. This is the case with certain of the graphic design experiments that have emanated from graduate schools in the US and Europe in recent years – work driven by instinct and obscured by theory with ugliness its foremost by-product.



How is ugly to be defined in the current postmodern design climate where existing systems are up for re-evaluation, order is under attack and the forced collision of disparate forms is the rule? For the moment, let us say that ugly decision, as opposed to classical design (where adherence

to the golden mean and a preference for balance and harmony serve as the foundation for even the most unconventional compositions) is the layering of unharmonious graphic forms in a way that results in confusing messages. By this definition, Output could be considered a prime

example of ugliness in the service of fashionable experimentation. Though not intended to function in the commercial world, it was distributed to thousands of practising designers on the American Institute of Graphic Arts and American Center for Design mailing lists, so rather than remain

cloistered as once, subject to be described

Fig. 67 – Spread do interior da revista final





Fig. 68 – Spread do interior da revista final





Postmodernism inspired a debate in graphic design in the mid-1970s by revealing that many perceptions of art and culture were one-dimensional. Postmodernism urgently questioned certainties laid down by Modernism and rebelled against grand Eurocentric narratives in favour of multiplicity. The result in graphic design was to strip Modernist formality of both its infrastructure and outer covering. The grid was demolished, while neo-classical and contemporary ornaments, such as dots, clips and arrows, replaced the tidiness of the canonical approach. As in most artistic revolutions, the previous generation was attacked, while the generations before were curiously rehabilitated. The visual hallmarks of this rebellion, however, were inevitably reduced to stylistic mannerisms which forced even more radical experimentation. Extremism gave rise to fashionable ugliness as a form of nihilistic expression.

In 'Ode on a Grecian Urn' (1819), the Romantic poet John Keats wrote the famous lines: 'Beauty is truth, truth beauty, - that is all / Ye know on earth, and all ye need to know.' Yet in today's environment, one standard of beauty is no more the truth than is one standard of ugliness. It is possible that the most conventionbusting graphic design by students and alumni of Cranbrook, CalArts and Rhode Island School of Design, among other hothouses where theoretical constructs are used to justify what the untutored eye might deem ugly, could become the foundation for new standards based on contemporary sensibilities. Certainly these approaches have attracted many followers throughout the design world.

Fig. 69 – Spread do interior da revista final

'Where it ends is
where the
artist
begins.'

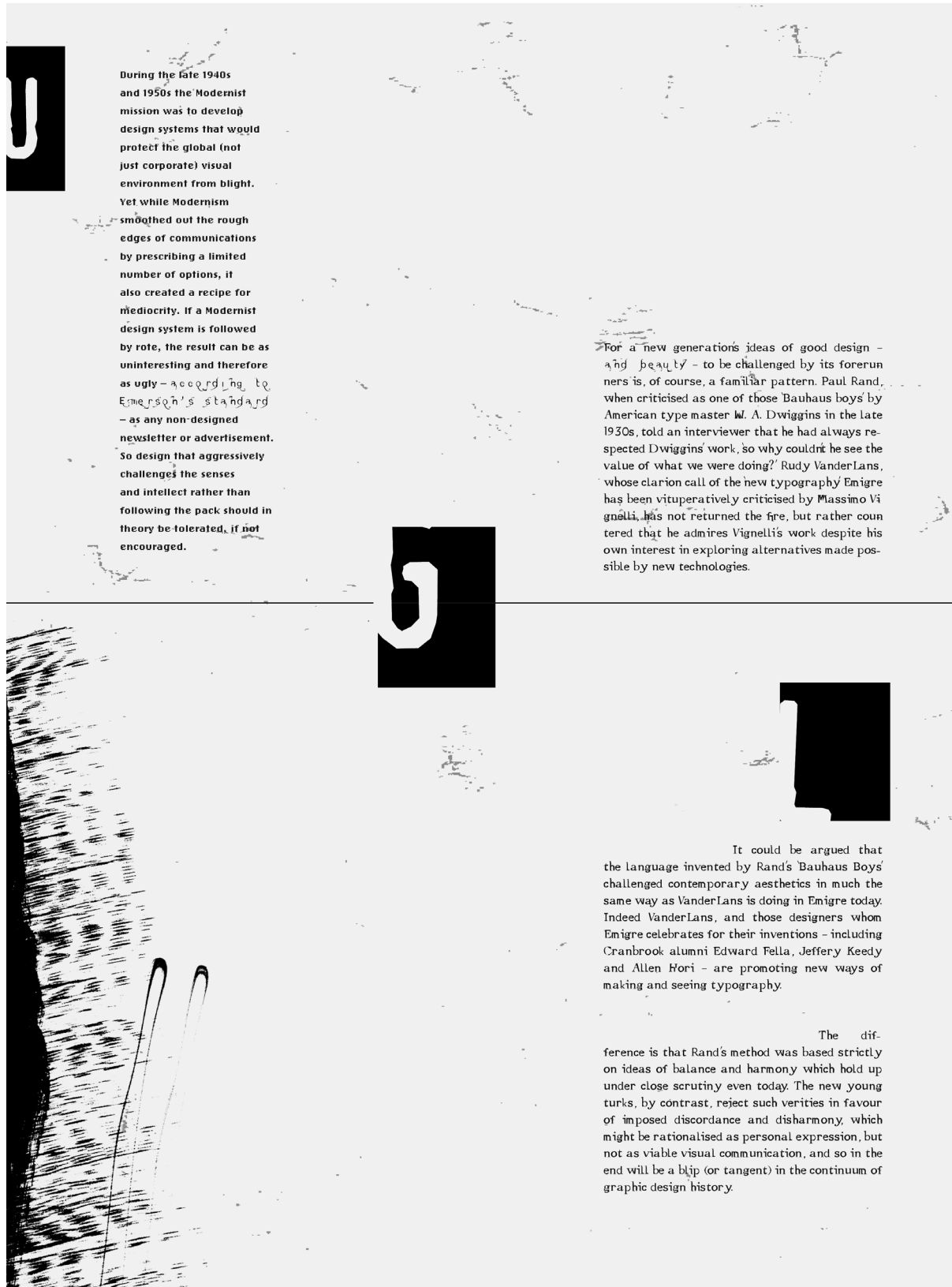
So in order to stretch the perimeters of art and design to any serious extent it becomes necessary to suspend popular notions of beauty so that alternative aesthetic standards can be explored. This concept is essential to an analysis of a recent work by the Chicago company Segura, who designed the programme / announcement for the 1993 How magazine 'Creative Vision' conference and whose work represents the professional wing of the hothouse sensibility. Compared to the artless Output, Segura's seemingly anarchic booklet is an artfully engineered attempt to direct the reader through a maze of mundane information. Yet while the work might purport to confront complacency, it often merely obstructs comprehension.

But is it possible that the surface might blind one to the inner beauty (i.e. intelligence) of this work? Ralph Waldo Emerson in *The Conduct of Life* (1860) wrote:

'The secret of ugliness consists not in irregularity, but in being uninteresting.'

Given Emerson's measure, it could be argued that design is only ugly when devoid of aesthetic or conceptual forethought – for example, generic restaurant menus, store signs and packages. Perhaps, then, the How booklet, which is drowning in forethought, should be 'read' on a variety of levels wherein beauty and ugliness are mitigated by context and purpose. Perhaps – but given the excesses in this work, the result can only be described as a catalogue of pretence.

A compilation of variegated visuals, the How piece is a veritable primer of cultish extremes at once compelling for its ingenuity yet undermined by its superficiality. Like a glutton, Segura has stuffed itself with all the latest conceits (including some of its own concoction) and has regurgitated them on to the pages. At first the juxtapositions of discordant visual material appear organic, but in fact little is left to chance. The result is a catalogue of disharmony in the service of contemporaneity, an artefact that is already ossifying into a 1990s design style. It is a style that presumes that more is hipper than less, confusion is better than simplicity, fragmentation is smarter than continuity, and that ugliness is its own reward.



During the late 1940s and 1950s the Modernist mission was to develop design systems that would protect the global (not just corporate) visual environment from blight. Yet while Modernism smoothed out the rough edges of communications by prescribing a limited number of options, it also created a recipe for mediocrity. If a Modernist design system is followed by rote, the result can be as uninteresting and therefore as ugly – according to Emerson's standard – as any non-designed newsletter or advertisement. So design that aggressively challenged the senses and intellect rather than following the pack should in theory be tolerated, if not encouraged.

For a new generation's ideas of good design – and beauty – to be challenged by its forerunners is, of course, a familiar pattern. Paul Rand, when criticised as one of those Bauhaus boys by American type master W. A. Dwiggins in the late 1930s, told an interviewer that he had always respected Dwiggins' work, so why couldn't he see the value of what we were doing? Rudy VanderLans, whose clarion call of the new typography Emigre has been vituperatively criticised by Massimo Vignelli, has not returned the fire, but rather countered that he admires Vignelli's work despite his own interest in exploring alternatives made possible by new technologies.

It could be argued that the language invented by Rand's Bauhaus Boys' challenged contemporary aesthetics in much the same way as VanderLans is doing in Emigre today. Indeed VanderLans, and those designers whom Emigre celebrates for their inventions – including Cranbrook alumni Edward Fella, Jeffery Keedy and Allen Hori – are promoting new ways of making and seeing typography.

The difference is that Rand's method was based strictly on ideas of balance and harmony which hold up under close scrutiny even today. The new young turks, by contrast, reject such verities in favour of imposed discordance and disharmony, which might be rationalised as personal expression, but not as viable visual communication, and so in the end will be a blip (or tangent) in the continuum of graphic design history.

Fig. 70 – Spread do interior da revista final

Edward Fella's work is a good example. Fella began his career as a commercial artist, became a guest critic at Cranbrook and later enrolled as a graduate student, imbuing in other students an appreciation for the naïf (or folk) traditions of commercial culture. He convincingly deployed highly personal art-based imagery and typography in his design for the public, explains Lorraine Wild in her essay 'Transgression and Delight: Graphic Design at Cranbrook' (Cranbrook Design: the New Discourse, 1990). He also introduced what Wild describes as 'the vernacular, the impure, the incorrect, and all other forbidden excesses' to his graduate studies. These excesses, such as nineteenth-century fat faces, comical stock printers' cuts, ornamental dingbats, hand scrawls and out-of-focus photographs, were anathema to the early Modernists, who had battled to expunge such eyesores from public view.

Similar forms had been used prior to the 1980s in a more sanitised way by American designers such as Phil Gips in *Monocle* magazine, Otto Storch in *McCall's* magazine, and Bea Feitler in *Ms.* magazine. For these designers, novelty job printers' typefaces and rules were not just crass curios employed as affectations, but appropriate components of stylish layouts. While they provided an alternative to the cold, systematic typefaces favoured by the International Style, they appeared in compositions that were nonetheless clean and accessible. These were not experiments, but 'solutions' to design problems.

Two decades later, Fella too re-employed many of the typically ugly novelty typefaces as well as otherwise neutral canonical letterforms, which he stretched and distorted to achieve purposefully artless effects for use on gallery and exhibition announcements. Unlike Gips' and Feitler's work, these were aggressively unconventional. In *Cranbrook Design: the New Discourse*, Fella's challenges to 'normal' expectations of typography are described as ranging from 'low parody' to high seriousness. But the line that separates parody and seriousness is thin, and the result is ugliness. As a critique of the slick design practised throughout corporate culture, Fella's work is not without a certain acerbity. As personal research, indeed as personal art, it can be justified, but as a model for commercial practice, this kind of ugliness is a dead end.



[J]ust maybe, a small independent graduate program is precisely where such daunting research and invention in graphic design should occur; argues Wild. And one would have to agree that given the strictures of the marketplace, it is hard to break meaningful ground while serving a client's needs and wants. Nevertheless, the marketplace can provide important safeguards - Rand, for example, never had the opportunity to experiment outside the business arena and since he was ostensibly self-taught, virtually everything he invented was on the job. Jeffery Keedy and Allen Hori, both of whom had a modicum of design experience before attending Cranbrook, availed themselves of the luxury of experimenting free of marketplace demands. For them, graduate school was a place to test out ideas that 'transgressed' as far as possible from accepted standards. So Wild is correct in her assertion that it is better to do research and development in a dedicated and sympathetic atmosphere. But such an atmosphere can also be polluted by its own freedoms.

The ugly excesses

— or *Frankenstein's little monsters* like Output —
are often exhibited in public to promulgate
'the new design discourse'.

In fact, they merely further the cause of ambiguity and ugliness.
Since graduate school hothouses push their work into the real world,
some of what is purely experimental is accepted by neophytes as a viable
model, and students, being students,
will inevitably misuse it.

Who can blame them if their mentors are doing so, too?

Fig. 71 – Spread do interior da revista final



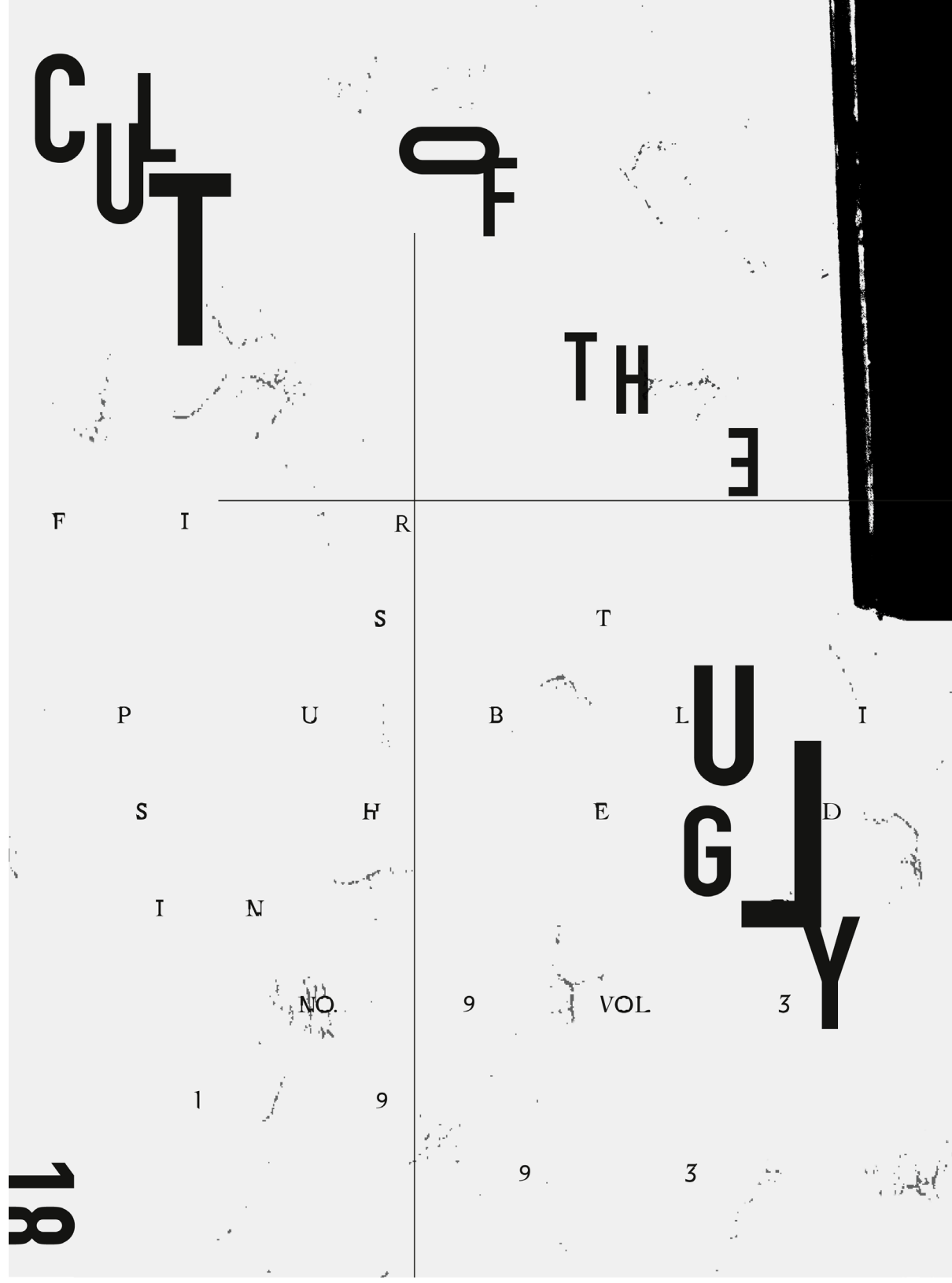


Fig. 72 – Spread do interior da revista final



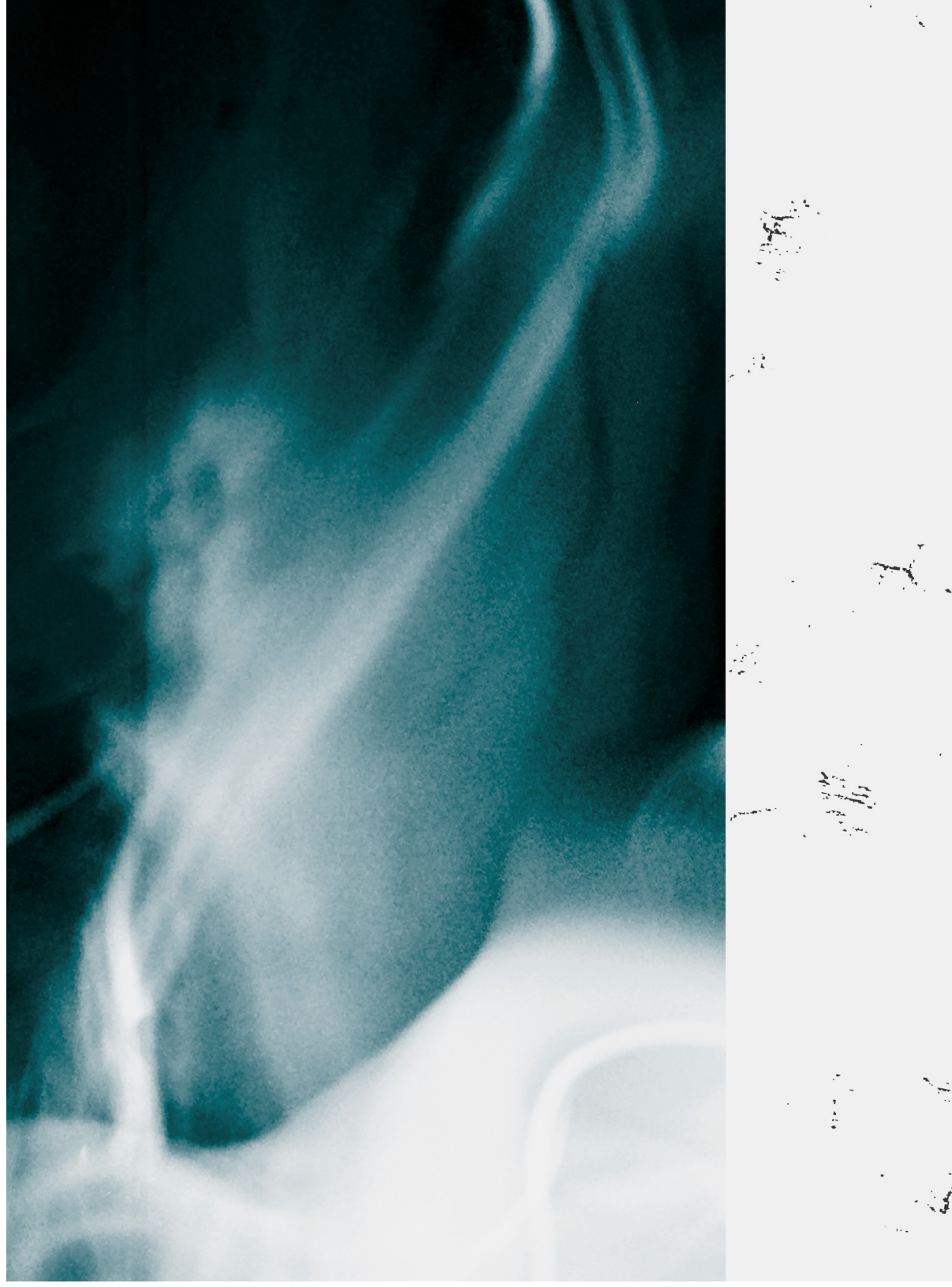


Fig. 73 – Spread do interior da revista final



beauty
is
chaos
born
of
found
letters
layered
on
top
of
random
patterns
and
shapes

Fig. 74 – Contracapa da revista final



C o N C

0
a
s
U
L

conclusão

Durante a elaboração deste projeto estudamos a estética marcante do movimento grunge presente durante a década de 1990. Exploramos as suas origens, as suas influências e o seu impacto na sociedade. O grunge não foi apenas um estilo musical, mas também uma expressão visual e cultural capaz de transcender fronteiras. O grunge captou a essência de uma juventude desapontada, refletindo todo um sentimento de desilusão e rebeldia. Ao longo deste estudo, revimos alguns designers proeminentes, projetos visuais distintos e layouts de revistas que definem o grafismo grunge. Este movimento, enraizado numa contracultura sonora e visual, deixou uma marca duradoura que influenciou não só a música, mas também a moda e a cultura, redefinindo a estética da década de 1990.

Após uma contextualização histórica, foi possível concluir que a década de 1990 foi profundamente influenciada por movimentos sociais e políticos. Testemunhou o fim da Guerra Fria, a queda do Muro de Berlim e a dissolução da União Soviética. Foi uma era impulsionada pela revolução tecnológica, com a popularização da internet e o aparecimento de novos dispositivos eletrónicos. A ascensão da contracultura introduziu novos valores e uma determinação notável para enfrentar alguns dos desafios mais impactantes da história, como a luta pelos direitos LGBTQ+ e do movimento feminista. Esta agitação social não desafiou apenas as convenções estabelecidas, mas também conferiu aos jovens um papel mais proeminente na sociedade, dando origem a uma transformação notável no cenário social e político da época.

Assim como em outras esferas, os jovens exerceram uma influência poderosa na música durante a década de 1990, especialmente no estilo do rock alternativo, transformando-o na voz da mudança. Ao surgir no cenário alternativo de Seattle, o grunge não apenas redefiniu o som do rock, mas também encapsulou a desilusão e a resistência de uma geração. Utilizando a música como um veículo para expressar a inquietação social, bandas como Nirvana, Pearl Jam e Soundgarden, romperam com as convenções estabelecidas, oferecendo uma sonoridade autêntica, em representação das experiências e frustrações dos jovens da época. O grunge dos anos 90 provocou uma revolução musical global, deixando uma marca inabalável no cenário cultural da época.

Para além da associação ao cenário musical, o grunge surgiu no design gráfico com inspirações em movimentos artísticos anteriores e contemporâneos, como o Futurismo, o Dadaísmo, o Pós-modernismo e o Punk. Em referência a estes movimentos podemos destacar a presença de elementos visuais desconstruídos, a rejeição de padrões rígidos, estéticas conservadoras e valores sociais pré-estabelecidos. Este desafiavam as normas convencionais e incentivavam a reflexão crítica, destacando a importância do individualismo, que podemos ver refletido no movimento grunge.

O movimento grunge no design gráfico surgiu de forma reativa e descentralizada e, por isso não possui uma lista estritamente definida de “grandes nomes”, no entanto destacam-se alguns designers considerados influentes no desenvolvimento e popularização do estilo, tais como David Carson, Neville Brody, Art Chantry, Rudy VanderLans, Zuzana Licko, Chris Ashworth, entre outros. Os seus projetos, caracterizavam-se pelas cores esbatidas, tipografias distorcidas, por vezes, quase ilegíveis e layouts disruptivos, marcando o design de comunicação da década de 1990.

Tendo o movimento punk como movimento precedente, a estética das zines punk evoluiu para os layouts de revista grunge. As zines, com layouts crus e feitos à mão, expressavam a atitude rebelde do movimento punk. Nas revistas grunge, essa estética foi mantida, mas com um visual mais polido, combinando texturas ásperas, tipografia não convencional e elementos analógicos e digitais. Esta mudança destaca o amadurecimento do design contracultura, adaptando-se a novas influências preservando uma essência autêntica e expressiva, enraizada nos movimentos alternativos.

Durante o movimento grunge, o design de revistas definiu uma estética única e ousada. Caracterizadas por uma mistura de texturas, tipografias não convencionais e pela fusão de elementos, as revistas procuravam refletir a essência da rebeldia e desilusão associada ao grunge. As capas apresentavam imagens sombrias e contrastes marcantes. O layout das páginas apresentava um “brutalismo” muitas vezes questionado. A evolução das ferramentas tecnológicas trouxe a possibilidade de fundir texto e imagem numa só linguagem. A estética da tipografia pós-moderna trouxe novas possibilidades ao design, libertando-se da grelha e descartando convenções estabelecidas. É possível salientar algumas revistas que se destacaram dentro do movimento grunge e que serviram de objeto de estudo para este projeto, como a “Raygun”, “Emigre”, “The Face”, “Wired”, “Blah Blah Blah”, a título de exemplo.

Com base nos elementos gráficos do grunge, o projeto final procurou recriar uma revista que mantivesse essa estética, baseada nos grafismos associados e com referências da época, mas materializada com as ferramentas e meios digitais atuais, criando um exemplo contemporâneo do grafismo grunge dominante da década de 1990. O objeto editorial final tem como objetivo ser uma nova visão com influências na estética grunge.

Como conteúdo, a revista apresenta um artigo de Steven Heller, intitulado “Cult of the Ugly”, publicado pela primeira vez em 1993, na edição nº. 9 da Revista “Eye” e uma nota de autor, que enquadra este artigo segundo a perspectiva abordada.

O objetivo final deste projeto gráfico foi o de, a partir de elementos gráficos, tipografia, expressões visuais e experiências de layout, traduzir uma estética grunge inspirada nos grafismos da mesma época.

Ref E
Bibliogr

R Ê n C i A
S

á f I C a s

referência bibliográfica

Blackwell, L. (1998). *Carson: 2nd Sight: grafik design after the end of print*. Laurence King Publishing.

Blackwell, L. (1998). *Twentieth-Century Type: Remix*. Laurence King Publishing.

Blackwell, L. (2000). *The End of Print: The Grafik Design of David Carson (2nd ed.)*. Laurence King Publishing.

Blackwell, L., & Carson, D. (1995). *The End of Print: The Graphic Design of David Carson*. Laurence King Publishing.

Harper, L., McCoy, K., & Scott, M. (1999). *Radical Graphics/Graphic Radicals*. Chronicle Books.

Brody, N., & Blackwell, L. (1996). *G1 : Subj.; Contemp.Design, Graphic*. Laurence King Pub.

Hyde, K., Warwicker, J., & Tomato. (1994). *Mmm. . .Skyscraper I Love You*. Tomato/Underworld Project.

Lasky, J., & Jacobs, K. (2001). *Some People Can't Surf: The Graphic Design of Art Chantry (1st ed.)*. Chronicle Books.

Poynor, R., & Booth-Clibborn, E. (2000). *Typography Now Two: Implosion*. Booth-Clibborn.

Schraenen, G. (n.d.). *Out of print : An archive as artistic concept (Exhibition catalog, 2001)*. Archive for Small Press & Communication, Bremen - Neues Museum Weserburg, Bremen.

The Graphic Language of Neville Brody 2. (n.d.). Thames & Hudson Ltd.
Wozencroft, J., & Brody, N. (1988). *Brody: The Graphic Language of Neville Brody*. Universe.

A E f R e
w E b L I O

N C i A S
r Á f i c a s
G

referências bibliográficas

Classic Collections – Back to the 90s. (2016, February 11). Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/blog/post/classic-collectionsback-to-the-90s>

David Carson – ‘The Father of Grunge.’ (2013, October 16). Neli Todorova’s Blog. <https://nvtodorova.wordpress.com/2013/10/16/david-carson-the-father-of-grunge/>

Finley, J. (2007, July 13). *State of the Union: Grunge Design.* Go Media. <https://gomedia.com/insights/state-of-the-union-grunge-design/>

Fussell, G. (2021, February 24). *From Raves to Ray Gun: A Walk Through 90s Design Culture.* The Shutterstock Blog. <https://www.shutterstock.com/blog/90s-design-culture>

Grambush, J. (2019, April 9). *A Brief History of Grunge: The Seattle Sound.* Culture Trip. <https://theculturetrip.com/north-america/usa/washington/articles/a-brief-history-of-grunge-the-seattle-sound/>

Heller, S. (1993, season-02). *Cult of the ugly.* Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/cult-of-the-ugly>
First published in Eye no. 9 vol. 3 1993

Heller, S. (2016, October 20). *When The Times Went Grunge.* PRINT Magazine. <https://www.printmag.com/daily-heller/new-york-times-grunge-typography/>

Lanks, B. (2017, June 6). *The Father of Grunge Typography Calls Out Lazy Design.* Medium. <https://magenta.as/the-father-of-grunge-typography-calls-out-lazy-design-daae470a685a>

Littlejohn, D. (2009, season-01). *Golden age?* Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/golden-age>
First published in Eye no. 71 vol. 18 2009

Mouttet, S. (2013, May 10). *The Grittiness of Grunge.* Media Heroes. <https://news.mediaheroes.com.au/-blog/the-grittiness-of-grunge>

Poynor, R., & Brody, N. (1992, season-01). *Reputations: Neville Brody*. Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-neville-brody>
First published in Eye no. 6 vol. 2, 1992

Shaughnessy, A. (2019, season-03). *Who cares if you read?* Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/review/article/who-cares-if-you-read>
Full version in Eye no. 99 vol. 25, 2019

Swenson, M. (2013, May 7). *Is Grunge Design Dead?*. Idaho State University. <https://blog.cetrain.isu.edu/blog/bid/287381/is-grunge-design-dead>



esad
arte+
design

