

**Francisca Maria Moreira y
Torres Ferreira da Cruz**

**INTERPRETAÇÃO VISUAL DE OBRAS
LITERÁRIAS**

**Francisca Maria Moreira y
Torres Ferreira da Cruz**

INTERPRETAÇÃO VISUAL DE OBRAS LITERÁRIAS

Projecto apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em Design Visual, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Maria Cristina de Sousa Araújo Pinheiro, Professora Auxiliar do IADE-U.

Dedico este trabalho aos meus pais.

Júri

Presidente
Doutor Armando Jorge Gomes Vilas - Boas
Professor Auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa-
Universitário, IADE-U

Vogais

Arguente
Doutor João Vasco Matos Neves
Professor Adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas do
Instituto Politécnico de Castelo Branco

Arguente
Doutora Margarida Maria Oliveira Allen Gamito
Investigadora do CIAUD – Centro de Investigação em Arqui-
tectura, Urbanismo e Design da Faculdade de Arquitectura
da Universidade de Lisboa (FA-UL)

Coordenadora
Doutora Maria Cristina de Sousa Araújo Pinheiro
Professora Auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa-
Universitário, IADE-U

Agradecimentos

Foi graças aos diversos intervenientes, em matéria de colaboração e orientação, que foi possível a concretização deste desafio.

Gostaria assim de agradecer à Professora Doutora Maria Cristina de Sousa Araújo Pinheiro por toda a orientação, disponibilidade, compreensão e apoio prestado no desenvolvimento deste projecto.

Aos meus pais, que me apoiaram incondicionalmente, quaisquer que fossem as minhas decisões.

À minha irmã Maria, ao Kiko, à Joana, à Catarina, à Xica, à Inês, à Maria, à Francisca, à Sara, a todos os meus amigos e família pois sem eles, este percurso não teria sido tão especial e único.

Também gostava de agradecer a todos aqueles que, de uma maneira ou outra, contribuíram para o desenvolvimento deste projecto, nomeadamente ao Professor Doutor Armando Jorge Gomes Vilas e a todos os colegas do IADE.

A todos os que contribuíram para o culminar deste percurso, um muito obrigado.

Palavras-chave

Design visual; design editorial; tipografia; cor; literatura portuguesa;

Resumo

A cultura visual tem sido moldada pela evolução tecnológica desde o início do século XX e tem vindo a ser alterada a cada década que passa.

É possível perceber que a tipografia e a imagem são dois meios de comunicação muito próximos, embora distintos; desta forma, pretendeu-se construir, com base no Design Editorial, um livro que fizesse a ligação entre a comunicação escrita e linguística e a comunicação visual. Partindo da tipografia como meio de expressão de conceitos, procuramos encontrar formas, cores e sensações que ajudassem a transmitir a mensagem escrita e que a relacionassem directamente com a comunicação visual – através da ilustração, da composição com caracteres tipográficos e da utilização da cor.

Partindo de uma pesquisa bibliográfica e de materiais que foram reunidos durante toda a formação anterior, pretendeu-se escolher, com estruturação lógica, fragmentos de obras literárias de diferentes autores, para construir um projecto editorial que ligasse a Literatura ao Design Visual.

Keywords

Visual design; editorial design; typography; colour; Portuguese literature;

Abstract

Visual culture has been framed by technological developments since the early twentieth century, and has been changed every passing decade.

It's easy to understand that typography and image are two very close media, while distinct; So we pretended to design a book, based on editorial design that could link written and linguistic communication to visual communication. Starting from typography as a way of expressing concepts, we try to find shapes, colours and sensations that could help convey the written message and that could be directly related to visual communication – through illustration, typeface composition and colour application.

Starting from literature review and some design materials previously gathered, we intended to select with logical structuring, a few representative literary texts, to design an editorial project that could link Literature to Visual Design.

Índice Geral

Dedicatória.....	v
Júri.....	vii
Agradecimentos.....	ix
Resumo.....	xi
Abstract.....	xiii

CAPÍTULO I - Introdução

1. Introdução.....	3
1.1. Objectivos.....	3
1.2. Delimitação da área de estudo.....	4
1.3. A Questão de Investigação.....	4
1.4. Metodologia do Projecto.....	5
1.5. Desenho da Investigação – Cronograma.....	6

CAPÍTULO II – Enquadramento Teórico

2. A Cultura Visual.....	11
2.1. O que é Cultura Visual.....	11
2.2. Tipografia.....	18
2.3. A Tipografia funcional.....	19
2.4 A Tipografia expressiva.....	24
3. A Comunicação.....	28
3.1 Os elementos da Comunicação Visual.....	29
3.2 A Comunicação não-verbal.....	32
3.3. A Comunicação com Cor.....	33
4. O Design editorial.....	36
4.1. O Livro	37
4.1.1. A Capa.....	39

4.1.2. O Formato.....	40
4.1.3. Layout.....	41
4.1.4. Tipografia.....	41
4.1.5. Representação gráfica – Ilustração.....	41
4.1.6. Produção Gráfica.....	42
4.1.7. Acabamentos.....	42

CAPÍTULO III - Projecto

5. O Projecto.....	45
6. O projecto editorial.....	88

CAPÍTULO IV – Conclusões

7. Conclusões.....	99
8. Bibliografia.....	101

Índice de Figuras

Fig. 1 - Cronograma (2013/2014).....	6
Fig. 2 - Poster Exposição <i>Bauhaus</i> , <i>Joost Schmidt</i> , (1923).....	14
Fig. 3 - Poster Exposição <i>Bauhaus</i> , <i>Rudolf Baschant</i> , (1923).....	14
Fig. 4 – Slogan “Les mots en Liberté”, (1909.....	16
Fig. 5 – <i>Theo Van Doesburg</i> , cartaz, (1923).....	16
Fig. 6 – Staatliches Bahaus Weimar, (1919 – 1923).....	17
Fig . 7 – Família do tipo de letra <i>Univers</i> , <i>Adrian Frutiger</i> , (1998).....	21
Fig. 8 – Exemplos de estudo, <i>Ellen Lupton – Thinking with type</i>	25
Fig. 9 - Exemplos de estudo, <i>Ellen Lupton – Thinking with type</i>	25
Fig. 10 - Exemplos de estudo, <i>Ellen Lupton – Thinking with type</i>	25
Fig. 11 – Trabalho de publicidade de <i>Herb Lubalin</i> , (1945 – 1964).....	26
Fig. 12 – Logótipo <i>Mother and Childe</i> , <i>Herb Lubalin</i> , (1965).....	27
Fig. 13 – Logótipo <i>Families</i> (1980), <i>Marriage</i> (1965), <i>Herb Lubain</i>	28
Fig. 14 – Ilustração de <i>Florbela Espanca</i> (imagem A).....	47
Fig. 15 – Ilustração de <i>Florbela Espanca</i> (imagem B).....	48
Fig. 16 – Ilustração de <i>Florbela Espanca</i> (imagem C).....	51
Fig. 17 – Ilustração de <i>Alexandre O ´Neill</i> (imagem D).....	53
Fig. 18 – Ilustração de <i>Alexandre O ´Neill</i> (imagem E).....	54
Fig. 19 – Ilustração de <i>Alexandre O ´Neill</i> (imagem F).....	55
Fig. 20 – Ilustração de <i>Alexandre O ´Neill</i> (imagem G).....	56
Fig. 21 – Ilustração de <i>José Luís Peixoto</i> (imagem H).....	59
Fig. 22 – Ilustração de <i>Fernando Pessoa</i> (imagem I).....	61
Fig. 23 – Ilustração de <i>Fernando Pessoa</i> (imagem J).....	61
Fig. 24 – Ilustração de <i>Vergílio Ferreira</i> (imagem K).....	65
Fig. 25 – Ilustração de <i>Vergílio Ferreira</i> (imagem L).....	66
Fig. 26 – Ilustração de <i>Milan Kundera</i> (imagem M).....	68
Fig. 27 – Ilustração de <i>Eugénio de Andrade</i> (imagem N).....	70

Fig. 28 – Ilustração de <i>Eugénio de Andrade</i> (imagem O).....	73
Fig. 29 – Ilustração de <i>Herberto Hélder</i> (imagem P).....	76
Fig. 30 – Ilustração de Sophia de Mello Breyner Andersen (imagem Q).....	79
Fig. 31 – Ilustração de Sophia de Mello Breyner Andersen (imagem R).....	82
Fig. 32 – Ilustração de Sophia de Mello Breyner Andersen (imagem S).....	85
Fig. 33 – Ilustração de Sophia de Mello Breyner Andersen (imagem T).....	86
Fig. 34 – Planos de página.....	89
Fig. 35 – Planos de página.....	89
Fig. 36 – Planos de página.....	89
Fig. 37 – Planos de página.....	90
Fig. 38 – Planos de página.....	90
Fig. 39 – Planos de página.....	90
Fig. 40 – Planos de página.....	91
Fig. 41 – Planos de página.....	91
Fig. 42 – Planos de página.....	91
Fig. 43 – Planos de página.....	92
Fig. 44 – Planos de página.....	92
Fig. 45 – Planos de página.....	92
Fig. 46 – Planos de página.....	93
Fig. 47 – Planos de página.....	93
Fig. 48 – Planos de página.....	93
Fig. 49 – Planos de página.....	94
Fig. 50 – Planos de página.....	94
Fig. 51 – Planos de página.....	94
Fig. 52 – Planos de página.....	95
Fig. 53 – Planos de página.....	95
Fig. 54 – Planos de página.....	95



Introdução

1. Introdução

O Homem desde sempre sentiu necessidade de comunicar ou não fosse um ser eminentemente social.

Cedo, de uma linguagem falada, se chegou ao registo escrito. Da sua função inicial, de puro registo de coisas, acontecimentos ou factos, gradualmente, a escrita vai-se libertando da sua função utilitária e passa a assumir uma dimensão artística. Dispersa-se pelas mais diversas formas de representação e acompanha a evolução das sociedades. Reflecte as concepções plurais do mundo: gostos, modos de pensar e viver, também de comunicar e sobretudo a capacidade de inventar. Propaga-se por um vasto espectro, a começar pelo traço gestual mais elementar até ao signo normalizado e estandardizado. A escrita tem essa capacidade de ser vista e lida. É apresentada de uma forma material e tem o papel de representar algo ausente. Pode ser estruturada e modelada, encontrada, apropriada, manipulada e apagada, sempre de conformidade com as convenções em uso. Resulta da pulsão corporal que busca identificação, pela imagem que ela própria produz. A escrita, como sistema cultural e social, joga na semiótica de produção de significados, subordinados pelas regras dos sistemas de linguagem, cuja enorme riqueza provém das suas multifacetadas características (Bacelar, 2001). Facilitar a sua apreensão é a função complementar da ilustração, colocando-se neste momento o desafio da instantânea apreensão de imagens induzidas pela escrita.

1.1. Objectivos

O presente Projecto, enquadrado pela área científica de Design de Comunicação, parte de leituras dispersas de obras literárias de alguns autores significativos. Procurou-se estabelecer uma relação, necessariamente subjectiva, entre a comunicação escrita fixada na obra literária (poema, pensamento, slogan, entre outros) e o design gráfico. Reconhecendo peculiaridades que as distanciam e as fazem diferentes. Desafia-se neste Projecto de Tese, a construção de um livro com base no design editorial.

1.2. Delimitação da área de estudo

Partindo de fragmentos de obras literárias de diferentes autores, como: Florbela Espanca (1894-1930), Alexandre O'Neill (1924-1986), José Luís Peixoto (1974), Fernando Pessoa (1888-1935), Vergílio Ferreira (1916-1996), Milan Kundera (1929), Eugénio de Andrade (1923-2005), Herberto Helder (1930), Sophia de Mello Breyner (1919-2004), de cuja leitura resultaram sensações momentâneas que foram concretizadas através da expressão tipográfica com recurso a diferentes meios de produção; no fim procurou-se uma síntese entre comunicação verbal e não-verbal ou visual (cor e forma, ilustração, desenho). Entrecruzamos a prática significativa da literatura com os instrumentos conceptuais da cultura visual, do design, da comunicação visual e do design editorial. Em função das impressões induzidas pelas obras literárias, desenhamos sequências de ilustrações, procurando com a imagem fornecer pistas de leitura.

1.3. A Questão de Investigação

Duas questões-chave suscitaram a concretização deste Projecto:

- Em que medida o design pode contribuir para estimular o gosto pela leitura?
- Em que medida a ilustração potencia e reforça a mensagem de um texto literário?

O caminho percorrido para encontrar respostas à problematização, materializou-se num objecto: o Livro. Estimular o gosto pela leitura implica saber relacionar a(s) palavra(s) com a(s) ilustração (ões). O processo de desenvolvimento da investigação resultou de um trabalho de pesquisa por múltiplas fontes, como da leitura da bibliografia indicada no final do projecto, do estudo sobre os movimentos artísticos do início do século passado (futurismo, construtivismo, dada, entre outros), de observação directa de visitas a exposições, de troca de conhecimento com professores e colegas inseridos na área do design visual, de seminários promovidos pelo IADE, ao que procurámos somar outras experiências e mundovivências.

Decisiva, foi a sensibilização que no âmbito do Projecto Erasmus pudemos adquirir, ao frequentar na École Estienne em Paris, o curso de Design Gráfico, onde participámos e

estudámos, especificamente, matérias ligada à tipografia, tanto no processo teórico (a história da tipografia e sua evolução) como no processo prático (o processo, evolução, e impressão da tipografia através de ferramentas disponíveis em aulas).

Ao fazer todas estas referências e nomear estas fontes de conhecimento concluímos que no seu conjunto, constituíram uma compilação indispensável para partir para a concretização deste Projecto.

1.4. Metodologia do Projecto

A metodologia adoptada não se insere em nenhum modelo metodológico pré-definido. Procurou-se atingir o melhor resultado com o menor esforço (Munari, 1981) ordenando com lógica, um conjunto de operações ditadas pelo conhecimento adquirido e pela experiência. Tratando-se de aspectos relacionados com a exploração visual que substancia áreas complementares e diferenciadas, como a cultura visual, comunicação e design editorial que evoluíram em diferentes épocas, adoptámos critérios essenciais:

- a) Enquadramento teórico das áreas apontadas: cultura visual, comunicação e design editorial;
- b) Aprofundamento teórico que acompanhou o desenvolvimento das ilustrações;
- c) Selecção de fragmentos de produção literária de autores, determinada pelo gosto pessoal, pela razão e pela capacidade de sentir, mas sobretudo pelo efeito da moda de autores, por exemplo Fernando Pessoa não suscitou o interesse na sua época que hoje suscita. Fernando Pessoa é hoje certamente mais popular do que o foi em vida, como dos outros escritores, que também justificaremos nas memórias descritivas;
- d) Das obras escolhidas, foram seleccionados poemas, pensamentos, simples frases ou palavras;
- e) De seguida, foram realizadas vinte imagens visuais, traduzindo a apreensão directa da palavra escrita;
- f) Resultaram vinte ilustrações, acompanhadas pelo texto, poema ou frase seleccionada acompanhada por memória descritiva;
- g) O resultado final é o livro.

Estes critérios foram faseados - cinco fases distintas – interligados e evoluíram quase em simultâneo:

1º Pesquisa inicial para enquadramento geral das temáticas a abordar em que delineámos subcapítulos com aprofundamento mais detalhado;

2º. Selecção dos autores para a escolha do elemento base (frase, poema ou pequeno texto);

3º. Realização das ilustrações e continuação do aprofundamento teórico;

4º. Elaboração das memórias descritivas das ilustrações anteriormente desenvolvidas;

5º. Construção da peça final do projecto – O Livro;

6º. Conclusões e redacções da parte escrita e projectual;

1.5. Desenho da Investigação - Cronograma

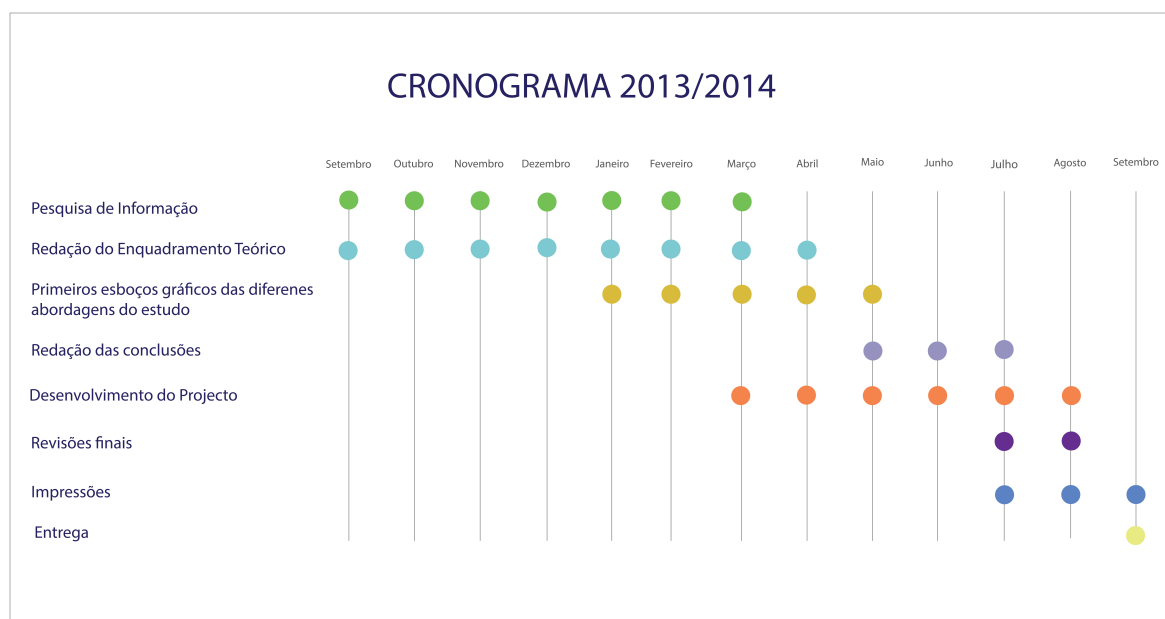


Fig. 1 – Cronograma 2013/2014

Uma vez definidos os objectivos, de acordo com a Figura - 1, começamos por estruturar o trabalho escolhendo caminhos que nos conduzissem, com sucesso, aos mesmos. Como bússola, seguimos os critérios e as fases, definimos o campo de estudo e focalizamos o trabalho a empreender; de seguida, seleccionámos alguns textos literários e en-

saiámos interligações entre escrita e design visual, trabalho que decorreu nos primeiros meses do projecto; posteriormente depois de exploradas as ilustrações, fizemos a memória descritiva das mesmas e passamos para a fase de planeamento do livro, para depois o construirmos. Já numa fase mais final, tirámos algumas conclusões complementando o conhecimento já delineado e adquirido, nos capítulos iniciais do projecto.

Assim o Projecto encontra-se organizado da seguinte forma:

Capítulo I: Introdução – Onde se explica resumidamente todo o percurso e as fases do trabalho; Definem-se os objectivos, a metodologia e as metas temporais desenhadas num cronograma;

Capítulo II: Abordam-se as componentes conceptuais, culturais e históricas que contribuíram para delimitar e aprofundar os alicerces deste Projecto, com referência às áreas de estudo que promovem o enquadramento teórico: Cultura Visual, Comunicação e Design Editorial.

Capítulo III: O Projecto – Apresentação dos textos seleccionados, ilustrações, memória-descritiva por escritor, estrutura/organização do livro – área de Design Editorial.

Capítulo IV: Conclusões



Enquadramento Teórico

2. A Cultura Visual

2.1 O que é cultura visual

A globalização acelerou o intercâmbio entre as diversas áreas do conhecimento – desde os campos científicos aos socioculturais. Intercâmbio constante, informação globalizada e multidisciplinaridade enriqueceram e desenvolveram novos sentidos, criaram novos conhecimentos, surgindo novos campos de estudo que procuram encontrar novas abordagens aos processos culturais. A Cultura Visual como novo campo do conhecimento, surge no final de século XX e interliga os conceitos de Cultura e Visão. Conceitos distintos no início acabam por funcionar em conjunto, dialecticamente.

A Cultura abrange todas as tarefas materiais e os aspectos espirituais de uma civilização. Resulta do que é produzido pela humanidade, seja no plano concreto ou no plano imaterial. Por exemplo numa civilização, a cultura comporta-se como uma associação de ideias relacionadas com o conhecimento que as pessoas têm, sobre um ou vários campos de estudo (Walker and Chaplin, 1997). É todo um complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo Homem como membro da sociedade.

Segundo os mesmos autores, os conhecimentos que temos em várias áreas de estudo podem ser definidos como Cultura, estando a Cultura relacionada com quase tudo, e directamente com a natureza.

Culture, is frequently juxtaposed against the term nature, the implication being that the two área rivals and opposites. Culture is thereby defined as what human beings have done to, or added to, nature by means of their inventiveness and labor. (The word itself derives from the cultivation of land - *agriculture*). (Walker and Chaplin, p. 7)¹

1. Cultura justapõe-se contra o termo natureza, o que implica a existência de dois rivais. A cultura é, assim, definida com o que os seres humanos têm feito ou adicionado à natureza, por meio do seu artifício e trabalho. (A própria palavra deriva do cultivo da terra - *agriculture*), (tradução do autor).

Na verdade, a espécie humana começou por conhecer a Natureza e do processo de adaptação surgiu a utilização dos primeiros instrumentos, feitos pelo Homem para sua defesa e sobrevivência.

A partir desses tempos remotos, do Paleolítico e do Neolítico, a evolução da humanidade tem ligado Cultura e Civilização, dando maior relevância aos aspectos culturais da civilização, ao seu desenvolvimento e ao seu crescimento, muito mais que dos aspectos exclusivamente ligados à Natureza. Os aspectos mais instrumentais das tecnologias vão ocupando um lugar central na evolução cultural.

Dando um salto no tempo da História, verificamos hoje, como os sinais de trânsito, as revistas, a publicidade, as marcas de roupa, as bebidas, entre outros objectos, fazem parte do nosso quotidiano e parte integrante do mundo moderno, complementando o nosso dia-a-dia, permitindo uma visão da civilização.

Para clarificar o que significa cultura visual, temos que compreender o que é a visão, recorrendo aos autores citados (John Walker, Sarah Chaplin e Bruno Munari).

O homem vê através da luz e sem luz seria incapaz de ver o que quer que fosse. É a luz, ao interagir com os objectos que nos faz ter a sensação de ver²; a visão não seria possível também sem a ajuda do cérebro, onde estão concentrados todas as áreas de comando para o desenvolvimento e crescimento das percepções e sensações do ser humano. Os cinco sentidos permitem a integração do Homem no seu eco-sistema, mas a visão é talvez o sentido humano mais importante e também o mais complexo do ponto de vista fisiológico, existindo ainda muito para descobrir.

A percepção é uma sensação, percebida pelo indivíduo através dos sentidos e conjugada com uma interpretação efectuada no cérebro. As células da retina, ao serem excitadas pelos raios luminosos, geram impulsos eléctricos que são conduzidos através do nervo óptico ao cérebro. Os impulsos eléctricos ao atingirem o córtex visual são decodificados e recombinaados para formarem a imagem. (Pinheiro, 2012, p. 62)

Os olhos captam a luz e os seus receptores (células nervosas especializadas em transformar os sinais visuais em sinais eléctricos) enviam esses sinais para serem interpretados pelo cérebro. O resto da retina e o cérebro dão um sentido a esses sinais, extractando a informação útil do ponto de vista biológico e transformando-a em informação consciente.

² Para além do sentido de visão, existem mais quatro sentidos : olfacto, audição, tacto e gosto.

A construção do mundo exterior nas nossas mentes exige a detecção da energia física do ambiente e a sua codificação em sinais neuronais, bem como a selecção, organização e interpretação das nossas sensações. O primeiro é um processo tradicionalmente apelidado de sensação e o segundo, um processo tradicionalmente chamado percepção. (Durão,2006 citada por Pinheiro, 2012, p. 77)

Procurar compreender os aspectos visuais como fonte de transmissão cultural e as relações e conexões que os sistemas culturais importam para o processo visual de identificação e entendimento do mundo e da realidade são os atributos da cultura visual.

Com origem entre as décadas de sessenta e noventa do século passado, a cultura visual representa um campo vasto muito impulsionado por movimentos artísticos como o construtivismo, o De Stijl, o Neo-Plasticismo a que não foram indiferentes as movimentações políticas do início do século XX. É a partir de agora que a cultura visual procura através do não figurativo conciliar matéria – espírito, negando a “arte pura”, introduzindo outras perspectivas inspiradas na industrialização que dava os primeiros passos.

A cultura visual assume-se como um fenómeno ao mesmo tempo endógeno e exógeno em relação ao ser humano, pelo que a sua abordagem deve compreender uma dupla perspectiva. Por um lado, no plano concreto, a sua existência material, aquilo que está para além do ser humano e, por outro lado, no plano imaterial, o óptico, o cognitivo e o emocional, íntimo ao Homem (Vilas-Boas, 2010).

Segundo Walker and Chaplin (1997, citado por Vilas-Boas, 2010, p.33), o campo da cultura visual é constituído essencialmente a partir de quatro eixos, Belas-Artes, Artesanato/Design, Artes Performativas e Artes do Espectáculo e Mass- media e Media Eletrónicos. Esta profusão de estímulos visuais, nas diferentes práticas significantes exige um exercício permanente de descodificação cujo papel está atribuído à comunicação visual.

A Comunicação Visual é assim, em certos casos, um meio insubstituível que permite a um emissor passar as informações a um receptor, sendo condições fundamentais do seu funcionamento a exactidão das informações, a objectividade dos sinais, a codificação unitária e a ausência de falsas interpretações (Munari,1968).

De acordo com Munari (1968) a comunicação visual surge por meio de mensagens visuais e do desenvolvimento de sensações. Esta revelação, decisiva para a mudança cultural, operada pela introdução de novos conceitos, a partir de outras culturas, acompanhando as transformações da consciência social e do modo de produção determinaram novos pensamentos e novas formas de comunicar.

São novas visualidades que encontramos nos movimentos da Escola Bauhaus, De Stijl e New Typography, nas seguintes figuras 2 e 3, podemos constatar a presença das geometrias básicas e a presença da cor, fazendo parte dos elementos básicos da comunicação visual, sendo eles o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala, o movimento.

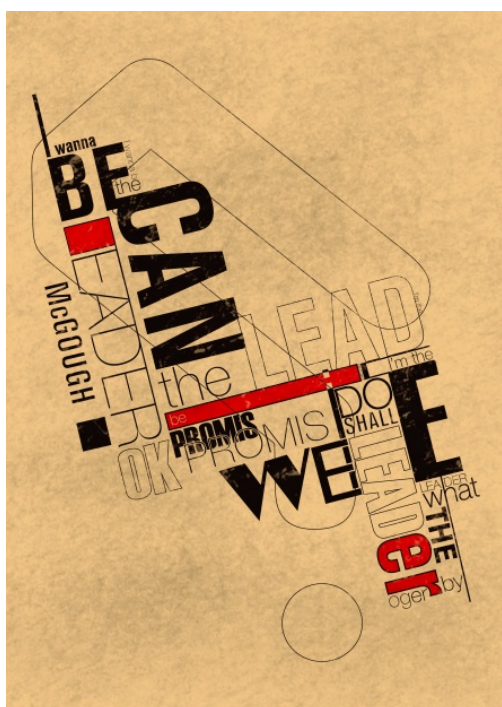


Fig.2 – Poster Exposição *Bauhaus*, Joost Schmidt, 1923.



Fig.3 – Poster Exposição *Bauhaus*, Rudolf Baschant, 1923

É com o surgimento da Escola Bauhaus, fundada por Walter Gropius, que ganham expressão novos processos de produção comunicacional. O papel da tipografia, a partir da publicação do artigo "*Die neue typographie*", de Moholy-Nagy (1923) passou a ser tratada e produzida da forma mais limpa, funcional com um tamanho milimetricamente estruturado, " por tipos dispostos verticalmente, diagonalmente e horizontalmente e por formas geométricas simples, como quadrados, círculos, triângulos que criavam ritmos e continui-

dades conduzindo o olhar de um bloco de texto ao outro” (Kent, 2011). Observamos também, essas evoluções em movimentos, como o futurismo, o dadaísmo e o construtivismo (Figuras – 4,5,6).



Fig. 4 - Slogan "Les mots en Liberté" (liberdade para as palavras), primeiro manifesto futurista de 1909.



Fig. 5 - Theo van Doesburg, cartaz «Dada matinee», 1923.



Fig. 6 – Staatliches Bauhaus Weimar 1919 – 1923, Lazlo Moholy-Nagy.

Para Mirzoeff (1998, p.7), “a visualização não substitui o discurso linguístico mas torna-o mais compreensível, mais rápido e mais eficaz.” A Cultura Visual não depende das imagens em si, mas sim da tendência de visualizar o que existe, que está cada vez mais presente. Uma das tarefas da Cultura Visual é perceber como as imagens complexas que nos rodeiam se formam, criadas em função de uma necessidade de visualizar informação. Desta forma, com a evolução da tecnologia, as imagens tornaram-se uma constante no nosso dia-a-dia, onde para o indivíduo visualizar é uma necessidade permanente.

No caso tipográfico, pode-se afirmar que os Futuristas, ignorando as limitações da tipografia e implementando a inovação tecnológica, marcaram a primeira ruptura com as tradições clássicas. Impulsionado por Filippo Tomasso Marinetti, o futurismo, ocupou-se em romper com a tradição do passado dos signos convencionais e a história de arte. Veja-se Marinetti (Figura – 4), como usa na representação do poema tipografia criativa *in* Manifesto Futurista. A presença de contrastes e provas de choques nos ângulos em que as frases eram dispostas e no modo aparentemente aleatório de distribuir elementos gráficos, letras e números e formas geométricas, representando novas expressões que, a um tempo, não são gráficas nem literárias.

É uma evidência da ruptura formal e de conteúdo em marcha, que impulsionou este Projecto de Tese, num contexto de saberes e de fontes acumuladas.

O movimento Dada (Figura - 5), também referência para o desenvolvimento prático do projecto, surge anos depois (1916), dando também um significativo contributo à poesia visual. Usa vários formatos de expressão (objectos do quotidiano, sons, fotografias, poesias, músicas, jornais, entre outros) na composição das obras de artes plásticas. Prolifera na poesia visual dos Dada, o culto do absurdo e do grotesto, dando uma nova oportunidade à tipografia, cujo uso historicamente fora negado. A preocupação visual é permanente. Formada por tipos dispostos vertical, diagonal e horizontalmente e por formas geométricas simples, conduzindo de um bloco de texto para outro, de acordo com uma certa hierarquia na transmissão da mensagem (Figura – 6, do autor Moholy – Nagy).

Nagy, por exemplo, considera a tipografia e layout uma arte e uma ciência ao mesmo tempo que se desenvolvia a partir de técnicas de impressão onde ordem, simplificação e clareza eram os ideais gráficos.

Assumindo como referência cultural as movimentações futuristas, dadas e construtivistas, hoje contextualizadas por novos recursos tecnológicos e de produção gráfica, fruto de um processo constante de inovação, a Tipografia assume uma nova actualidade, mais visível nos campos da comunicação visual de massas, no marketing e na publicidade.

2.2. Tipografia

A Tipografia tem por competência, a estruturação e organização da linguagem verbal sendo considerada uma actividade social de comunicação. Segundo Baines e Haslam (2002,p.6), o design de tipos ocupa-se da criação das unidades que devem organizar-se os caracteres, que constituem um tipo. O desenho da forma, do tipo e da tipografia estão destinados a transmitir uma mensagem, colocando a tipografia na base de uma disciplina mais ampla, a do design gráfico. A questão de como usar uma tipografia para transmitir uma mensagem adequada coloca-se em dois aspectos, a primeira questão ocupa-se do aspecto do estilo da tipografia, variando segundo a época, o lugar, o desenho e o cliente.

Assim em certas ocasiões, a tipografia joga um papel secundário ou invisível, enquanto em outras ocasiões, o seu papel é dominante, refletindo a inspiração do desenhador, chegando por vezes, a reclamar a sua condição de arte. Torna-se importante, uma

abordagem das questões relacionadas com a tipografia, tais como a tipografia funcional (a que nos permite uma boa leitura com condições de legibilidade) como a tipografia expressiva (a que nos comunica impressões, sensações e conceitos).

2.3. A Tipografia funcional

Tradicionalmente, a tipografia estava associada ao design gráfico, sobretudo à indústria da impressão. Porém, a palavra “tipografia” está a ser cada vez mais usada para designar a disposição de qualquer material escrito, sendo “a disciplina e profissão que actua como intermediário entre o conteúdo da mensagem e os leitores dessa mensagem” (Jury, 2007, p.8).

Hoje em dia com a facilidade de acesso à tecnologia digital, a tipografia associa-se cada vez mais à composição de materiais que tornam visível a estrutura do discurso e que organizam as informações verbais através da escrita. Este conceito mais alargado de tipografia acaba por se referir a todo o tipo de material escrito, impresso ou não, onde a letra, a palavra e o texto se organizam e estruturam para comunicar e transmitir informações (Pinheiro, 2012, p. 148).

Olhando para a história da tipografia, podemos ver como as tecnologias são sempre portadoras de ideias de mudança. A industrialização e a difusão das máquinas de composição *Linotype* e *Monotype*, no Reino Unido, geraram todo um movimento dinâmico, de “agitação” e progresso, nos finais do século XIX, a que não foi alheio William Morris (Kinross, 2004, p.64).

Morris, revivalista da Idade Média e pioneiro do movimento *Arts and Crafts* defendia a elevada qualidade e os valores estéticos nas produções impressas, “cada homem que fabricava um objecto fazia ao mesmo tempo uma obra de arte e um instrumento útil” (Heitlinger, 2006). Com esta visão, Morris procurou reafirmar o primado da qualidade do trabalho manual sobre a máquina industrial - era uma reacção ao sistema capitalista que despontava. Contribuindo, assim para o ressurgimento da necessidade do desenho (Blackwell, 2004, p.20), no entanto a sua resistência ao uso total das capacidades das

novas tecnologias deixava antever um futuro pouco promissor. Todavia o movimento *Arts and Crafts*, que associou criadores e pensadores, teve o mérito de associar “ofício” com o “fazer”, o que permitiu que a arte, o ofício e a concepção fossem considerados indistinguíveis uns dos outros, mais tarde, foi este o entendimento de Eric Gill (1937).

É na década de 1920, que a Bauhaus retoma os pressupostos do movimento *Arts and Crafts*, ao afirmar que, “ não há nenhuma diferença essencial entre o artista e o artífice”. (Jury, 2007)

Esta questão será posta em causa, por um lado pelo avanço das novas tecnologias, e por outro lado, pela tentativa para usar a dupla prática da arte e do design como instrumento de combate às desigualdades entre os homens. Chegou a pensar-se que a igualdade seria mais favorecida se o design estivesse alinhado com a produção.

É com o surgimento da tecnologia digital que em definitivo se dá a separação entre o “pensar” e o “fazer”.

É essa suposição que se coloca em realce, onde cada época possui as suas características históricas, económicas, sociais, religiosas, filosóficas que condicionam todos os campos da actividade humana, onde se destaca a tipografia, o desenho das letras, a forma dos livros, o arranjo das páginas, estarão igualmente condicionados por estes mesmos factores, assim como é condicionada de certa forma a expressão de conceitos e a expressão para ilustrações. O modo como a engenharia informática afectou as metodologias do trabalho, tornou alguns tipógrafos pessimistas, pois afirmam que o ofício, “o feito à mão”, foi afastado da concepção. A tecnologia digital não tem de afastar a actividade manual da tipografia, o computador é uma ferramenta adaptável e receptiva, independentemente dos desejos e valores éticos de cada indivíduo. O esforço para encontrar clareza na comunicação, leva-nos a falar da tipografia em termos de arte e ofício. Continuamos a afirmar que “*Typography is a beautiful group of letters, not a group of beautiful letters*”³ Byers (2001, in Fletcher, p. 350).

A preocupação dos designers gráficos, centra-se exclusivamente nos aspectos que tiveram incidência directa na ligação da caligrafia e da sua actividade, como o seu natural desenvolvimento na letra de forma ou impressa, existindo de facto, um paralelismo de soluções, uma transposição de técnicas e de estilos que são inquestionavelmente resultado tanto da tradição como da inovação, tendo sido marcos decisivos para a resultante civilização e cultura do mundo moderno.

³ A tipografia é um bonito grupo de letras, não um grupo de letras bonitas, (tradução do autor).

A tipografia tem um papel importante no que chama a atenção para si própria antes de ser lida, para que ela seja lida, precisa ao mesmo tempo de abdicar da mesma atenção de ser lida, duas dualidades que se complementam uma com a outra. A melhor tipografia é uma forma visual que garante a legibilidade e a facilidade de leitura que não sendo a mesma coisa se influenciam reciprocamente. O grau de legibilidade de uma fonte depende em grande medida do seu criador, ao passo que a facilidade de leitura deriva, em grande parte da competência do tipógrafo.

Uma fonte é o conjunto de todos os caracteres de um determinado tipo de letra. Inclui geralmente as letras de caixa alta, caixa baixa, números, acentuação e sinais de pontuação. Uma família, por outro lado, é um grupo com todas as variantes desse tipo de letra. Consiste no conjunto de variações tais como, redondo, itálico, fino, médio, negro, condensado e expandido. (March, 1998)

O conceito de família tipográfica designa um grupo de letras que têm um desenho comum mas possuem diversas variantes, como o exemplo da família da *Univers*, projectada pelo tipógrafo suíço Adrian Furtiger em 1957, na Figura - 7. Este tipo de letra sem-serifa, no seu conceito foi desenhada para mostrar, o pragmático e meticuloso desenho orientado para o funcionalismo e o aspecto racional da comunicação, tendo sido um sistema numérico bidimensional.

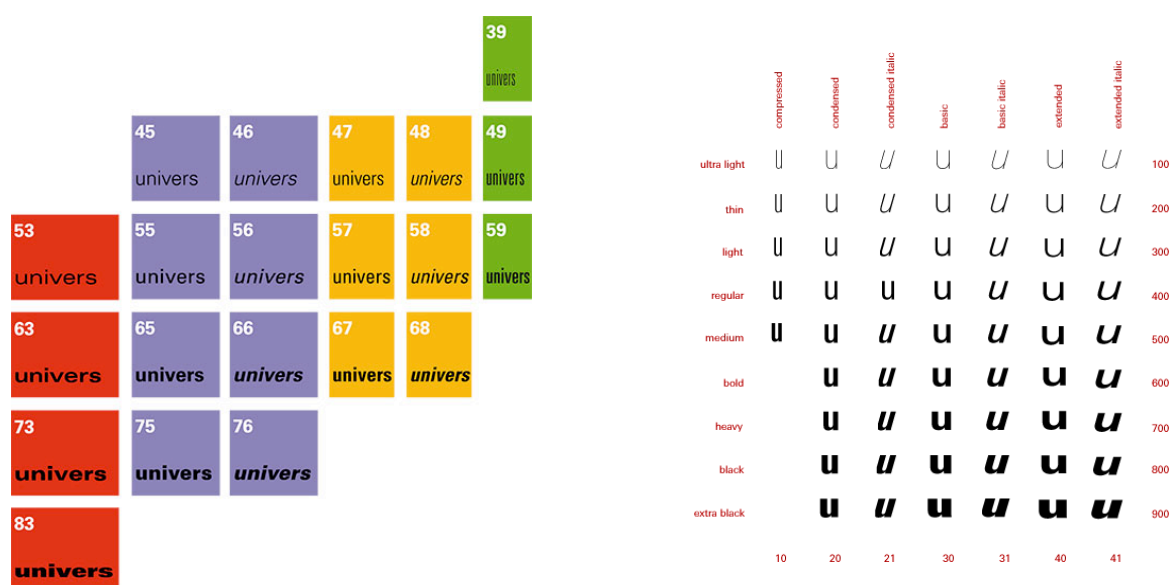


Fig. 7 – Variantes que fazem parte da família do tipo de letra Univers desenhada por Adrian Frutiger (Blackwell, 1998).

Desta forma o tipógrafo usa um desenho específico de um alfabeto completo, que contém um conjunto de letras, sinais de pontuação, símbolos, algarismos versais e versaletes⁴, ligaturas, etc., um tipo de letra que tem as mesmas características formais e inclui todas as variantes de espessura (fino, regular, negro), de inclinação (redondo e itálico), condensado ou expandido, em maior ou menor proporção.

A clareza da mensagem depende da sua legibilidade, ou seja da conjugação da estrutura dos caracteres, do tamanho do tipo e do contraste tonal, variáveis instrumentais facilitadoras da leitura. Esta questão implica múltiplas opções. Druker (2006), afirma que o tamanho das páginas e a largura das colunas, juntamente com os elementos tipográficos, estão entre as características mais evidentes de um trabalho textual; podemos referir trabalhos impressos, manuscritos, pinturas ou mesmo até formatos digitais, ao lermos um texto por aquilo que ele nos transmite, significa, muitas vezes, ignorar os elementos distintos da área do design.

A maior a maior parte das escolhas estilísticas são feitas de forma a “agradar” ao espectador aquilo que vê, tornar um texto legível ou produzir um design apelativo (Rato, 2013). A apresentação material é necessária mas quando se trata de ler um texto e nos focarmos no seu conteúdo nós lomo-lo simplesmente (Druker, 2006).

Um tipo de letra pode ter variadíssimas utilidades, podendo ser olhadas como actos interpretativos em que se tenta inovar. A maior parte dos escritores acredita que a mensagem do significado vai para além dos efeitos “à superfície”, mesmo que muitos desses leitores tenham também a tendência de considerar estas observações triviais. A manipulação dos elementos gráficos assume-se como entidade, com autonomia ontológica e uma integridade evidente, o que é enganador, fazendo com que os “leigos” prestem atenção às propriedades materiais dos elementos gráficos, que para um designer não passam despercebidos, sendo bastante difícil a apreensão para o leitor, menos informado. Jorge dos Reis afirma que,

A tipografia e a beleza dos caracteres tipográficos enquanto entidades puramente visuais e quase abstractas, tem uma natureza verdadeiramente “infecciosa”, que contagia, sem quaisquer possibilidades de resistência tanto o maior amante das artes gráficas sofisticado, mais arreiga-

⁴ Entre 1540 e 1800, os algarismos manuscritos encontram proporções próprias devido a escrita de mercados da época; (Bringhurst, 2005). *Elementos do estilo tipográfico: Harmonia e contraponto*. (2nd ed.). West Broadway, Vancouver BC Canada: Hartley & Marks Publishers Inc.

damente preso à tradição tipográfica, como o cidadão mais desprevenido e menos afecto a estas coisas, algo eruditas, da tipografia. A força da sua comunicação emocional transpõe as distâncias históricas, dispensa códigos ergonómicos de uma aprendizagem tipométrica, atravessa barreiras de gosto, de geração, seduz à primeira vista. (Jorge dos Reis, 2007)

Segundo este autor, existe um conjunto de factores que complementam no processo de descodificação e apropriação do espaço onde está o texto, durante o processo de leitura, estabelecendo um conjunto de quatro elementos que interagem mutuamente de maneira fundamental: os caracteres tipográficos, o espaço branco, a literacia e a textura.

A primeira condição é a compreensão das diferenças entre tipos de letras e a diferença da sua aparência, quando aplicadas em diferentes suportes; uma outra condição é o sentido de consciência, já que a tipografia não é um processo nem automático nem mecânico, tendo em conta que é importante e fundamental a perspectiva pessoal da forma e conteúdo. Este é uma das causas pelas quais a pesquisa visual pode ser extremamente útil como na amplificação das nossas atitudes e perspectivas, como na construção de uma base de dados, que através do tratamento gráfico de um tipo de letra podemos alterar o seu carácter, sendo que precisamos de considerar a "personalidade" de uma tipografia quando vimos se adequa ao trabalho que temos em mãos.

Um outro ponto importante, é a compreensão dos efeitos que podem ser conseguidos pelo tamanho do tipo de letra que escolhermos, embora as mudanças de tamanho possam, por outro lado, ser puramente funcionais - como é o caso das legendas; também é importante que haja adequabilidade, uma vez que, por exemplo no caso de um livro, o intuito é de ser lido e a legibilidade é um parâmetro essencial a considerar.

É notório, ter em consideração a escolha do formato, isto é, a forma e tamanho do suporte onde será empregue a tipografia, pois conta para amplificar ou dissimular uma mensagem que se pretende transmitir ao espectador.

A tipografia foi pensada como uma relação de superfícies e não de contornos, apesar do designer entender o caractere como uma forma unificada, o designer de tipos, tem a preocupação de projectar o desenho da letra em duas partes, a parte interna e a parte externa, resultando na forma composta.

A boa tipografia deve reunir forma, equilíbrio e cor tendo em conta o bom ou mau uso que a vai diferenciar.

Jan Tschichold, um dos três tipógrafos mais influentes do século XX via na escrita do funcionalismo, no uso exclusivo de tipos de letra despidos de quaisquer decorações e no dinamismo da paginação assimétrica o possível carácter funcional da tipografia otimizando a comunicação de forma breve e pragmática. Assim, os praticantes da *Die neue typographie* (a nova tipografia) organizavam os meios elementares da tipografia, letras, números, signos, a fotografia, conferindo a esta organização interna a sua base fundamental como resposta ao mundo cada vez mais visual.

Jan Tschichold no seu artigo publicado no jornal profissional "Typographische Mitteilungen", um autêntico manifesto, destacava o notável trabalho de um artista russo, El Lissitzky⁵ e estabeleceu alguns princípios básicos. A tipografia é moldada por necessidades funcionais, o objectivo do planeamento tipográfico é a comunicação que deve apresentar-se na mais simples, curta e penetrante forma e para a Tipografia servir fins sociais, os seus ingredientes necessitam de uma organização, de conteúdo, tanto quanto uma organização do material tipográfico propriamente dita.

2.4 A Tipografia expressiva

La tipografía es uno de los elementos con mayor influencia sobre el carácter y la calidad emocional de un diseño. Puede producir un efecto neutral o levantar pasiones, puede simbolizar movimientos artísticos, políticos o filosóficos, o puede expresar la personalidad de un individuo o de una organización. (Gavin Ambrose y Paul Harris, 2012)⁶

A letra em si mesma, pela sua forma, contraste e tamanho, pode exprimir ideias ou reforçar o significado das palavras.

A expressividade das letras reside também nos elementos fundamentais que as compõem, nas suas formas, nos segmentos e traços terminais, no peso, etc.

⁵ El Lissitzky (Lazar Markovich Lissitzky) (1890-1941). Acedido, Maio, 10,2014, em <http://www.designishistory.com/1920/el-lissitzky>

⁶ A tipografia é um dos elementos com maior influência sobre o carácter e a qualidade emocional de um design. Pode produzir um efeito natural e provocar paixões, pode simbolizar movimentos artísticos, políticos e filosóficos, e pode expressar a personalidade de um indivíduo ou de uma organização (tradução do autor).

Quando o conteúdo de uma palavra ou frase assim o permite, o tipo de letra pode reforçar a interpretação, o que aumenta a expressividade dos conteúdos que queremos comunicar.

A tipografia manuscrita, caligrafia e rabiscos, tem também um papel fundamental na tipografia expressiva, sendo esta capaz de transmitir emoções – por exemplo, ao usar um tipo de letra manuscrito, esta pode ter conotação indesejada de natureza forte ou mecânica, como também é possível referir o uso de tipografias em composições de duas formas diferentes, tanto na construção como na desconstrução. Por construção entende-se por acrescentar qualquer coisa à forma da letra ou a grupo de letras, como por exemplo o uso de cor ou cores, que desenvolveremos nos capítulos referentes à comunicação e projectual. A desconstrução consiste em desestruturar, em “quebrar” ou melhor dizendo, em destruir as letras e as palavras.

Podemos exprimir o significado de uma palavra através do espaçamento, do corpo da letra, da colocação na página, como representado nas figuras 8,9,10.

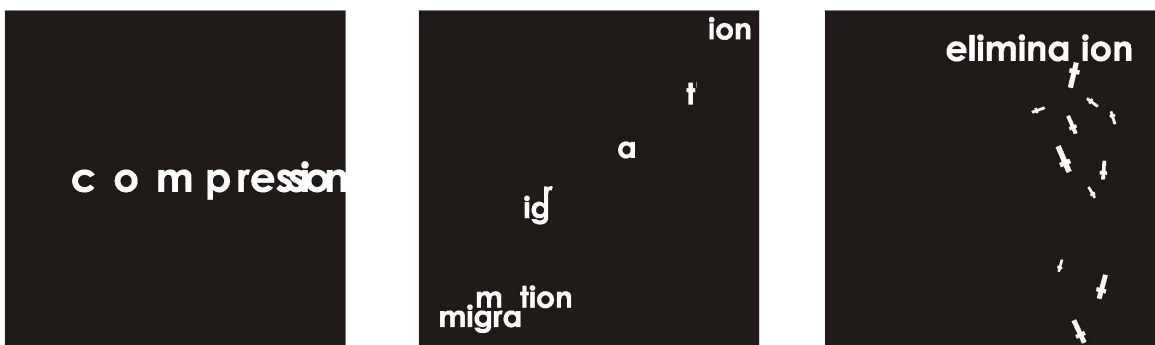


Fig. 8,9,10 – Exemplos de estudos do Maryland Institute College of Art em, Ellen Lupton – *Thinking with type*.

Na década de 1960, segundo Steven Heller (1999)⁷ o ideal utópico que induziu os missionários do modernismo a estabelecerem regras, limitaram a composição e restringiram a utilização da tipografia. Nesta década iniciou-se uma reação mais efetiva contra a rigidez do Estilo Internacional⁸, que induziu os designers a ampliar as fronteiras da tipografia, facilitada pela introdução de novas tecnologias.

O *Push Pin Studios* já tinha começado, desde a década passada, a recriar as letras e os tipos do texto vitoriano, *Art Nouveau* e *Art Déco*, tendo sido mais facilitado pela tecnologia da fotocomposição, reagindo desta maneira à abordagem do Estilo Internacional. A tipografia psicadélica da década de 60, baseada nestes estilos do século XIX, fez com que a linguagem iniciasse um processo de revisão. A grande quantidade de fontes disponíveis em fotocomposição iniciou o processo de exploração tipográfica; é nesta mesma atmosfera americana que surge *Herbert Lubalin* e *Lou Dorfsman*, que compartilharam os estudos da *Cooper Union*, fazendo parte da mesma geração juntamente com Saul Bass. Como refere Frutiger (1998) os designers usaram a fotocomposição artesanal conferindo um outro valor à informação.

Heller (1998) destaca, a representação gráfica deste momento tendo sido transitória, mas serviu de ponte entre dois grupos, propiciando a criação de uma linguagem de design que se tornou a essência da expressão daquela época, e como também, uma atmosfera para a nova face da tipografia das décadas posteriores.

Herbert Lubalin empenhou-se em organizar o espaço de composição da página através da letra tipográfica ou caligráfica, abandonando os padrões modernistas, o estilo tipográfico próprio, que desenvolveu com serifas bem marcadas.

Estabeleceu novas formas de ligaduras, colocando o movimento caligráfico como parte de seu grafismo. Destacou-se também no design editorial.



Fig. 11 – Trabalho de publicidade na empresa de Sudley & Hennessey, onde Lubalin trabalhou de 1945 a 1964.

⁷ Steven Heller – especializado em design gráfico, foi editor de arte da *The New York Times Book Review* e professor na *School of Visual Arts*, em Nova York. <http://www.aiga.org/medalist-stevenheller/>

⁸ Estilo Internacional – nasceu em 1932 na primeira exposição de arquitetura moderna no MOMA em Nova York com a publicação do livro dos arquitectos Henry-Russell Hitchcock e Philip Johnson, praticado na primeira metade do século XX, o funcionalismo teve como destaque o movimento.

Qualquer mensagem era por ele realçada através de tipos de letra, a sua técnica impressionou de imediato os professores da escola Escola de *Arte Cooper Union*, que acreditavam não lhe ser difícil ultrapassar o desafio retirando os maiores louvores. Quando Lubalin, entra no mundo da publicidade, não fazia ideia da revolução que se processava na comunicação de massas e do novo papel do designer, onde em vez de usar o tipo da maneira convencional, concebeu uma campanha onde manipulava a forma das letras, condensando e expandindo essas formas, substituindo objectos por letras e transformando-as até em ilustrações.

O papel de destaque que veio a exercer como fundador na ITC (*Internacional Typeface Corporation*) e no jornal U&L (*Upper and Lower case*) servindo de publicidade para a empresa de fotocomposição *American Typeface Corporation*, ampliou as possibilidades da acção de projecto na fotocomposição e na fotoletra, introduzindo a técnica, no campo da exploração do experimental da tipografia, desenhando o Davida, o Lincoln Gothic e o inesquecível Lubalin Graph, das expressões mais significativas dos anos 70; A “*Fact*” e a “*Avant Garde*” foram outros exemplos de editorial.



Fig. 12 – Logótipo Mother and child, criado em 1965, por Herb Lubalin e Tom Carnase para uma revista que nunca chegou a ser publicada.

São conhecidos também os seus logótipos, com destaque para aquele que realizou em 1966 para a revista “Mother & Child” (Figura - 12), no qual a criança está representada pelo e-comercial colocado no interior de O de Mother, criando uma imagem de protecção maternal num jogo visual de perfeita harmonia entre as duas formas. Lubalin, desenha o logótipo para a revista “Families” (Figura - 13), onde os pontos dos *ii* juntamente com o corpo da letra *I*, completam os três elementos de uma família (pai, mãe e filho).



Families
A READER'S DIGEST
PUBLICATION



MARRIAGE

Fig. 13 – Logótipo Families criado a 1980 e o Logótipo Marriage criado a 1965, por Herb Lubalin.

Os seus projectos muito raramente eram estudados com a gama completa da cor, quase tudo era a preto e branco e só depois escolhia as cores, processo que decorria de ser daltónico o que o tornava particularmente exigente com o sentido da cor. É ao estudar a sua obra, que se destacam dois pormenores importantes no uso da cor onde existia uma clara predominância das cores primárias a uma mudança radical da combinação de todas as cores, conseguindo simular extraordinariamente bem, a presença das cores primárias.

A linguagem, oral e escrita, capturada de uma forma visual e apoiada pela linguagem ou arte visual da tipografia permite a apreensão do significado intelectual e emocional da mensagem. Esta é uma proeza dos humanos, que o tipógrafo procura sempre, com o equilíbrio indispensável à clareza da comunicação.

3. A Comunicação

Para existir comunicação é necessário que o receptor perceba a mensagem tal como o emissor; a situação ideal será a comunicação completa e absoluta, a compreensão a 100%. Como comunicação é partilha, para haver comunicação tem que existir uma partilha de significação, em maior ou menor grau. Se não existe partilha alguma, não há significação logo não há comunicação e vice-versa.

A semiótica deve ter um sentido de vanguarda criando diferentes formas de comunicação. Na antiguidade clássica todas as áreas de saber faziam parte de um único grupo.

Para Charles Sanders Peirce (1839-1914), o objectivo da semiótica é unir a ciência. Para se atribuir o significado correcto temos de estar dentro do contexto, devemos estar contextualizados e ter em conta se o receptor vai descodificar o signo (verbal ou não-verbal).

A unidade básica de comunicação – signo, estudada por Saussure (1857-1913) é composta pelo significado e pelo significante, entendido que o signo é uma entidade binária, o significado tomado pela descodificação do signo, constituído pelo seu significante, aquilo que se pode trocar pelo significante, já o significante, é tomado pelo elemento material que permite receber o signo, é o caso, de quando escrevemos a palavra caneta no quadro – significante é o quadro onde encontramos os caracteres, onde encontramos o signo linguístico sobre forma escrita de caneta (suporte visual), já o significado é o objecto que serve para escrever. Dependendo do contexto, o mesmo signo pode ter significados diferentes, em semiótica não nos podemos precipitar, para ser atribuído um significado a um signo temos de ter em conta o seu contexto, mesmo em frases mais simples não nos devemos precipitar como por exemplo: “o que é uma caneta?”.

Peirce acrescenta um terceiro elemento – “triângulo referente” – signo como unidade ternária, onde tudo aquilo a que se refere o signo, tanto pode ser um objecto concreto como algo que dificilmente se concretiza, por exemplo a minha caneta, o objecto, aquilo a que se refere o nome caneta, o significante serão os sons articulados que propagam no espaço e a capacidade do outro os receberem, já o significado, será o objecto que serve para escrever.

De uma forma geral o processo da comunicação define-se deste modo. Também os diversos tipos comunicacionais como a comunicação visual, oral e a não-verbal (através da cor) devidamente contextualizados inscrevem-se estruturalmente no “triângulo referente”.

3.1 Os elementos da Comunicação Visual

Para que haja comunicação e para que esta se estabeleça tem de haver sempre um emissor - o meio de comunicação que é veículo de mensagem e um ou vários receptores; a comunicação visual transmite essa mesma mensagem, mas através de uma imagem. Comunicar é o meio fundamental da ligação entre as pessoas, para uma pessoa conseguir saber o que se passa no mundo e para que os seus conhecimentos sejam enaltecidos

podemos ler jornais, ver televisão, ir ao cinema ou ligar à Internet, como também recorrer a outras práticas significantes.

À nossa volta existe uma infinidade de imagens que comunicam, tudo o que nos envolve e estabelece connosco um diálogo, transmitindo-nos uma informação, tendo em conta que é fundamental estarmos disponíveis para receber e entender essa mensagem. Sabe-se que o Homem comunicou de uma forma verbal e não-verbal através da fala, da escrita, da expressão corporal, dos sons, dos sinais visuais.

A linguagem como um dos códigos da comunicação verbal mais eficaz, não tem um carácter universal, pois cada povo tem a sua própria língua. No entanto, em determinadas representações gráficas interpretadas e compreendidas de igual forma pelos diferentes povos, toma-se como exemplo os sinais de trânsito – exemplo de comunicação não-verbal e de comunicação visual. Já na Pré-História a comunicação visual esteve muito presente na pintura rupestre e nas estatuetas trabalhadas em osso, argila ou pedra, representando animais que o homem caçava. Para ter sucesso na caçada muitas vezes desenhavam-se ou esculpam-se animais.

Hoje a Comunicação Visual abrange práticas significantes tão diferentes como a pintura, o desenho, a fotografia, o cinema, a televisão, a internet, mas cada qual com as suas regras próprias, podendo-se concluir ser a imagem “lato senso” veículo universal de comunicação.

Com a Comunicação Visual transmitimos ou comunicamos o nosso pensamento através de uma linguagem gráfica a que se dá o nome de signos visuais, que são os instrumentos de que a linguagem visual se serve para transmitir a sua mensagem. Tudo isto é aplicado nos diferentes meios de Comunicação Visual, como por exemplo o Cartaz, que depois de impresso passou a ser apenas para anunciar produtos comerciais e industriais, passando a ser utilizado como meio de divulgação cultural ou de mensagens sociais ou políticas. Desta forma, podemos dizer que a linguagem é simplesmente um recurso de comunicação própria do Homem, que evoluiu desde a sua forma auditiva, pura e primitiva, até a capacidade de ler e escrever.

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funcional até os mais elevados domínios da expressão artística.

Na criação de mensagens visuais, o significado não se encontra apenas nos efeitos cumulativos da disposição dos elementos básicos, mas também no mecanismo perceptivo universalmente partilhado pelo organismo humano, de uma forma mais simples, cria-

se um design a partir de inúmeras cores e formas, texturas, tons e proporções relativas, oferecendo ao designer uma grande variedade de meios para a expressão visual do conteúdo. Ver é o outro passo que se distingue da comunicação visual, por ser um processo que absorve informação no interior do sistema nervoso através da visão (olho) e é compartilhado por todas as pessoas, em maior ou menor grau.

Os dois passos distintos, ver e criar, são interdependentes, tanto para o significado em sentido geral quanto para a mensagem, no caso de se tratar a uma comunicação específica, existindo ainda um outro campo de significado visual – a funcionalidade, para o caso dos objetos que são criados e manufacturados para um fim. A luz é fundamental para a percepção visual, o homem distingue e imagina aquilo que reconhece e identifica no meio ambiente todos os outros elementos visuais – linha, cor, forma, direcção, textura, escala, dimensão, movimento.

A informação visual também pode ter uma forma definível, seja através de significados incorporados, em forma de símbolos ou de experiências compartilhadas no ambiente e na vida.

Até ao século XV a comunicação escrita, era feita através de cartas, folhetos e livros, sendo uma prática social estabelecida.

As tecnologias que viabilizaram a comunicação escrita foram, originalmente intangíveis, mais tarde tangíveis, o pergaminho, as tintas e os pincéis. Tudo era feito à mão e nada era mecanizado ou automatizado.

Em 1450 Gutenberg cria a prensa de tipos móveis - surge uma nova tecnologia, um novo meio que torna possível imprimir milhares de cópias idênticas de panfletos e livros, tendo contribuído e transformado os meios sociais, económicos, políticos e naturalmente, os meios culturais, há excepção da educação que com estes métodos teve a mudança mais significativa (Chaves, 2005). A comunicação passou a ser entendida como a transmissão de estímulos e respostas provocadas, através de um sistema compartilhado, contribuindo para a transmissão e troca de mensagens entre seres humanos. Roman Jakobson (2005), estruturalista russo, publicou a "Teoria da Comunicação" em que analisa a estrutura da linguagem, defende que para se estabelecer comunicação, tem de ocorrer um conjunto de elementos constituídos por um emissor – que produz e emite uma determinada mensagem dirigida a um receptor, mas para que a comunicação se processe efectivamente entre estes dois elementos, deve a mensagem ser realmente recebida e decodificada pelo receptor, por isso é necessário que ambos estejam dentro do mesmo contexto, devem utilizar um mesmo código e estabelecerem um contacto através de um ca-

nal de comunicação. No entanto, se qualquer um destes elementos ou factores falhar, ocorre uma situação de ruído na comunicação, entendido como todo o fenómeno que perturba de alguma forma a transmissão da mensagem e a sua perfeita descodificação por parte do receptor.

Codificar, descodificar, *feedback* são elementos que pertencem à comunicação. O primeiro, codificar - elabora um sistema de signos na intenção da comunicação; o segundo, descodificar - decifra a mensagem de cada pessoa; o terceiro, *feedback* - corresponde à informação que o emissor consegue obter e pela qual sabe se a sua mensagem foi captada pelo receptor.

3.2 A Comunicação não-verbal

A comunicação pode ser realizada de forma verbal ou não-verbal. A comunicação verbal exterioriza o ser social e a não-verbal o ser psicológico, por definição é dada uma maior importância à comunicação verbal expressa pela linguagem falada ou escrita.

A linguagem não-verbal difere da linguagem verbal, através dos movimentos faciais e corporais, os gestos, os olhares, a entoação, são também dos pontos principais; no entanto, os significados de certos gestos e comportamentos variam muito de uma cultura para outra e de época para época, o que poderá provocar comportamentos voluntários, como é o caso da comunicação verbal, e involuntários como o caso da comunicação não-verbal, que têm funções específicas de regular e encadear as interacções sociais e de expressar emoções e atitudes interpessoais, como o caso da *expressão facial*, onde por vezes transmitem espontaneamente os sentimentos, mas muitas pessoas tentam inibir a expressão emocional; o *movimento dos olhos* - desempenha um papel importante na comunicação, como é o caso de um olhar fixo que pode ser entendido como prova de interesse, mas noutro contexto pode significar ameaça, provocação; os *movimentos com a cabeça* – tendem a reforçar e sincronizar a emissão de mensagens; a *postura e movimentos do corpo*, os movimentos corporais podem fornecer pistas mais seguras do que a expressão facial para se detectar determinados estados emocionais, como é o caso, num meio profissional os inferiores hierárquicos adoptam posturas atenciosas e mais rígidas do que os seus superiores, que tendem a mostrar-se descontraídos; os *comportamentos não-verbais da voz* – no caso da entoação, revelam-se importantes no processo de comunicação. Uma voz calma geralmente transmite mensagens mais claras do que uma voz agita-

da; a *aparência* – de uma pessoa reflecte normalmente o tipo de imagem que ela gostaria de passar, através do vestuário, penteado, maquilhagem, os acessórios pessoais, o comportamento com que se apresenta, a forma como fala, criando uma projecção de como são e de como gostariam de ser tratadas. As relações interpessoais serão menos tensas se a pessoa fornecer aos outros a sua projecção particular e se os outros respeitarem essa projecção.

Desta forma, a interacção pessoal, tanto os elementos verbais como os não-verbais são importantes para que o processo da comunicação seja eficiente.

3.3. A Comunicação com Cor

A cor é uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro. (Guimarães,2000)

A cor é uma das ferramentas mais importantes e versáteis a ser utilizada pelos designers. Quando escolhemos uma cor para elaborarmos um trabalho, é preciso ter em conta que estamos a lidar com um elemento de estímulo imediato, uma vez que combinações e variações cromáticas podem ser usadas para alterar a percepção do conteúdo visual, expressando diversas reacções/emoções tanto no âmbito positivo ou negativo, dependendo do fim para que será utilizado. É também uma forma de comunicação não-verbal. Para isso, é extremamente importante estar atento à psicologia e simbologia das cores, aos seus significados, como também é importante considerar as propriedades da cor nas suas características associativas, como nas associações sinestésicas e emocionais, ou mesmo nas suas relações com a legibilidade.

As cores influenciam psicologicamente os seres humanos de várias maneiras, e são mais ligadas à emoção do que propriamente à forma (Gamito,2005, p.97).

A cor não depende unicamente do mundo exterior, nem é apenas a resposta a um estímulo que se percebe. Faz parte da nossa psique, do consciente, subconsciente, ou inconsciente, e é também uma experiência que integra o comportamento humano. Estando no cérebro, a cor é também uma emoção, uma impressão ou sensação que activa simultaneamente o pensamento e o sistema cognitivo. (Gamito,2005,p.97)

A cor é uma percepção sensorial que não é absolutamente idêntica para todos os indivíduos; o significado das cores também pode variar através dos tempos, consoante as diferentes culturas ou a sua utilização, pois uma cor pode ter um sentido numa determinada aplicação e outro sentido completamente diferente, noutra aplicação. Existem ainda associações aos significados das cores com a sua representação na natureza, ou com a temperatura, mesmo sem coincidir com a temperatura física.

Nos dias de hoje, os significados atribuídos às cores sofrem influências que vêm de um passado remoto. Segundo Pastoureau (1997), existem três fases de mudanças essenciais, marcadas preponderantemente pelas cores do vestuário. A primeira situa-se na Idade Média, quando as três cores simbólicas da Antiguidade (branco, preto e vermelho) são substituídas por uma combinação de seis cores preponderantes: branco, preto, vermelho, azul, verde e amarelo, em contrapartida a partir do século XVIII, com a revolução industrial, tornou-se acessível reproduzir qualquer cor, fazendo com que acabasse o domínio de umas cores em relação a outras, embora não terminassem as preferências generalizadas, nem as associações simbólicas das cores.

O significado da cor só é totalmente adquirido quando ela é utilizada num determinado contexto. É esse contexto que lhe confere o significado. No entanto podemos de uma forma generalizada atribuir alguns significados e conotações que são mais ou menos consensuais e generalizados.

De seguida são apresentadas de uma forma resumida as conotações positivas e negativas, respectivamente para as cores – branco, preto, cinzento, vermelho, amarelo, verde, azul, púrpura e violeta (Gamito, 2005).

Branco – conotação positiva: é a cor de pureza, castidade, virgindade e inocência e também do divino, quando associado à religião ou ao sagrado. É ainda a cor da simplicidade, modéstia, paz, sabedoria, velhice e da aristocracia ou dos partidos monárquicos; conotação negativa: está ligada à morte, ao medo e rendição, cobardia, branqueamento, e também à ausência da cor.

Preto – conotação positiva: representa autoridade, modernidade e sofisticação; conotação negativa: é a cor da morte, ligada aos rituais funerários e também ao diabo, transmite solidão, tristeza e melancolia; é ainda a cor do pecado, desonestidade e desaprovação. O preto e o branco usados em conjunto, em composições podem significar autoridade e verdade.

Cinzeno – conotação positiva: é uma cor calma que indica inteligência (massa cinzenta do cérebro), tecnologia e trabalho; conotação negativa: transmite confusão, tédio e passividade

Vermelho - conotação positiva: fogo, saúde, beleza, amor, erotismo, alegria e infância, dinamismo e criatividade, luxo e importância, festividade, coisas memoráveis e compaixão; conotação negativa: inferno, guerra, revolução e anarquia, crime, pecado, perigo e fogo. O preto e o vermelho, em composições podem significar autoridade.

Amarelo - conotação positiva: simboliza luz e calor, alegria, energia, vivacidade e actividade, e também prosperidade e riqueza, porque está associado à cor do ouro e dos cereais; conotação negativa: é a cor da doença e da loucura, do declínio, mentira e traição.

Verde – conotação positiva: esperança e fortuna, sorte, permissão e liberdade, está ligado à natureza, à ecologia, e ao meio ambiente, ao crescimento e à renovação, e pode indicar juventude, frescura e saúde; conotação negativa: azar, veneno e acidez, náusea, azedume, inveja, inexperiência e ingenuidade, ou imaturidade e timidez, e também deterioração, doença e morte. É também a cor do que é estranho e inquietante e quando associado ao amarelo é a cor da loucura.

Azul – Em muitas culturas o azul, é a espiritualidade e da sabedoria; conotação positiva: fidelidade e fé, sonho e evasão, realeza e aristocracia, conservadorismo, sobriedade e conforto, noite, mar ou água, frio, segurança e alta tecnologia; conotação negativa: introversão, tristeza e melancolia, censura, ameaça, depressão e frio

Púrpura e Violeta - conotação positiva: bravura, aristocracia, espiritualidade e mistério; conotação negativa: presunção, pompa, raiva, luto e morte.

Perante a descrição da cor enquanto elemento pertencente à comunicação, de intrínsecos e múltiplos significados, remete-nos para a intencionalidade do seu uso de acordo com o contexto. Acreditamos que o comportamento da cor como informação torna mais evidente a transmissão de uma imagem. A cor funciona como complemento de re-

forço, mais real que confere ao texto outra abertura, torna-o mais apetecível e transparente, mais facilmente apreensível.

Synesthesia (de origem grega *syn*, que significa "juntos", e *aisthesis*, ou "percepção") é uma condição na qual pessoas normais experimentam uma mistura de dois ou mais sentidos. Durante décadas o fenómeno foi frequentemente classificado como falso ou como sendo simplesmente uma memória, mas foi demonstrado recentemente que é real. Pensa-se que ocorre por causa de uma activação cruzada, em que duas áreas do cérebro normalmente separadas desencadeiam actividade uma na outra.

À medida que a ciência explora os mecanismos envolvidos na sinestesia, também está a aprender sobre como o cérebro processa a informação sensorial e como a utiliza para fazer conexões abstractas entre *inputs* aparentemente não relacionados.

A expressão *percepção unida* significa que a partir de um estímulo, como um cheiro, som, número, ou uma letra, há quem veja cores, ou o contrário- a visão de uma cor pode despoletar outro sentido como um cheiro, um sabor, ou uma sensação.

No cérebro de um sinestésico as cores têm outras propriedades, são percepções fisiológicas com respostas químicas cerebrais, sendo realmente percebidas de uma maneira particular em cada caso. Uma em cada duas mil pessoas sentem sinestesia. Elas podem saborear formas, ou ver números em cores. As propriedades sinestésicas da cor são muitas vezes utilizadas para através de associações para compensar ou despoletar certos estímulos e provocar outras sensações.

Procurar reforçar a mensagem dos textos, com os elementos cromáticos que seleccionámos enriquecendo a mensagem intrínseca, é o desafio crucial do presente Projecto de Tese.

4. O Design editorial

O presente Projecto enquadra-se na área científica de Design de Comunicação, a que pertence o Design Editorial. Como particularidade do design gráfico, o projecto visual de uma edição, compreende o processo de planeamento envolvendo textos e imagens de cuja composição resultará uma publicação – livros, jornais, revistas, catálogos e inúmeras outras plataformas de comunicação visual.

(...) a área de conhecimento e a prática profissional específica que tratam da organização formal de elementos visuais – tanto textuais quanto não textuais que compõem peças gráficas feitas para a reprodução, que são reproduzíveis e que têm um objectivo expressamente comunicacional. (Villas-Boas, 1999)

O design editorial relaciona-se com ilustradores, fotógrafos, infografistas, jornalistas e redatores, além de manter contacto com gráficas. Questões como legibilidade, leituraabilidade, harmonia e equilíbrio permeiam todo o projecto na área de design gráfico, não sendo excepção em design editorial, sendo o designer responsável por toda a edição, onde o principal objectivo é comunicar, informar e instruir.

4.1. O livro

É de considerar, que o designer ao construir um livro tem de ter em conta um vasto número de situações e ao mesmo tempo de restrições, pois, o projecto gráfico só culminará num livro perfeito se todo o processo for pensado e considerado no seu todo. Num projecto de construção de um livro, o designer ao definir a diagramação, deve valorizar o texto, escolhendo a tipografia mais adequada, utilizando recursos e técnicas que são fundamentais para uma edição, a escolha da grelha, a hierarquia da informação, como também das cores e de composições adequadas à edição que se pretende desenvolver. A substancia deste livro, resulta da intenção de demonstrar como o design gráfico contribui com um mínimo esforço – “um golpe de vista” – para a apreensão de uma mensagem escrita muitas vezes de compreensão mais demorada, tantas vezes incompreensível.

O conteúdo das múltiplas mensagens tratadas graficamente foi inspirado em textos, poemas, frases de escritores que fomos retendo na memória e que nos causaram, no momento da leitura, sensações cuja síntese se traduziu em imagem, cor, luz, movimento.

Os escritores escolhidos Florbela Espanca (1894-1930), Alexandre O'Neill (1924-1986), José Luís Peixoto (1974), Fernando Pessoa (1888-1935), Vergílio Ferreira (1916-1996), Milan Kundera (1929), Eugénio de Andrade (1923-2005), Herberto Helder (1930), Sophia de Mello Breyner (1919-2004) têm de comum o prazer da escrita em que o texto produzido é usado para referir algo que pode ser lido para fazer sentido. O texto apresen-

ta-se, sob o ponto de vista semiótico como uma sequência significativa, um sistema de signos, constituído em forma de palavras – orais e escritas -, imagens, sons, gestos, constituído e interpretado sempre com referências às convenções de género e como meio particular de comunicação. O texto é produto de representação e figuração, numa relação biunívoca do emissor/escritor com o seu receptor ou destinatário/leitor marcada por propriedades semióticas de enunciação e do enunciado.

Na escolha dos escritores prevaleceu apenas o critério do gosto pessoal, onde a razão e a capacidade de sensibilização por vezes se confundem. A subjectividade destas escolhas desafia a imaginação que procura soluções figurativas igualmente subjectivas, porque estas e não outras. Sem perder de vista o objectivo, a preocupação é demonstrar o enorme potencial comunicacional do design editorial.

Florbela Espanca (1894-1930), antes de mais uma poetisa que impressiona pela forma como aborda o tema do amor usando como ingredientes a solidão, a tristeza, a saudade, a sedução, o desejo e a morte. Assume a temática amorosa com um Eu muito presente utilizando largamente vocábulos que reflectem a sua paixão: alma, amor, saudade, beijos, versos, poeta e vários outros, sempre destes derivados. Foi esta constante que nos impressionou.

Alexandre O'Neill (1924-1986), poeta surrealista foi publicitário de profissão. O seu ganha pão de sempre foi o de redactor publicitário. É da sua autoria a frase publicitária "Há mar e mar, há ir e voltar". A relação que soube estabelecer entre a poesia, a literatura e a publicidade com carácter lúdico no seu jogo de palavras contribuiu para eleger a sua obra para este livro.

José Luís Peixoto (1974) escreve porque entende ser a escrita algo que acrescenta a quem lê e obrigatoriamente deve saber transmitir a vitalidade da língua. Desafio que pode ser potenciado pela ilustração.

Fernando Pessoa (1888-1935) é o fascínio pela estética da invenção heteronímica que atravessa a sua obra que revela a famosa misteriosidade do Poeta. "Com uma falta de gente coexistível, como há hoje, que pode um homem de sensibilidade fazer senão inventar os seus amigos, ou quando menos, os seus companheiros de espírito", do Livro do Desassossego. Os heterónimos são personagens poéticas completas através das quais Pessoa reflectiu profundamente sobre a verdade, a existência, a identidade.

Vergílio Ferreira (1916-1996) escritor e pensador autor do "crer para ver". Autor de "Mudança", obra que marcou a transição entre o neorrealismo e o existencialismo, debateu-se com o dilema sonho versus razão/acção, procurando um sentido para a condição

humana, questão sensível, complexa mas inspiradora.

Milan Kundera (1929) é um escritor checoslovaco com um percurso de vida muito marcado pelo pós-guerra tendo-se envolvido com Václav Havel na Primavera de Praga em 1968 esmagada pelas forças do Pacto de Varsóvia nesse mesmo ano. Refugia-se em Paris onde se afirma como romancista, sempre muito crítico dos soviéticos. “A insustentável leveza do Ser”, o livro mais conhecido, refere a fragilidade da natureza do destino, do amor e da liberdade humana. Recheada por uma excelente narrativa que suscita ao leitor imagens que problematizam o sentido da vida, representam um desafio para o designer.

Eugénio de Andrade (1923-2005) de seu nome José Fontáinhas a quem José Saramago chamou o “poeta do corpo”. A sua poesia releva da importância da palavra, quer no seu valor imagético, quer rítmico. A sua poesia é marcada por certa musicalidade em que a figuração do Homem, não o individuo mas integrado no colectivo – ser eminentemente social – que se harmoniza num lugar de encontro (natureza, terra, campo) ou luta num lugar de opressão, de conflito (cidade) onde a escrita se ergue, combativa.

Herberto Helder (1930) poeta original manifesta alguma aversão ao ser humano envolvendo-se numa atmosfera algo misteriosa. Recusa prémios, não dá entrevistas. A sua vida multifacetada transporta para a escrita uma marca mística servida por uma linguagem inspirada na Alquimia e na Mitologia edipiana.

Sophia de Mello Breyner (1919-2004) entendia a poesia como valor transformador fundamental. A forma simples e original como usa a palavra reflecte uma sabedoria “mais funda do que o simples saber” (Eduardo Lourenço,1985).

A partir da escrita destes autores, buscamos o objecto – livro – onde através da ilustração vivenciaremos as mensagens seleccionadas, com o título do livro – “tipo um livro”.

4.1.1. A Capa

A capa de um livro é a união de uma cobertura protectora que une as páginas, sendo o ponto de partida para o desenvolvimento de um projecto de edição, onde existem 3 tipos de capas, em termo gráficos. A *capa de brochura*, onde se utiliza uma folha com a mesma gramagem de papel que o miolo do livro, a quando da impressão final é cortada ao mesmo tamanho que o miolo; A *capa dura*, considerada a mais resistente

caso venha a ter maior uso, a base é de cartão, onde por norma é maior que o principal de forma a que se tome em conta as margens ao elaborar a capa para este tipo de encadernação; A *capa mole*, utilizada mais em livros de leitura bem como nos manuais escolares, por ser de baixo custo, tradicionalmente é de cartolina ou de um papel com gramagem superior à das páginas do livro, também cortada ao tamanho do miolo.

Para a construção da capa do livro, optou-se por utilizar duas tipografias, uma serifada e outra não serifada. A serifada – Didot, e a não serifada – Berthold Azkidenz Grotesk BE. No essencial, focalizámos o jogo de palavras de “tipo”, utilizou-se a primeira descrita, e para “um livro” a segunda. Como referido anteriormente, sendo o ponto de partida para o desenvolvimento do conteúdo do projecto, optou-se por uma apresentação simples, embora o importante foco está no jogo das palavras, de “tipo” – da origem da palavra tipografia, e “um livro”, por ser exactamente o próprio significado que a palavra tem. Por fim, a apresentação da contra-capas é apenas identificativa do projecto, com o respectivo nome, e área de estudo onde o projecto se insere.

4.1.2. O Formato

Corresponde ao aspecto físico do livro, a relação que existe entre a largura e altura de uma página. Jan Tschichold (2007), afirma que o livro ao ser projectado pelo designer deve considerar o destinatário, avaliar o sistema de leitura e de manuseio, e paralelamente mantê-lo coerente com o projecto final. Ao seleccionar o formato, tendo em conta o que o autor refere, deve-se dar importância aos formatos standards das folhas e rolos de papel, de forma a que não haja grande desperdício de material, como também é importante considerar o conteúdo dependendo da informação que vai ser utilizada; sendo um catálogo de fotografia, convém ser de um formato grande, de forma que a informação das imagens seja valorizada. No caso deste projecto e porque as ilustrações eram de dimensões diferentes, o formato escolhido foi 25x25 cm, quadrado, por se tornar mais acessível e facilitar a construção dos *layouts* das páginas.

4.1.3. Layout

O "*layout*" dependerá sempre do formato escolhido; a partir do formato, desenvolve-se uma grelha – organização interna da página por áreas da mancha de texto e através das margens, definindo a posição do texto e da imagem. A paginação do layout, pode ser *simétrica* – a página esquerda é o espelho da direita, onde o centro do livro é a linha guia, tendo a margem igual em todos os lados da folha, como também poderá ser assimétrico. Neste projecto, pretende-se criar um livro de forma a unir as ilustrações que foram criadas através de leituras de obras literárias, variando os formatos tanto para ao texto como para a imagem, pois as próprias imagens visuais são comandadas de forma livre e espontânea. Mantendo sempre o mesmo tipo de letra e cor, como também a paginação colocada no canto inferior do lado exterior das páginas.

4.1.4. Tipografia

Com a evolução das tecnologias nomeadamente com os computadores, a tipografia sofreu uma grande evolução, passando a existir um número indefinido de fontes tipográficas. Na construção editorial do livro a tipografia é factor determinante, proporciona boa legibilidade. A sua escolha, características, desenho das letras, espaçamento, entrelinhamento e dimensão da fonte concorrem para uma leitura agradável.

A escolha da tipografia é um passo importante. Contudo se o conteúdo for mau a escolha tipográfica jamais o salvará. Se o texto for monótono, não será uma boa tipografia, que evitará que o leitor termine a sua leitura antes do final do livro (Hulburt,1986). Por existir preocupação com a legibilidade, escolheu-se um tipo de letra escoreita de modo a proporcionar uma boa leitura com o mínimo esforço.

4.1.5. Representação gráfica – Ilustração

A ilustração, ao longo do tempo, desempenhou um papel importante que a levou ao estatuto de arte, inundando o mundo actual nos livros, revistas, jornais, moda, publicidade, indústria, videojogos, entre outros.

O livro constitui a base de suporte para a compilação das interpretações dos textos literários seleccionados.

Munari (1997) afirma que a representação gráfica de um livro deve ser acessível a todas as sociedades, adaptável a todas as línguas e de leitura rápida e directa, ganhando um conceito narrativo, o inverso da obra de arte, através da forma, cor, textura e proporção, por fim surgindo um significado, uma explicação.

Essas alterações de significado, transforma a ilustração num complemento do texto, conferindo-lhe coerência estimulando a exploração da linguagem/imagem visual.

4.1.6. Produção Gráfica

A produção gráfica é a finalização do livro. A principal tarefa que aqui se desempenha é a organização e supervisão da realização de peças gráficas, e a responsabilidade por viabilizar, acompanhar e fiscalizar a confecção de matrizes, impressão e acabamentos.

A peça gráfica projectada foi um livro, e para isso existiu uma sequência de processos, desde a proposta, a pesquisa, a linguagem, a criação e por fim a finalização, estando esta última fase dividida em três grandes áreas, a pré-impressão, a impressão, e os acabamentos. A pesquisa para a fundamentação deste tópico levou-nos a consultar essencialmente o livro "O Manual de Reprodução Gráfica", de Conceição Barbosa (2009), por se tratar de uma autora portuguesa que estudou detalhadamente a realidade das gráficas e das produções gráficas portuguesas, criando um instrumento fundamental para todos os envolvidos na área.

4.1.7. Acabamentos

Os acabamentos, são processos, que dão forma ao suporte impresso. Os acabamentos incluem várias modalidades: *cortes* (simples, ou cortante especial), a *dobragem e a vincagem, relevo e cunho, estampagem a quente, verniz, plastificação, encadernação, capa* (brochura, dura ou mole). A escolha do acabamento implica uma análise de custos alternativos. O custo é uma variável extremamente importante do acabamento.



Projecto

5. O Projecto

Nesta fase, depois da definição das intenções para o projecto, passamos à fase de escolha do conjunto de textos, o que nos permitirá desenvolver e testar as ideias de forma mais concreta.

Desta forma, foi seleccionado um grupo de nove escritores, sendo a maioria autores portugueses, há excepção de Milan Kundera (1929). Florbela Espanca (1894 – 1930), Alexandre O'Neill (1924 – 1986), José Luís Peixoto (1974), Fernando Pessoa (1888 – 1935), Virgílio Ferreira (1916 – 1996), Eugénio de Andrade (1923 – 2005), Herberto Helder (1930), Sophia de Mello Breyner Anderson (1919 – 2004), Milan Kundera (1929), autor checo, todos eles, escritores que marcaram a literatura.

A intencionalidade deste projecto é criar imagens visuais para um conjunto de textos seleccionados: poemas, pensamentos, excertos de histórias dos escritores mencionados; assim o ponto forte foi, através da nossa sensibilidade (de algum modo subjectiva), procurar a emoção do que é transmitido e através disso, recriar nas ilustrações outras emoções para o leitor. Perante as pesquisas feitas, optou-se por fazer as ilustrações em diferentes suportes e com diferentes técnicas.

Neste capítulo, será feita uma análise e reflexão de todas as ilustrações produzidas. As conclusões retiradas desta análise contribuíram para a construção do produto final, um livro, cujo diálogo com o leitor se fará através das ilustrações tipográficas e dos seus significados, formas e cores, sendo apresentada a planificação do protótipo final no ponto 6.

As ilustrações nas páginas seguintes são apresentadas com orientação vertical e orientação horizontal. A ordem da apresentação das ilustrações segue a identificação da obra literária e respectivo autor, seguida da apresentação de cada ilustração que foi desenvolvida e por fim, a memória descritiva de cada imagem onde estão referidas as dimensões reais em que foram executadas.

Obra 1

Autor - ***Florbela Espanca***

(Soneto)

Pequenina

“És pequena e ris... A boca breve
É um pequeno idílio frágil e mimosa!
Cofre de beijos feito sonho e neve!

Doce quimera que a nossa alma deve
Ao céu que assim te fez tão graciosa!
Que nesta vida amarga é tormentosa
Te fez nascer como um perfume leve!

O ver o teu olhar faz bem à gente...
E cheira e sabe, a nossa boca, a flores
Quando o teu nome diz, suavemente ...

Pequenina que a Mãe de Deus sonha,
Que ela afaste de ti aquelas dores
Que fizeram de mim isto que sou!”

Imagem A



És pequenina e Nis

Imagem B



Memória Descritiva – Obra 1

Guedes (1985), afirma que muitas pesquisas biográficas sobre Florbela Espanca mostraram muitas lacunas, por terem ou datas erradas ou falsas afirmações. O autor descreve detalhadamente no seu livro – "Obras completas de Florbela Espanca", alguns dos dados da sua vida e obra.

Perante a leitura do soneto de Florbela Espanca e analisado o poema "Pequenina", é importante referir que a poetisa se distancia da imagem tradicional da mulher. A ideia de que a mulher se assemelha à imagem da mãe não existe, realçando o contraste entre a continuidade e a pureza do ser descrito e a dor ao nascer.

Assim, ao olhar para a Imagem A (com dimensões de 20x26 cm), optou-se apenas pela escolha do primeiro verso "és pequenina e ris, a boca breve" talvez a melhor descrição do sorriso de uma criança, representado por diferentes cores pastel – castanho, laranja e amarelo. A mancha castanha preenchida pela frase "a boca breve" está associada ao conforto, estabilidade, representando a consciência. Cria um sentimento de interioridade, completada por um círculo, por ventura evocativo da gestação de um novo ser. Associado à criatividade, o laranja tem a intenção de despertar a mente do observador/leitor no processo de assimilação de novas ideias, criando a liberdade para a continuidade da leitura do soneto. O uso do amarelo da mesma forma que o contorno do laranja, transmite alguma luminosidade a um ambiente de cores terra, intimista e melancólico. O pintor Vicent Van Gogh (1853 – 1890), nas suas obras explorou bastante e de forma intensa a tonalidade de amarelo, e constata-se esta tendência em representar os ambientes mais frios e escuros com a cor amarela, criando o mesmo sentimento embora a ideia fosse representar paisagens sombrias. No caso desta imagem, através da leitura do soneto, o uso da cor tem um papel importante por criar sensações menos negativas e no caso da autora, a cor ajudou a criar outras sensações e percepções. A imagem complementa-se com tipografia manuscrita que realça, pela imagem, a força da palavra.

Analisando a Imagem B (dimensões de 35x10cm), é possível ver a interligação que existe entre a mancha e o tipo de letra, o próprio encaixe que é feito entre o "e" e o "ris" cria ao mesmo tempo um sentimento de alegria. Tal como referido no Capítulo II, do ponto 3.3 sobre a comunicação com a Cor, percebemos que uma vez combinadas, estas variações cromáticas, criam no leitor a percepção do conteúdo, expressando diversas reacções positivas e negativas. As cores usadas para o fundo de mancha a aguarela foram, o

azul e o vermelho, que depois através da mistura da água e do próprio movimento fez surgir outras tonalidades; o azul transmitindo fidelidade e o vermelho por simbolizar calor mas ao mesmo tempo, negativamente simbolizar violência. A autora, ao escrever o seu poema sente essa dualidade interior, esse drama emocional, dizendo à "Pequenina que a Mãe de Deus sonha / Que ela afaste de ti aquelas dores / Que fizeram de mim isto que sou", escrevendo já crescida o que não conseguiu ser enquanto pequena.

Obra 2

Autor - **Florbela Espanca**

"A ironia é a expressão mais perfeita do pensamento".

Imagem C



Memória descritiva – Obra 2

Os versos de Florbela são o retrato fiel da sua vida. Uma poetisa, cuja finalidade artística parece ter sido demonstrar que na vida não existia alegria, nem beleza, nem libertação. Na sua escrita existe um certo número de palavras em que insiste incessantemente. A palavra “EU”, muito frequente, em quase todas as suas peças poéticas, como também, palavras relacionadas com paixão – alma, amor, saudade, beijos, versos, poeta.

Perante a citação escolhida “ A ironia é a expressão mais perfeita do pensamento”, partimos do significado da palavra “ironia”, que é algo que afirma o contrário daquilo que se quer dizer, aquilo que se pensa/sente. Associada a “expressão do pensamento”, Florbela Espanca pretende manifestar, criticar, denunciar algo ou alguma coisa, quando na realidade quer desvalorizar, ou não fosse ironia o contrário daquilo que se quer dizer, aquilo que se pensa.

Para esta citação, foi criada uma imagem visual com o tamanho de 19x25 cm (apresentada em seguida), através de ferramentas manuais e digitais. A letra é do tipo serifado, de estilo romântico. Foi escolhida para transmitir as palavras-chave da citação: “ironia” e “expressão”. É importante referir a sobreposição que foi dada ao tratamento das letras, de forma a criar esse sentimento de dualidade – o denunciar algo ou alguma coisa quando na realidade se está a desvalorizar, mas o quê é que não se sabe exactamente.

Para a letra “A” que está apresentada em primeiro plano, usou-se um fundo que foi feito com tintas de aguarela, transmitindo para o espectador movimento e agitação, sendo a própria ironia e expressão que é citada pela autora. A sobreposição dos textos representa o sentido da ironia, a duplicação de significados, muitas vezes um segundo sentido, um gesto ou um esgar (careta), que sublinha e chama a atenção para o sentido que deve ser dado, na real interpretação da mensagem. São as insinuações muito típicas no humor português, quando a ironia não é assertiva.

As cores usadas para a representação da imagem visual foram essencialmente o laranja e o vermelho, apresentadas de uma forma mais leve, o azul, amarelo e verde. O laranja combina com a energia do vermelho e a alegria e luminosidade do amarelo, exprimindo criatividade e determinação, conferindo firmeza, na mensagem do sentido da ironia.

Obra 3

Autor - **Alexandre O'Neill**
(Campanha publicitária)

"Há mar e mar há ir e voltar".

Imagem D



Imagem E



Imagem F



Imagem G



Memória descritiva – Obra 3

Alexandre O'Neill, destacado pelo seu espírito rebelde, irreverente e pelo seu olhar observador para além da realidade, foi um importante poeta no movimento surrealista português.

A citação do autor "Há mar e mar, há ir e voltar", surgiu para uma campanha publicitária de prevenção contra o afogamento nas praias portuguesas, nos anos 80; foi depois transmitida às gerações seguintes, tendo sido um bom exemplo de como uma frase sugestiva, associada a uma ideia forte, que toca as pessoas, pode ser consagrada, de tal modo que o seu significado ultrapassa o contexto em que foi usada inicialmente, tornando-se numa expressão fixa com um sentido aplicável em diversas situações. Poderão os portugueses sentir tradicionalmente o apelo do mar, mas é uma frase que fica na memória, continuando nos dias de hoje como aviso, relativamente ao cuidado que devemos ter quando nos aventuramos no mar. O autor surpreendia com o cuidado que expunha no uso da sua expressão linguística.

Para esta citação, foram criadas quatro imagens visuais diferentes, com as dimensões de 14x27 cm (Imagens D, E e F) e 16x12 (Imagem G) em plano vertical. Nas primeiras três usa-se em todas o mesmo estilo de tipografia, recta e vertical, à excepção da imagem G. Nas Imagens D, E e F, foi escolhida uma tipografia de forma a criar e "radicalizar", a ideia de que o ser humano tem do mar. Caótico, turbulento, e sempre imprevisível, e por isso se justifica o autor ter criado nos anos 80 este apelo aos banhistas, que nos acompanha até aos dias de hoje, como referido anteriormente. A Imagem E fiel à forma dela própria e a Imagem F, já trabalhada e modificada. A intenção é representar duas imagens visuais iguais, pela forma, cor, e essencialmente através da tipografia criar no espectador sensações diferentes e mais importante ainda, o gosto pela leitura. Na Imagem G, existem dois tipos de tipografia, embora ambas sem serifas e graficamente trabalhadas de forma diferente transmitindo ritmo, reforçado pelos cortes e deformações que se ligam ao movimento ondulatório e ao vaivém das ondas.

O foco central desta abordagem, parte essencialmente do significado que a própria frase transmite num sentido imediato que é o de movimento, o "ir" e "voltar". Paralelamente e descortinando outras sensações encontra-se também o outro lado que é a pacificidade, e pela associação ao mar inevitavelmente há cor azul, convidando o leitor à concentração. A presença do branco, associada à pureza, ao sentido de clareza está presente

nas quatro imagens visuais. Também a paleta de cores, representadas nas Imagens D, E e F, o laranja (mais representado na Imagem G), o verde e o amarelo geram sentimentos de esperança e alegria, de refrescamento da mente. Verde, transmitindo também o repouso, a vivacidade e cautela, de atenção e respeito pelo mar. Amarelo, considerada uma cor activa e enérgica, transportando o optimismo na ida e no regresso.

Obra 4

Autor - **José Luís Peixoto**

(*Diário de Notícias*, 2003)

“Há muitas coisas que percebo que não sou, mas dizer exatamente o que sou não consigo. Tento, dia a dia, ganhar o título de ser uma pessoa. E já não é pouco”.

Imagem H



Memória descritiva – Obra 4

José Luís Peixoto, narrador, poeta, dramaturgo português, procura sempre a verdade ao escrever, porque os leitores sentem, sendo a mentira impossível na boa leitura. Trata-se de ordenar, esquematizar não só sentimentos como ideias que temos de uma forma vaga mas que entendemos melhor quando vemos em palavras e procurando construir empatia. Através da leitura temos oportunidade de estar na pele de outras pessoas e de sentir coisas que não fazem parte da nossa vida, mas que no momento em que lemos conseguimos perceber como é que elas são/existem.

Esta citação surgiu como resposta a uma pergunta numa entrevista feita por Cristina Pires no Jornal do Diário de Notícias. A jornalista inquiriu-o sobre como ele se descreveria enquanto pessoa.

O detalhe desta imagem visual, parte essencialmente da palavra "sou". Tomando a dualidade do ser, que o ser humano tem constantemente no seu dia-a-dia, de estar em constante mudança com ele próprio onde a forma tem que acompanhar o seu conteúdo. O interesse aqui criado para o espectador, ao ler a citação e confrontar-se com esta imagem visual, é mostrar como, através da cor e da sobreposição da tipografia, se cria realmente este sentimento constante e diário que o ser humano tem com ele próprio de viver em constante aprendizagem, transmitindo um sentimento de agitação interior na utópica busca da perfeição. É também de denotar que a leitura visual que é feita se encontra na posição vertical, pelos aumentos e diminuições das letras, diluindo-se sobre o fundo, que foi feito com aguarelas através de tons melados mas esbatidos (amarelo, azul, vermelho, verde). As conjugações de cores surtem o sentimento constante de crescimento interior. Através do azul, por ser uma cor que exprime tranquilidade, destacam-se as palavras "dia-a-dia" e "uma pessoa". O amarelo e o vermelho a palavra "sou". Amarelo por ser uma cor activa, transmite luminosidade e vermelho associado ao desejo, ao amor, que existe no próprio ser de estar em constante mudança e crescimento, capaz de dar uma resposta emocional mas também física. Foi usada para representar o restante texto, por tratar de um aspecto tão sensível e pessoal.

Obra 5

Autor - **Fernando Pessoa**

"Às vezes ouço passar o vento, e só de ouvir o vento passar, vale a pena ter nascido."

Imagem I



às vezes ouço passar o
vento
e só de ouvir o
passar,
vale a pena ter nascido

Imagem J



às vezes ouço passar o
vento
e só de ouvir o
passar,
vale a pena ter nascido

Memória descritiva – Obra 5

Fernando Pessoa, um estudante brilhante, frequentou o Curso Superior de Letras durante dois anos, mas acaba por desistir. Preferiu estudar por si mesmo, frequentando a Biblioteca Nacional, onde leu livros sobre temas ligados à filosofia e principalmente sobre literatura portuguesa. É através do seu próprio estudo que produz os textos de poesia e prosa em Inglês, e mais tarde em entre 1912 e 1913 publica o seu primeiro ensaio de crítica literárias, e o primeiro texto de prosa criativa (excerto do livro do "Desassossego"). Era uma pessoa reservada e tímida, embora depois da sua morte, ninguém fazia ideia do imenso e variado universo literário acumulado na grande arca, onde tinha guardado os seus escritos, com poesia, peças de teatro, contos, críticas literárias, traduções em inglês e francês. Um escritor, como entre todos os apresentados ao longo deste projecto que tinha um aspecto característico na sua escrita, os heterónimos vários que criou– Alberto Caeiro, Álvaro de Campos, Ricardo Reis, como os muitos outros alter-egos do autor, tendo criado também um heterónimo feminino, com o nome de Maria José. Hoje em dia, ainda há muitas obras que estão para ser publicadas.

Feitas várias leituras, optou-se pela expressão "Às vezes ouço passar o vento, e só de ouvir o vento passar, vale a pena ter nascido" atribuído a Alberto Caeiro.

Entende-se pela palavra "vento", o ar atmosférico que se desloca numa direcção, no sentido figurado, algo rápido, favorável. Na imagem visual criada, a palavra que salta à vista é a do "vento", pelo sentido exacto do seu próprio significado; o vento ao estar em movimento transmite fluxos de ar, e o ar que nós enquanto seres humanos respiramos (como também os animais), estimula sensações, traz-nos sons, faz-nos sentir o prazer de estar vivos e por isso o autor referir a importância que o ar tem para o ser humano poder existir.

Escolheu-se uma tipografia serifada, por descrever o movimento, ao mesmo tempo a tranquilidade e concentração presentes no texto, ou seja, embora o vento seja turbulento, nesta frase de Pessoa surge a descrever uma certa paz interior. Ambas as imagens têm um contorno suave de tons rosas e cinzentos. Rosa por transmitir a doçura, a tranquilidade com que a imagem nos é apresentada, e cinza, pela neutralidade, a reflexão que é dada para o leitor se questionar sobre a imagem criada. A imagem J excepcionalmente tem o desenho delineado da palavra com os tons referidos anteriormente, transmitindo esse movimento.

As restantes palavras que preenchem o significado da frase fazem o contorno da palavra, mostrando essa sensação de movimento e de ritmo. As imagens foram criadas em suporte digital, com dimensões 54x17 cm.

Obra 6

Autor - ***Vergílio Ferreira***

in "contra-corrente"

"O que há para lá do sonhar?
Céu baixo, grosso, cinzento
E uma luz vaga pelo ar
Chama-me ao gosto de estar
Reduzido ao fermento
Do que em mim a levedar
É este estranho tormento
De me estar tudo a contento,
Em todo o meu pensamento
Ser pensar a dormir.

Mas que há para lá do sonhar?"

Imagem K

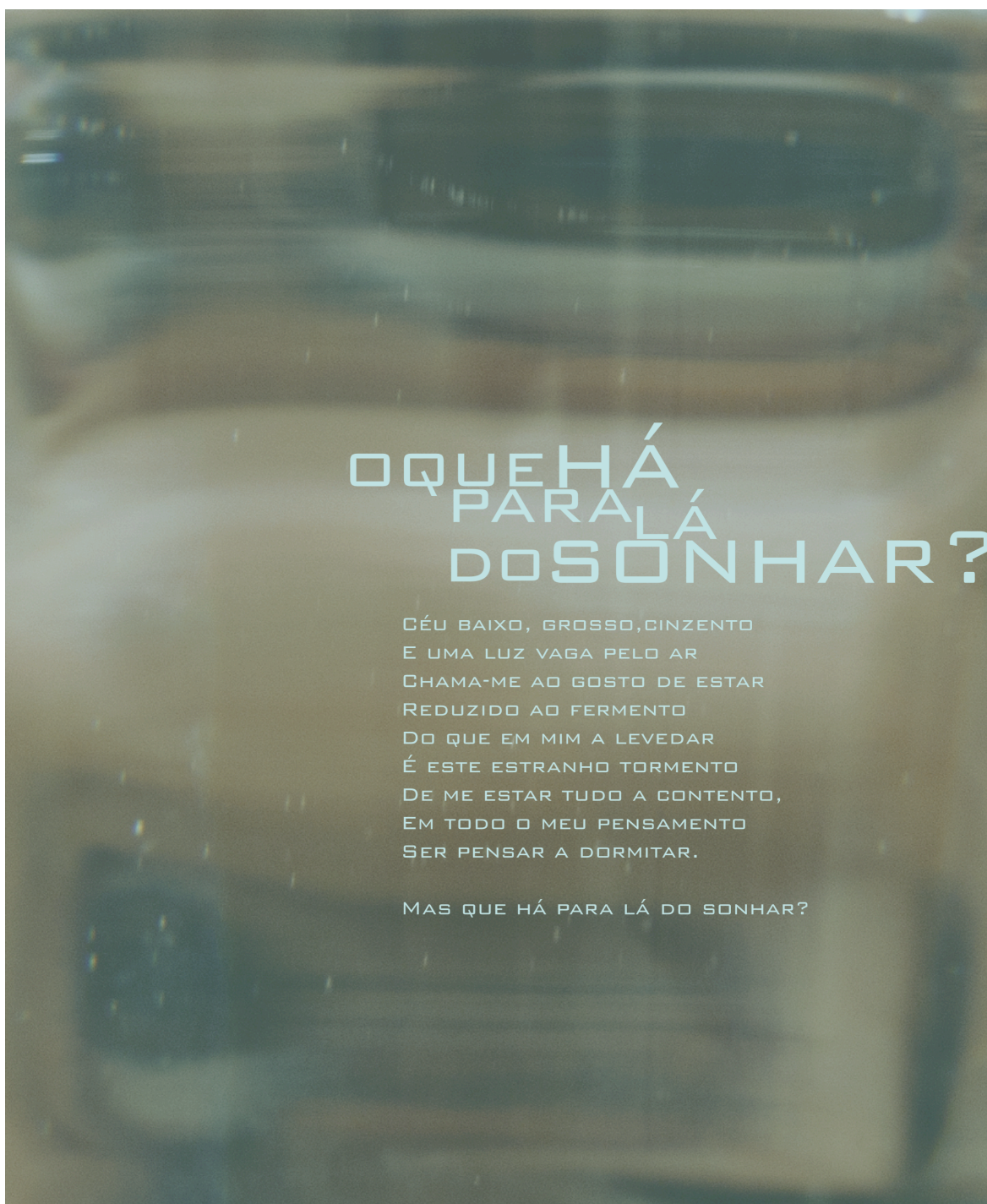
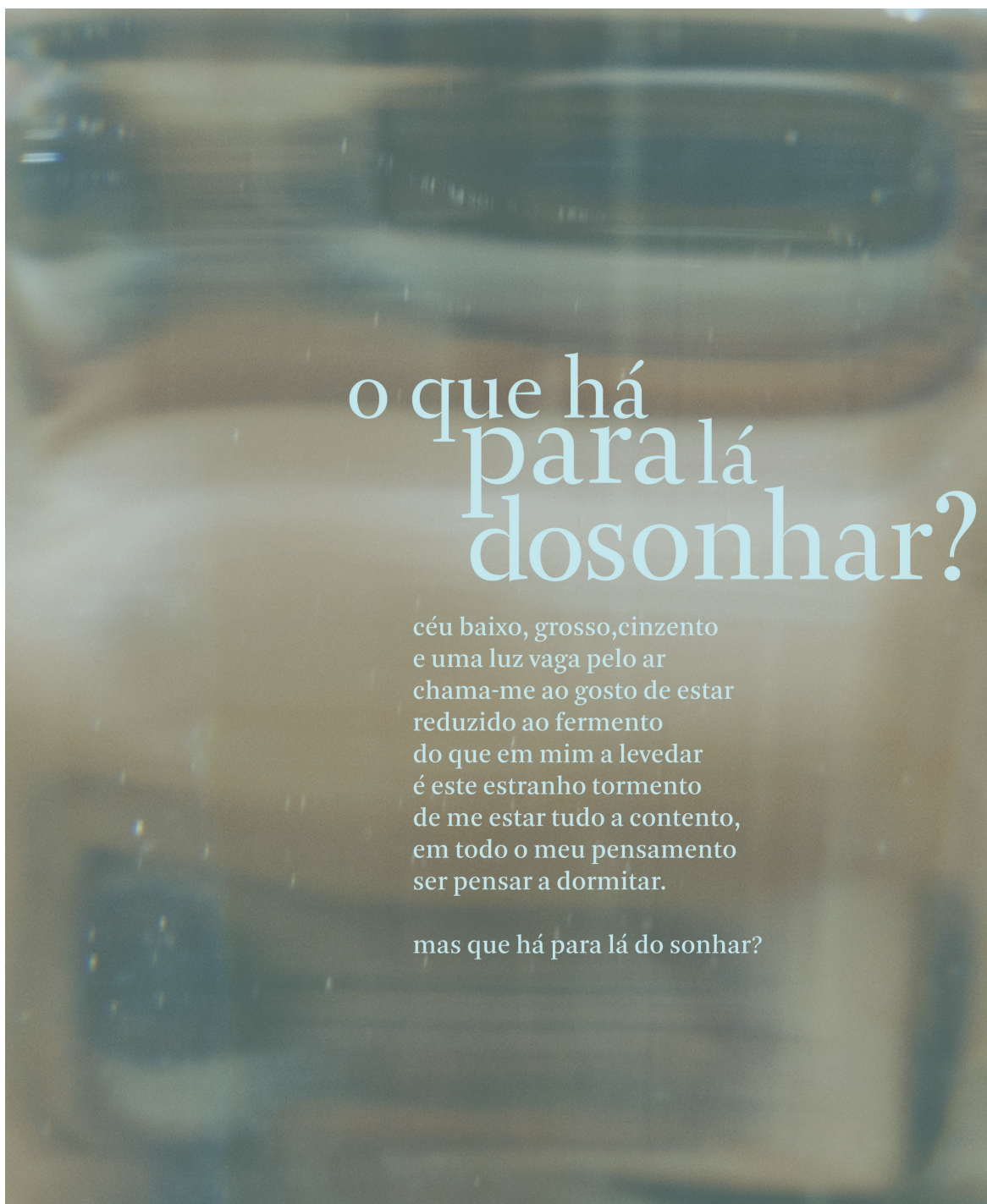


Imagem L



Memória descritiva – Obra 6

Vergílio Ferreira reuniu em si diversas facetas, a de filósofo, a de escritor, a de ensaísta, a de romancista e a de professor. Foi na escrita que mais se destacou, sendo um dos intelectuais contemporâneos mais representativos. Por ser um escritor preocupado com a vida e a cultura, era um existencialista por natureza, pelos problemas da condição humana.

As suas obras receberam influências de grandes pensadores, como o matemático Pascal, o filósofo Kant, como também o celebre Santo Agostinho. Este poema foca-se na pergunta “o que há para lá de sonhar?”.

O dilema sonhos *versus* razão/acção é persistente, de uma maneira ou de outra, em grande parte da sua obra, e está presente nas Imagens K e L. Tal como é referido no Capítulo II, no ponto 3.1, sobre a Comunicação Visual, para existir comunicação tem que existir um emissor, um receptor e um meio ou canal. São estes opostos (sonho/ realidade) que acompanham esta imagem visual. No primeiro plano de ambas as imagens, embora de tipos de letras diferentes, na Imagem K – um tipo de letra sem serifa, com formas mais geometrizadas, e na Imagem L – um tipo de letra com serifa. Ambas têm um tipo de letra muito concreto e contrastante quanto baste em termos de forma com o fundo diluído. O fundo criado através de fotografia, que foca olhos distorcidos, fotografados sobre um fundo do movimento da água, cria também essa dualidade entre realidade e ficção.

As letras diluem-se sobre o fundo, criando esse sentimento de ordem do sonho, mas onde se pretende realmente reproduzir um universo concreto (letra) e de fantasia (fundo), que é afinal o sonho.

Obra 7

Autor - **Milan Kundera**

“O número de série da espécie humana é o rosto, que é uma acidental e irrepetível combinação de características”.

Imagem M



Memória descritiva – Obra 7

Um dos maiores escritores do pós-guerra, na região da Morávia, antiga Checoslováquia (hoje República Checa). Conquistou os leitores com o romance "A Brincadeira" (1967), que lhe rendeu a proibição de publicar no país e a perda da nacionalidade, devido aos problemas socioculturais do pós-guerra. Os seus romances tratam de escolhas e decepções da sua vida, fazendo várias críticas ao regime comunista e à ocupação russa do seu país durante os anos 60.

Perante a análise da frase escrita, conclui-se que o autor diz que o rosto de uma pessoa são experiências únicas e repetíveis, sendo uma combinação de milhares de variáveis que hoje em dia a própria matemática, ainda não descobriu. O autor refere a palavra "rosto", mas podia falar da personalidade, pois todos nós somos seres únicos e irrepetíveis, contrastando com aquilo que é o tempo de hoje, onde as pessoas se tornam iguais, formatadas, no limite até clonadas, pretendendo-se essa experiência no ser único e irrepetível. Por isso, para a interpretação deste excerto, optou-se por escolher uma imagem fotografada que foi retirada e recortada do Jornal semanal Público.

De uma forma não propositada e ainda sem se saber em concreto o resultado final, foi feita primeiro a escolha do fundo e posteriormente a escolha da tipografia. A imagem representa as sombras de figuras humanas, criando o sentimento de perda de identidade; por isso foi criada uma imagem visual, com a escolha de uma tipografia sem serifa, em caixa baixa e de formas arredondadas, impressas e depois recortadas. Acrescentou-se a letra O, no rosto da sombra que está representada através da rapariga, de forma a criar a leitura de um rosto oval em branco e a dar-lhe uma identidade, como se ainda tivesse que ser reconstruída. Os tons de preto e cinzento evocam o período da guerra, o inverno, sombrio, o frio e a morte.

Obra 8

Autor - **Eugénio de Andrade**

"Uma palavra é como a nota que procura outras para um acorde perfeito".

Imagem N



Uma Palavra é
como a nota que
procura
outras
para um acorde
perfeito

Memória descritiva – Obra 8

Eugénio de Andrade nos seus livros, refere a sua própria pessoa, através de várias personagens que nomeia, descreve também aspectos musicais, pintura, sempre buscando na memória a sua própria infância. Ao referir abertamente, aspectos autobiográficos associado à literatura em prosa, o seu nome é pelo contrário uma espécie de símbolo da poesia portuguesa contemporânea. Perante a análise desta leitura, imediatamente associamos os aspectos musicais e o sentimento poético que o autor quer transmitir ao leitor. A importância que o autor dá ao sentido da “palavra”, como se fosse um acorde musical ou sons produzidos por notas musicais tocadas em simultâneo. É esta a harmonia da sua produção poética.

O interesse visual aqui criado pretende captar a atenção do espectador pela procura da forma. Para essa interpretação e leitura, através de cartolinas A3 de cor preta, e novelo de lã de cor amarela, criou-se a presente imagem visual. O preto sendo uma cor fundamental da sintaxe visual, a primeira relação existente é a delimitação que a cor presente transmite. Transmitindo também conotações positivas e negativas. Na presente imagem visual as conotações positivas transmite autoridade, e conotações negativas a tristeza e melancolia, conforme referido no Capítulo II, no ponto 3.3 A Comunicação com Cor. O amarelo, representado através do novelo de lã, é a cor mais luminosa e a que mais se identifica com a luz, simbolizando actividade, mas precisamente a procura que o autor descreve “para um acorde perfeito”. Após se criar a ilustração, foi fotografada pelas dimensões que tinha.

Obra 9

Autor - ***Eugénio de Andrade***

“A Sílaba

Toda a manhã procurei uma sílaba.
É pouca coisa, é certo: uma vogal,
Uma consoante, quase nada.
Mas faz-me falta. Só eu sei
A falta que me faz.
Por isso a procurava com obstinação.
Só ela me podia defender
Do frio de janeiro, da estiagem
Do verão. Uma sílaba.
Uma única sílaba.
A salvação
De ofício de Paciência”.

Imagem 0



Memória descritiva – Obra 9

Distanciado da vida social, literária e mundana, Eugénio de Andrade escreveu as suas obras que foram objectos de estudo e reflexão por parte de escritores e críticos literários portugueses e estrangeiros. Sendo uma pessoa reservada pouco cedeu a dar entrevistas.

O foco central desta abordagem perante a leitura do poema, parte essencialmente da palavra “sílabas”. A construção desta imagem foi feita sobre uma cartolina de tamanho A3 de cor vermelha e papéis celofane enrolados e colados de cor verde, violeta e azul. Finalizada a ideia do desenho e posteriormente fotografada, “A sílabas”, soletrada, dividida gramaticalmente daria sí-la-ba, nos termos gramaticais chama-se trissílabas. Ao ter construído perante as sensações transmitidas, inconscientemente optei por unir as três consoantes (os três vocábulos), em vez de as repartir. Esta experiência é curiosa, pois ao ser feita esta separação através da cor e da forma do papel não proporcionada, também as três cores do papel celofane, “A” representado a verde, “síla” a violeta, e é aqui que se constata que duas consoantes “sí” e “la” intencionalmente estão interligadas por uma cor, e por fim, “ba” a azul. Na poesia é frequente na escrita o uso da sílaba tónica, por ser a sílaba de mais ênfase, aquela que se pronuncia mais acentuadamente, utilizada para classificar a métrica dos verbos. Quando a sílaba tónica é a antepenúltima, diz-se que a palavra é proparoxítone, por exemplo a palavra sílabas, matemática, máquina. Assim, a ideia imediata desta associação que é feita da palavra “sílabas” é separada por consoantes. Nesta ilustração optou-se por brincar com o conceito da gramática de sílaba, aglutinando visualmente duas sílabas numa só, encontrando-se o correspondente a um “acorde perfeito”, da palavra, como escreveu Eugénio de Andrade.

Obra 10

Autor - ***Herberto Hélder***

“Se houvesse degraus na terra...

Se houvesse degraus na terra e tivesse anéis o céu,
eu subiria os degraus e aos anéis me prenderia.

No céu podia tecer uma nuvem toda negra.

E que nevasse, e chovesse, e houvesse luz nas montanhas,
e à porta do meu amor o ouro se acumulasse.

Beije uma boca vermelha e a minha boca tingiu-se,
levei um lenço à boca e o lenço fez-se vermelho.

Fui lavá-lo na ribeira e a água tornou-se rubra,
e a fímbria do mar, e o meio do mar, e vermelhas se volveram
as asas da águia que desceu para beber, e metade do sol e a lua inteira
se tornaram vermelhas.

Maldito seja quem atirou uma maçã para o outro mundo.

Uma maçã, uma mantilha de ouro e uma espada de prata.

Correram os rapazes à procura da espada,
e as raparigas correram à procura da mantilha,
e correram, correram as crianças à procura da maçã”.

Imagem P



Memória descritiva – Obra 10

Um dos mais originais poetas vivos da língua portuguesa, Herberto Helder, uma figura não muito sociável em torno de si paira uma atmosfera algo misteriosa uma vez que recusa prémios e se nega a dar entrevistas. Em 1994 foi o vencedor do Prémio Pessoa, que recusou.

A crítica literária aproxima a sua linguagem poética do universo da Alquimia, da mística, da Mitologia edipiana (o que descobre facilmente um enigma) e da imagem da Mãe. Ao longo da leitura que é feita do poema, Herberto Helder é um bom exemplo das características, dos elementos mágicos da transição da cor vermelha, e elementos bíblicos como o caso da maçã, onde a própria descrição da cor tem o significado do pecado, da tentação. Desta forma, para a representação desta ilustração, optou-se por uma imagem que não tivesse nada ligado a elementos mágicos, como o próprio autor refere muitas das suas vezes nas suas poesias, como também de origem do mundo, para criar no espectador/ leitor esse contraste transmitido. Através da computadorização criou-se uma tipografia para contrastar com o espírito do poema que imagina os anéis no céu e degraus, lado sonhador que o autor representa nas suas obras.

Obra 11

Autor - ***Sophia de Mello Breyner Andresen***

Descobrimento *in* "O Nome das Coisas"

"Revolução

Revolução isto é: descobrimento

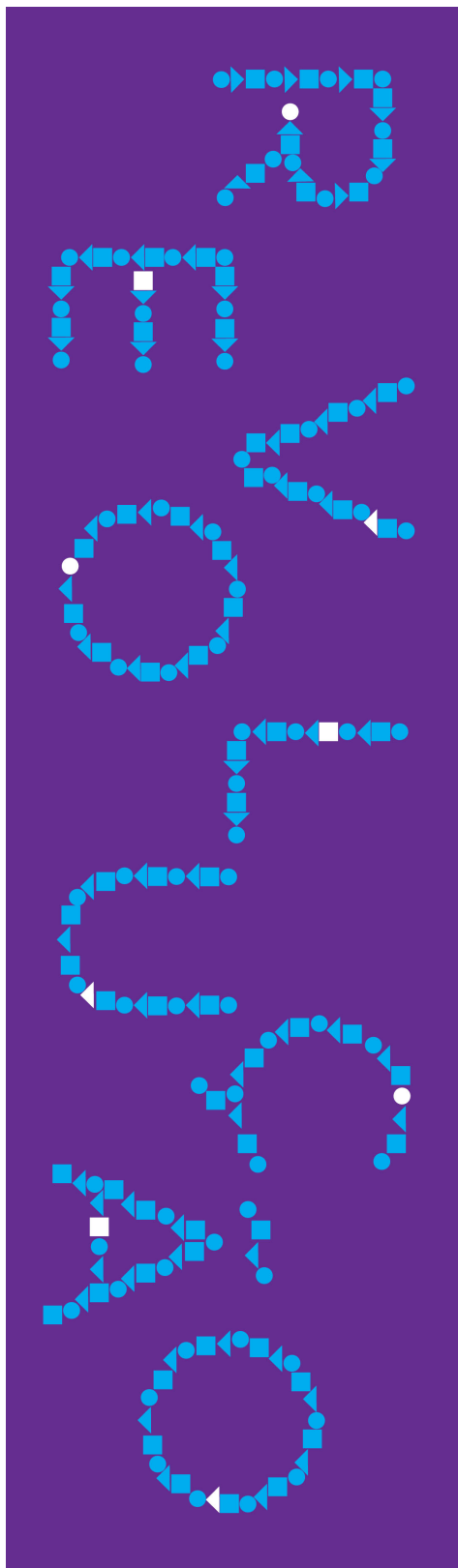
Mundo recomeçado a partir da praia pura

Como poema a partir da página em branco

Catarsis emergir verdade exposta

Tempo terrestre a perguntar seu rosto".

Imagem Q



Memória descritiva – Obra 11

A poesia de Sophia de Mello Breyner, está profundamente marcada pela sua infância e juventude, com a natureza muito especialmente com o mar. Considerada como uma das maiores e mais eloquentes vozes da poesia portuguesa contemporânea, publicou mais de duas dezenas de livros de poesia. Tal como para Fernando Pessoa, para Sophia a sua produção correspondia a ciclos específicos, com a culminação da actividade da escrita durante a noite. A vivência nocturna da autora é sublinhada em vários poemas como, "Noite", "O luar", "Noite de Abril" entre outros, como também a sua própria vida e as suas próprias lembranças são uma inspiração. Uma "óbvia e viva evidência", escreveu Eduardo Lourenço, assim é a poesia de Sophia: clara, compreensível e límpida. O conceito desta imagem parte essencialmente, da palavra "revolução", no conceito geométrico – movimento suposto de um plano de um dos seus lados, para gerar um sólido. Tal como descreve a autora de uma forma literal "como poema a partir da página em branco". Transmitindo calma, dando a ideia de maior espaço proporcionando a sensação de liberdade, através da representação do branco, surgem as formas apresentadas – triângulo, quadrado e círculo, como referido anteriormente o descobrimento da revolução das formas. Optou-se pela escolha do violeta e do azul. O violeta sendo uma mistura equilibrada entre vermelho e o azul, transmitindo a sensação de prosperidade, a um pensamento reflexivo e misterioso, já o azul combinado com o branco, resulta num azul claro, que foi escolhido para a interpretação da imagem visual e transmite compreensão e tranquilidade.

Obra 12

Autor - ***Sophia de Mello Breyner Andresen***

Em "no mar novo", 1958

"A bela e pura

A bela e pura palavra Poesia

Tanto pelos caminhos se arrastou

Que alta noite a encontrei perdida

Num bordel onde um morto a assassinou".

Imagem R



Memória descritiva – Obra 12

O universo poético da autora, parte de quatro elementos primordiais, terra, água, ar, fogo.

O tema central no poema é a perda do gênero lírico, a perda da “bela e pura palavra poesia”. A autora tem sempre a preocupação de encontrar a palavra precisa, buscando a simplicidade na sintaxe. A rima enriquece o aproveitamento da beleza fonética das palavras, sem aprisionar o valor evocativo dos símbolos ou o rigor e a nitidez da expressão. Através da transfiguração do universo real num universo irreal, da imaginação servida por uma riquíssima de símbolos e alegorias, que o “bordel”, como a autora refere no poema, é o sítio do concreto onde só há sexo e não há erotismo. O local onde se perde a fantasia, a imaginação, a sedução, onde não há poesia, nem há infância.

Com aguarelas fez-se a mancha que está representada a branco e verde esbatido, dando uma tonalidade de cinza. Seguidamente a computador, criou-se o fundo cor-de-rosa, e acrescentou-se a mancha. Mancha esta, que se alastra representando esses caminhos, quando a autora refere no verso, “tanto pelos caminhos que se arrastou”, transmitindo ao leitor os tais caminhos que se ramificam, os caminhos que levaram ao bordel. Em primeiro plano, através da ferramenta “pincel”, a computador, desenhou-se a frase “ a bela e pura palavra poesia”, um pouco tosca, representa exactamente essa pureza confrontada com o bordel onde se mercantiliza o sexo. É esta evidencia, nem sempre óbvia, mas sempre viva que a autora formula como “noite diurna” a que chama poesia.

Obra 13

Autor - ***Sophia de Mello Breyner Andresen***

“O piano sílaba por sílaba

O piano sílaba por sílaba

Viaja através do silêncio

Transpõe um por um

Os múltiplos murais do silêncio

Entre luz e penumbra joga

E de terra em terra persegue

A nostalgia até ao seu último reduto”.

Imagem T



Memória descritiva – Obra 13

Como já referido nas obras 11 e 12, a autora usa uma linguagem poética quase transparente e íntima, evocando nos seus versos os objectos, as coisas, os seres, os tempos, os mares, os dias. A conclusão retirada e como referi nas obras 11 e 12, reflectem todos os aspectos excepto a ligação ao mar, onde neste poema a autora joga com as teclas preto e branco do piano, como se cada nota fosse uma sílaba com a expressão de um por um. A experiência que se tem ao tocar uma música no piano, é sempre tocada nota a nota. A construção base para esta ilustração foi feita a preto e branco, e posteriormente acrescentou-se a cor laranja. Em todas as pautas de música, existe uma nota que pertence à notação musical – colcheia, por essa análise feita através da leitura, optou-se por escolher apenas a única frase do poema “o piano sílaba por sílaba”. Através de uma tipografia serifada, deu-se destaque a letra “P”, transmitindo ao leitor a notação musical. Para a construção da restante frase “sílaba por sílaba”, usou-se uma tipografia sem serifa, com formas arredondadas, criando o ritmo que a autora evoca nos versos.

Partindo da construção base preto e branco e contrastando com os tons mais escuros e mais claro, optou-se pela cor laranja, sendo a mistura das cores primárias amarelo e vermelho, é também a cor da comunicação e transmite equilíbrio. Tal como referido no Capítulo II, no ponto 2.1. O que é cultura visual, apresentamos duas imagens de pósteres que foram apresentados para exposições e divulgação da Escola Bauhaus. Um dos principais desenvolvimentos artísticos foram os cartazes da escola constatamos que o uso de formas geométricas nos cartazes valorizavam-se pela funcionalidade e simplicidade, utilizando cores vibrantes e vivas em virtude das diferentes sensações que produziam no leitor, desta análise estudada também se concluí que a cor laranja, é frequente em muitos cartazes que estão ligadas à temática da música.

6. O projecto editorial

Foi desenvolvido um livro como peça final do projecto com vinte ilustrações. A intenção é, para além de desenvolver competências de paginação, com base nas pesquisas desenvolvidas no âmbito do Design Editorial, reunir numa peça – o livro, os vários elementos deste projecto. As suas dimensões e formatos diferentes tornavam necessária uma uniformização que permitisse a sua a concentração numa única peça, tendo sido decidida a elaboração de um livro.

Dimensões das páginas: 25x25 cm.



6.1. Planos das páginas

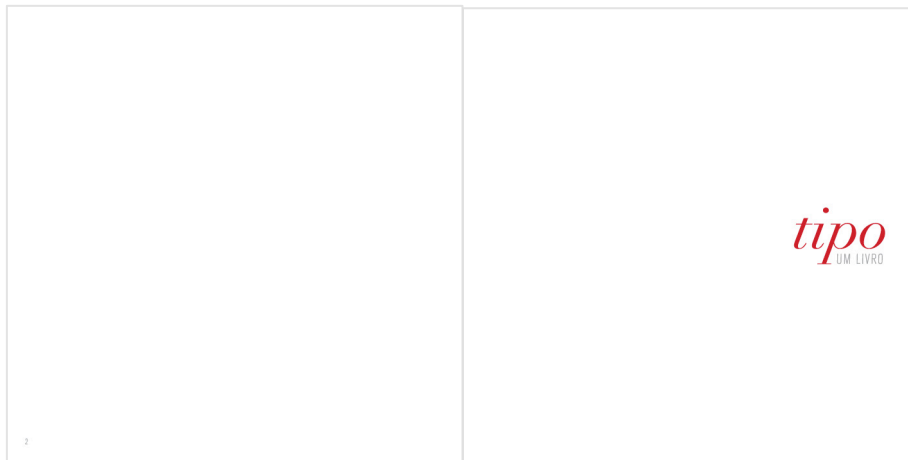


Fig. 34 - Planos de página



Fig.35 - Planos de página



Fig.36 - Planos de página



Fig. 37 – Planos de página

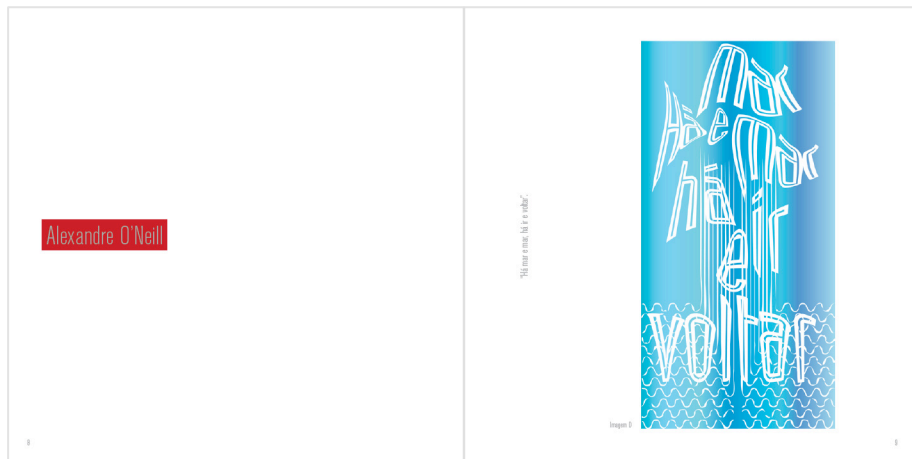


Fig.38 – Planos de página



Fig. 39 – Planos de página

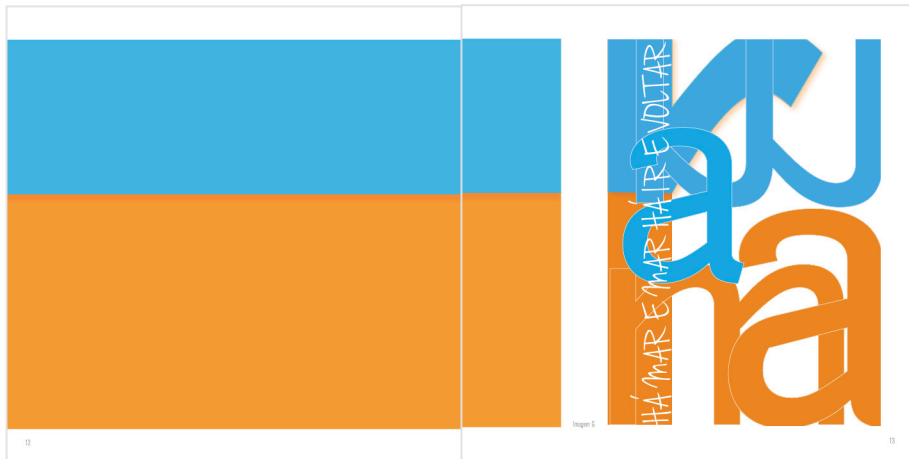


Fig. 40 – Planos de página

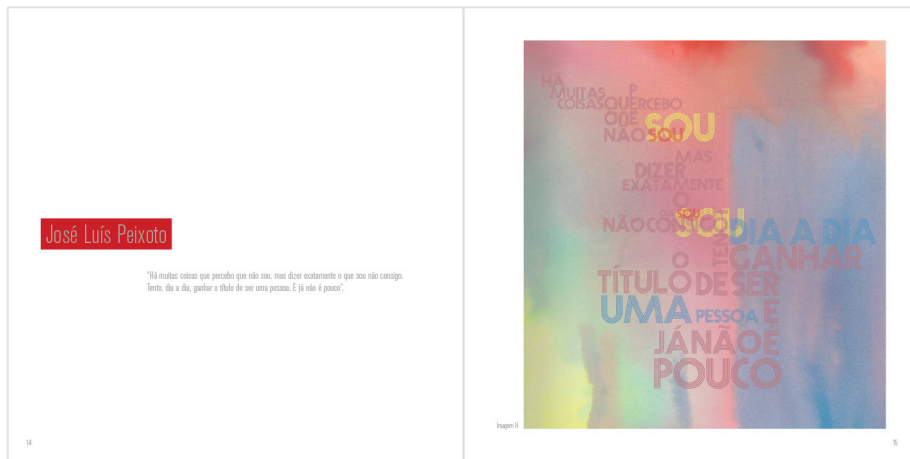


Fig.41 – Planos de página

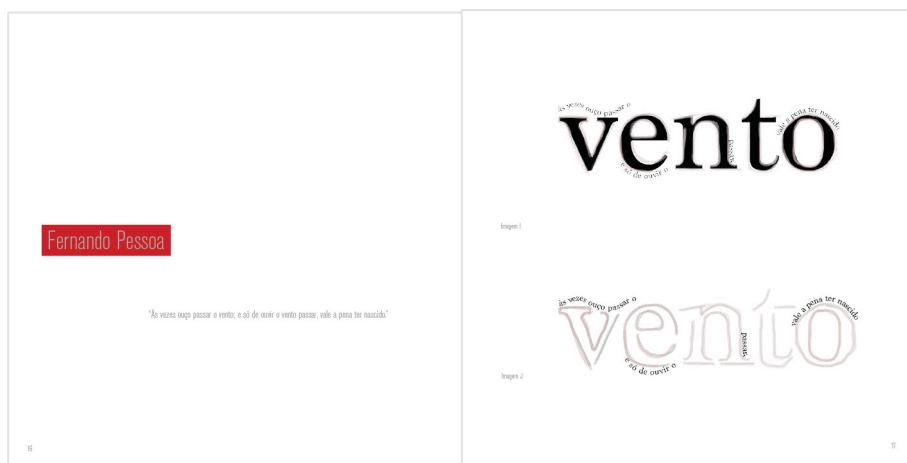


Fig.42 – Planos de página



Fig. 43 – Planos de página



Fig. 44 – Planos de página



Fig.45 – Planos de página



Fig. 46 – Planos de página



Fig. 47 – Planos de página

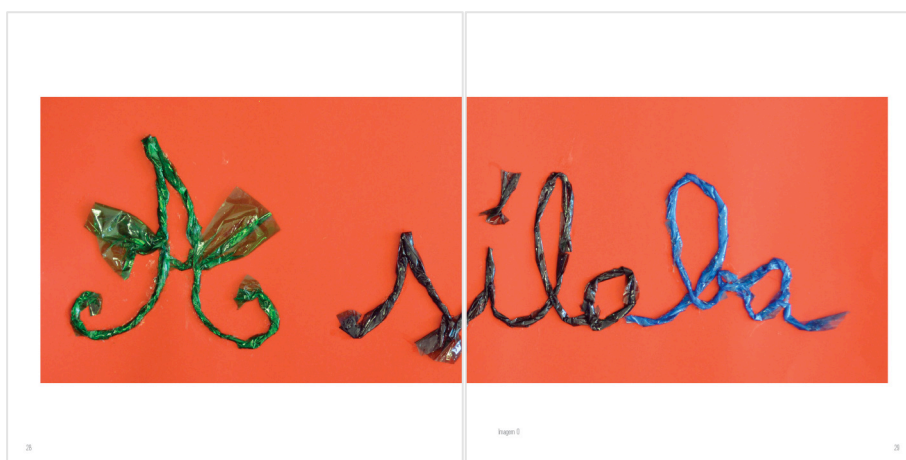


Fig. 48 – Planos de página



Fig. 49 – Planos de página



Fig. 50 – Planos de página



Fig. 51 – Planos de página



Fig. 52 – Planos de página



Fig. 53 – Planos de página

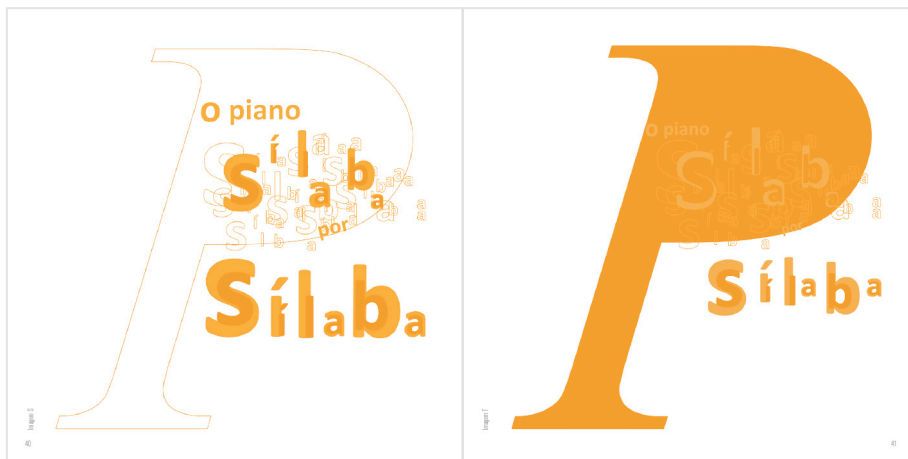


Fig. 54 – Planos de página



Conclusões

7. Conclusões

Depois de termos dado sequência ao desenvolvimento do projecto de criação das imagens/ilustrações numa tentativa de dar resposta à problemática inicial, algumas ilacções podem ser retiradas.

A literatura e a poesia constituíram excelentes pontos de partida, inspiradores da linguagem visual. O resultado foi o livro. Aí se uniu a comunicação escrita e linguística com a comunicação visual. Aí se revelou a autora e a sua personalidade. O desenho e a cor, a composição das imagens são sublinhados da sensibilidade do designer.

O uso de diferentes linguagens durante o processo de investigação e do trabalho criativo, materializados nas ilustrações desenvolvidas têm na tipografia e na cor um denominador comum. A cor na comunicação permite a transmissão rápida de mensagens e significados. Vitaliza ou revitaliza a mensagem atribuindo valor acrescentado ao conteúdo visual. A cor associa ideias, gestos, sentimentos que consubstanciam as imagens a transmitir.

É no instantâneo da imagem, distinta da escrita e do texto, que reside a sua eficiência na apreensão da mensagem e que na escrita o tempo não privilegia. Foi esta instantaneidade que procurámos reproduzir com as ilustrações a partir da literatura e poesia dos escritores que elegemos. Neste processo de investigação e de criação, ao longo da evolução do projecto teórico-prático foi enriquecedor constatar a escolha de vias gráficas para captar as sensações provocadas pela leitura/análise ou pela construção/desconstrução dos tópicos de partida.

Em que medida o design contribui para estimular o gosto pela leitura, está hoje muito relacionado com as novas tecnologias e abre novas linhas de expressão. A progressiva substituição da leitura pela visualização de imagens tem levado a um afastamento progressivo e a um desinteresse dos jovens pela palavra escrita, e a uma preferência pela imagem e por tudo o que é apreendido rapidamente através da visualidade.

Mais instrumentos, mais técnicas, novos canais, permitem que em tempo real o design assuma também o seu ponto "*just in time*". O tempo de comunicação deixa de ser dividido entre o momento da criação e da transmissão/apreensão. A comunicação visual passou a deter múltiplas práticas significantes, jornais, revistas, cinema, televisão, inter-

net, publicidade que interligam textos e imagem, sobretudo mais imagens que palavras. Citando Eugénio Andrade (data), a comunicação visual, tal como " (...) a palavra é como a nota que procura outras para um acorde perfeito".

A ilustração por si só, como veículo comunicacional, por vezes não tem um impacto imediato e perceptível como a comunicação verbal, daí que a sua compreensão tenha que ser suportada por um texto ou uma palavra, como referimos.

Como resposta à questão da investigação deste projecto, pode-se afirmar que a ilustração tem a capacidade de reforçar a mensagem de um texto literário, ao mesmo tempo que transmite ao leitor diferentes interpretações

No processo do desenvolvimento projectual, verificamos também que o leitor ao ler o texto pode condicionar possíveis interpretações da imagem ao seu contexto, tornando a comunicação visual relativa, por vezes enviesada, quantas vezes irónica.

Compreende-se que não só as imagens vão sempre necessitar de linguagem verbal, como irão continuar a ser uma forma de expressão onde o ser humano sempre continuará a ter necessidade de utilizar a palavra interpretável.

A assertividade da comunicação visual não dispensa a escrita, lugar onde se encontra tudo aquilo que o Homem tem de mais humano. Mas muitas vezes, vale mais uma imagem que mil palavras.

8. Bibliografia

Ambrose, G. and Harris.P. (2012). *Basics Design 07: Grids*, 2nd Edition

Bacelar, J. (2001). *Poesia Visual*. Universidade da Beira Interior

Baines, P. And Haslam A., (2002), *Type & Typography*. London: Laurence King

Barthes, R. (1953 e 1964). *Elementos de semiologia* (70). Lisboa: éditions du Seuil

Barbosa, C. (2009). *Manual Prático de Produção Gráfica*. Lisboa, 3ª edição, Principia.

Baumont, M. (1987). *Type and Colour*. Oxford: Phaidon Press.

Blackwell, L. (2004). *Tipografía del Siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gilli

Bringhurst, R. (2004). *The Elements of Typographic Style*. Vancouver: Hartley & Marks

Crow, D. (2006). *Left to Right: The Cultural Shift from Words to Pictures*. Lausanne: AVA.

Druker, J. (2006). *Quantum leap: Beyond literal materiality*, in Michel, B.

Feisner, E. A. (2006). *Colour – How to use colour in Art and Design*. (2nd ed.). London: Laurence King Publishing.

Fletcher, A. (2006). *Picturing and Poeting*. Oxford: Phaidon Press.

Gamito, M. (2005). *A Cor na formação do designer*. Dissertação de Mestrado em Cor na Arquitectura. Lisboa: FAUTL.

Grade, A.R; (2013). *Ensino de cores a crianças daltónicas, criação de um manual interativo, ensino pré-escolar*. Tese de Mestrado em Design de Comunicação. Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa.

Guimarães, L. (2004). *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 3ª edição.

Heitlinger, P. (2006), *Origens, Formas e Uso das Letras*. Lisboa: Dinalivro.

Heller, S. (1998), *Belles Lettres An Art Deco Writing Tablet* (Belles Letters) Paperback – August

Heller, E. (2007). *A psicologia das cores: como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hulburt, A. (1986) *Layout: o design da página impressa*, 2ª edição, São. Paulo, Nobel.

Jakboson, R. (2005). *Linguística e poética*. In: *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.

Jury (2007). *O que é a tipografia?* (trad. Armanda Rodrigues). Barcelona: Gustavo Gili.

Kunz, W. (2003). *Tipografía: macro y microestética*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Lourenço, E. (1985) *Antologia*. Porto: Portugalia, 1968, 5ª edição.

Lupton, E., Philips, J.C. (2011). *Graphic Design Thinking – How to define problems, get ideas and create form*. New York: Princeton Architectural Press.

Lupton, E. (2010). *Thinking with Type, Second Revised and Expanded*. Edition: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. New York: Princeton Architectural Press.

Mahnke, F. H. (1996). *Color, Environment & Human Response*. New York: John Wiley & Sons

March, M. (1998). *Creative Typography*. Oxford: Phaidon

Meggs, P. B. (1992). *A History of Graphic Design (2nd d.)*. Hoboken: Wiley

Munari, B. (2014). *Das coisas nascem coisas – Arte e Comunicação*. Lisboa: Edições 70.

Munari, B. (1968), *Design e Comunicação Visual – Arte e Comunicação*. Lisboa: Edições 70.

Munari, B. (1997) *Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática*. São Paulo: Martins Fontes.

Pastoureau, M. (1997). *Dicionário das Cores do Nosso Tempo*. Lisboa: Editorial Estampa.

Pinheiro, C. (2012). *Comunicação Visual e Design Inclusivo- Cor, Legibilidade e Visão envelhecida*. Tese de Doutoramento em Design. Não publicada. Lisboa FAUTL.

Poynor, R. (2007). *Obey the Giant: Life in the Image World*. Londres, Basel: August/Birkhäuser.

Silva, V. (2002). *20 Alfabetos tipográficos de vinte designers do século XX*; Lisboa.

Samara, T. (2006). *Type Style Finder, The Busy Designer's Guide to Choosing Type*. New York: Rockport Publishers, Inc.

Triggs, T. (2003). *The Typographic Experiment*. London: Thames&Hudson

Vilas-Boas, A. (2010). *O que é a Cultura Visual?*. Porto: AVB.

Walter, J.A., Chaplin, S. (1997), *Visual Culture: an introduction*. New York: Manchester University Press.

William, D., Heller, S. (eds), *Looking Close Five: Critical writings on graphic design*. New York: Allworth Press.

WilsonHarvey, L. (2005). *100 Type Treatments*. New York: Rockport Publishers, Inc.

Internet

Chaves, E. (2005). *O desafio da Tecnologia na Educação*. Tecnologia e práticas inovadoras. Consultado em: 15 de Janeiro de 2014. Disponível em: <http://tecnologiaepraticasinovadoras.blogspot.pt/2010/09/educacao-e-tecnologia.html>

David R. B. (1981). *AIGA, the professional association for design, is committed to advancing design as a professional craft, strategic advantage and vital cultural force*. Consultado em: 11 de Fevereiro de 2014. Disponível em: <http://www.aiga.org/>

Kent, N. (2011). *Tipografos, Bauhaus*. Consultado em: 9 de Junho de 2014. Disponível em: <http://nesleykent.com/arquivos/teoriadodesign1/bauhaus/>

Marques, T. (2007). *Tipografia: estrutura e conceitos digitais*. Revista de Investigação e Ensio das Artes. Consultado em: 25 de Novembro de 2014. Disponível em: <http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigo/30>

Pombo, O. Tese Central – *O meio é a mensagem*. Consultado em: 25 de Novembro de 2014. Disponível em: [Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa](#)

Reis, J. (2007). *A letra enquanto objecto de estudo*. Consultado em: 10/05/2014. Disponível em: <http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigo/89>.

Snyder, G., Peckolick, A. (1985). *Herb Lubalin. Art Director, Graphic Designer and Typographer*. New York. Consultado em: 11 de Fevereiro de 2014. Disponível em: <http://tipografos.net/design/lubalin.html>

Este documento foi redigido de acordo com o antigo acordo ortográfico