



O GRAFISMO COMO LINGUAGEM

por Rafael Souza Silva¹

Resumo:

Numa página impressa de jornal, o desenvolvimento do seu layout expressa o grau de intencionalidade contido no discurso gráfico através da estrutura morfológica das mensagens elaboradas. De modo individualizado ou coletivo, a configuração espacial de uma página impressa reúne os elementos técnicos do grafismo num ordenamento geométrico que qualifica e organiza por meio da simetria e assimetria os variados graus de tensões visuais. Este trabalho pretende direcionar alguns dos variados elementos e correntes que influenciaram o desenvolvimento do layout e do grafismo. Destaca as suas origens nas primeiras manifestações de comunicação visual demonstradas pelo homem primitivo, nos movimentos artísticos no início do século XX, nas correntes psicológicas da percepção visual e os seus desdobramentos na moderna arquitetura das produções impressas da atualidade.

Palavras-chave: Jornal, layout

Abstract:

In a page printed of newspaper, the development of your layout expresses the intentionality contained in the graphic speech through the morphologic structure of the elaborated messages. In an individualized or collective way, the space configuration of a page printed, gathers the technical elements of a set of visual elements that compose a part printed in a geometric order that qualifies and organizes through the symmetry and asymmetry the varied levels of visual tensions. This work intends to direct some of the varied elements and process that influenced the development of the layout and of the set of visual elements. It puts in evidences its origins in the first manifestations of visual communication demonstrated by the primitive man, in the artistic movements in the beginning of the century XX, in the psychological currents of the visual perception and the unfoldings in the modern architecture of the productions printed of the present time.

Palavras-chave: Newspaper, layout

¹ Rafael Souza Silva é doutor em Comunicação e Semiótica (PUC/SP); mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP); professor do Programa de Mestrado em Comunicação - UniSantos; diretor e professor-titular da Faculdade de Comunicação - UniSantos e jornalista.





""Senhor...se não restam mais humanos, que ao menos restem robôs-Ao menos a sombra do homem!""

Karel Capel, R.U.R. (Rossum's Universal Robots), 1920

A história das civilizações aponta o senso inato de organização e uma natural inclinação do homem pela proporcionalidade. As primeiras manifestações do homem primitivo ao juntar um objeto ao outro denota que o princípio de organização espontânea seria o primeiro passo para o desenvolvimento da forma e a sua posterior evolução, até atingir o estágio das atuais sociedades de consumo.

Dentro do processo da comunicação humana, as primeiras manifestações de comunicação visual esboçam uma tendência natural pela simetria da natureza e, ao mesmo tempo, uma forte carga de intenções dirigidas em oposição à linearidade, tendo como resultado as formas assimétricas. Assim, tanto o Oriente quanto o Ocidente desenvolveram seus conceitos estéticos à procura de soluções que satisfizessem à necessidade criadora através do equilíbrio. É nele que encontramos o ponto central de todo o ordenamento visual.

Allen Hurlburt, estudioso das origens do layout, ao procurar as raízes da forma e a busca de uma definição da estrutura, afirma: "Investigando as primeiras manifestações de civilização, os arqueólogos têm com freqüência encontrado provas e um senso inato de





organização e de um gosto natural pela proporção. Em algumas das culturas mais primitivas descobriram-se soluções tão complexas que sugerem o domínio da relação entre a matemática e a forma. Nas primeiras manifestações conhecidas de comunicação visual há uma predileção natural pela simetria da natureza; mas ocasionalmente deparamos também com exemplos de uma forte tensão e formas de equilíbrio assimétrico". (1980: 51).

As antigas civilizações deixaram provas documentais expressivas e ainda pouco explicadas em nossos dias. O legado arquitetônico deixado pelas civilizações grega e romana é o testemunho dessa predileção do homem pela forma através dos milênios, sem esquecermos os extraordinários feitos das culturas egípcia, inca e, notadamente, maia, considerada a cultura que reuniu os mais sofisticados cálculos matemáticos e sólidos conhecimentos de astronomia.

Com o objetivo de encontrar informações adicionais onde a própria arqueologia não conseguia desvendar, o norte-americano José Argüelles, pH.D. em História da Arte e estudioso do fenômeno da cultura maia amplia seus horizontes além dos territórios delimitados pelos sítios arqueológicos e faz o seguinte depoimento:

"É evidente que entre as minhas inspirações no ciclo da pintura, ao qual eu me dedicava, estavam os murais de Teotihuacan, a cerâmica e os trabalhos hieroglíficos dos maias. O brilho da cor, a capacidade de transmitir informações através de esculturas simbólicas condensadas, o desenho geral que reunia muitos aspectos e formas em um único discurso geométrico, embora ondulante e vibrante, eram aspectos da arte maia-mexicana que me inspiravam". (1995: 30).





O ideal clássico simétrico, o elemento manifestado pelas primeiras civilizações ocidentais e o ordenamento assimétrico experimentado pelas culturas orientais compõem o quadro atual das manifestações artísticas nos variados campos de atividades e se apresentam como paradigma que constitui a base e os princípios plásticos, uma função criadora e de pensamento do homem contemporâneo.

A pintura, a arquitetura, a escultura e as artes gráficas contribuíram de modo decisivo para o desenvolvimento e o aprimoramento do moderno layout. As correntes e os movimentos artísticos no início do Século XX, como uma rede atomizada de novas informações, desencadearam dentro do processo da comunicação visual uma série de elementos geradores de idéias que aceleraram o surgimento de outras manifestações culturais, de um modo especial, para o desenvolvimento da estrutura e configuração de uma peça impressa idealizada pelo layout.

Para Allen Hurlburt, o termo layout "é a idéia, a forma, o arranjo ou composição de uma página impressa" (1980: 8). O caráter geométrico de sua estrutura e configuração é o elemento condutor do processo visual e entendido como um fenômeno gestáltico pelas leis da percepção. Para muitos artistas gráficos ele é encarado como absoluto, funcionando como produto de uma intuição deliberada que afasta qualquer tipo de análise ou avaliação. Contudo, é o próprio paradoxo visual que determina, através da ilusão, a negativa de que esse processo seja absoluto, uma vez que a percepção visual está repleta de ambigüidades provocadas entre a retina e o córtex cerebral, provando que as coisas na verdade não são o que elas realmente parecem ser.

Gestalt





Os princípios da teoria da Gestalt nos dão a idéia de percepção como sendo a organização de dados sensoriais em unidades que formam um todo ou um objeto. Atento às experiências e princípios dessa teoria, o estudioso do layout e do design da página impressa, Allen Hurlburt, afirma que essas experiências continuam ainda hoje como a principal fonte de informação científica sobre percepção e reação. Para ele, a capacidade do olho e da mente humana em reunir e ajustar elementos e de entender seu significado constitui a base do design e nos remete ao princípio que torna possível a confecção do layout de uma página impressa. E acrescenta: "Os princípios da Gestalt não apenas ensinam como podemos combinar dados sensoriais para formar objetos, como também sugerem explicações para o fato de admitirmos a ilusão da tonalidade criada por pontos de meio-tom, a arte simplificada dos cartuns, o significado dos símbolos e a inquietação dos trabalhos abstratos". (1980: 136)

Segundo Kurt Koffka, a psicologia, quando começou a tratar o problema da percepção, não reconheceu a complexidade de sua tarefa. Como estudioso da Gestalt, Koffka afirma: "em princípio, acreditava-se que os diferentes aspectos do mundo visual tinham origens diversas e independentes, as quais poderiam ser estudadas em separado. No início, fez-se a distinção entre um sentido de cor e um sentido de espaço, a que mais tarde se adicionariam o sentido da forma e, possivelmente, o movimento" (1975: 274). Contudo, melhor analisando o processo da organização tridimensional essa psicologia segundo Koffka, "o mundo visual passa a ser visto como um produto de organização no campo psicofísico e tenta compreender o processo dessa organização, assim como os fatores que a determinaram. Os fatos da disparidade retiniana tal como são usualmente enunciados, são fatos de geometria". (1975: 275 e 276)





O pensamento e os princípios da teoria da Gestalt nos remete para o conhecimento de que geometricamente cada linha reta que desenhamos é um retângulo. Psicologicamente sabemos que não o é. Sobre isso Kurt Koffka nos adverte: "As linhas ordinárias retas ou curvas apresentam-se como linhas e não como áreas. Têm formas, é certo, mas faltam-lhes a diferença entre um interior e um exterior" (1975: 160). Para os pensadores das teorias psicológicas da Gestalt, as coisas que vemos têm melhor forma e estão limitadas por melhores contornos do que os buracos entre elas, que poderíamos ver, mas não vemos.

Os defensores dessa corrente psicológica atestam que a Gestalt é um produto da organização, e a organização é o processo que leva a uma Gestalt. Koffka afirma ainda: "O processo ou o produto de um processo é uma Gestalt, o que significa dizer que ele não pode ser explicado pelo mero caos, a mera combinação cega de causas essencialmente desconexas; mais que sua essência é a razão de sua existência". (1975: 691)

Como toda organização perceptual se caracteriza por um processo de ordenamento dentro de uma estrutura estável, o comportamento oposto sinaliza para o fato de uma situação instável onde a ação é prejudicada, uma vez que a postura e o equilíbrio são seriamente afetados. Desse modo, Koffka salienta: "Não é exagero dizer que, para nos mantermos de pé, nos apoiamos tanto em nossos olhos como em nossos pés, ou, talvez melhor, que nos equilibramos contra as circunvizinhanças, tal como fazemos com as mãos". (1975:399)

Uma página impressa como produto elaborado da nossa percepção é uma organização: portanto, um fenômeno gestáltico. Nela se destacam os elementos e princípios básicos dessa corrente da psicologia: suas leis de percepção das formas, da constância dos objetos, do princípio do isomorfismo e da teoria da dinâmica de campos. Desse modo,





uma peça impressa constitui um todo visual e seus caracteres gráficos são vistos de modo globalizante e não por relações separadas por compartimentos definidos.

O desenho da página impressa tem no layout o seu suporte, representando com objetividade a síntese de todos os elementos, e traduzindo com palavras e imagens o seu projeto de forma dinâmica. O planejamento visual gráfico é o elemento determinante nesse processo de comunicação, cuja intencionalidade perscruta a percepção e direciona nos objetivos propostos, no momento de sua criação. Cabe ao diagramador ou planejador gráfico traçar e decifrar por meio de códigos e léxicos a sintaxe da página, como instrumento unitário, dentro de um universo fragmentário de elementos verbais pré-codificados.

O estudo do desenho contemporâneo revela uma explícita cumplicidade pelo acúmulo de experiências dos seus precursores, desde a mais remota Antigüidade. O homem é, por excelência, o árbitro de suas intenções. Obedece às leis já estabelecidas e desafia com a força do imaginário um universo simbolizado em ações e reações que avançam e consolidam o volume do seu repertório.

Max Bense, fundador de uma nova estética, de base semiótica e teórico-informacional, afirma que "toda concepção e produção consciente de um estado estético ou de um objeto artístico (que é portador de um estado estético) parte de um repertório"... (1971: 66). Por outro lado, Lucrécia D'Aléssio Ferrara, interessada na teoria da linguagem, nos chama a atenção sobre a prática dialógica, situando a linguagem como prática dos processos de organização do pensamento, o espaço cultural individual e coletivo e as operações de seleção e relação que ativam do repertório. Para ela, "a inter-relação desses elementos caracteriza, para o diálogo, um volume acionado em três vértices ou em três dimensões: emissor (agente da escritura), o receptor (agente da leitura) e o contexto





(agente dos processos culturais que se fragmentam no tempo, mas cujos resquícios permanecem sempre ausentes no espaço da cultura e à disposição da história)". (1986: 77 e 78)

O estudo do moderno design revela a indiscutível somatória de conhecimentos das técnicas de reprodutibilidade através da tipografia, da arquitetura, do desenvolvimento tecnológico e industrial e do próprio grafismo, em perfeita sintonia com os movimentos artísticos da pintura e da escultura. Há, na verdade, um crescimento paralelo de idéias em todas as áreas e uma necessidade de compartilhar das experiências adquiridas em busca de novos desafios na divisão do espaço.

No século XVI, a concepção do tradicional desenho bidimensional, representada pelo mapeamento do mundo por Mercator, está caracterizada por uma visão sem o sentido da tridimensionalidade das esferas e do grafismo contemporâneo do século XX. Nesse século, o inventor e arquiteto Buckminster Fuller cria o que é hoje universalmente conhecida como a representação do mundo: o globo geodésico.

O moderno desenho de uma página impressa tem como objetivo reunir os elementos gráficos dominantes e secundários caracterizados pela tipologia, ilustrações, legendas, espaços em branco, o texto escrito, que através de sua estrutura e configuração traduzem a intencionalidade do que se deseja comunicar. A utilização de elementos geométricos funciona como elo entre o artista e o observador, agindo sobre a percepção através do sistema sensorial orientado por estímulos, o que resulta em uma cumplicidade recíproca, redundando em um eficiente processo de comunicação.

No princípio do século XX, várias correntes artísticas influenciaram de maneira marcante e contribuíram para o desenvolvimento do layout até às publicações dos dias atuais. As





linhas geometrizaras do cubismo alinhadas às idéias construtivistas e abstracionistas de outros movimentos artísticos de igual relevância enriqueceram o desenvolvimento e o aprimoramento do moderno design da página impressa. Essas idéias básicas são analisadas por E. O. H. Gombrich: "O interesse na estrutura, suscitado pelo cubismo entre os pintores em Paris, na Rússia e logo na Holanda com a seguinte questão: poderia a pintura converter-se numa espécie de construção, como a arquitetura?... O Cubismo não se propunha abolir a representação, apenas queria reformá-la". (1993: 452 e 464)

Vanguardas Artísticas

A forma ganha novo impulso com o Cubismo. Sua característica marcante é apresentar o objeto significativo sob vários ângulos. Apresenta nos seus traços, a frente e as costas, o que está dentro e fora, o acima e o abaixo, com o objetivo de desmistificar a ilusão da perspectiva linear, para uma representação simultânea da totalidade do objeto representado. "O Cubismo substitui o 'ponto de vista', ou faceta da ilusão perspectivista, por todas as facetas do objeto apresentadas simultaneamente" (McLuhan, 1971: 27). McLuhan nos chama a atenção para o fato de que, ao propiciar a apreensão total instantânea, o Cubismo reafirmou a idéia de que o meio é a mensagem. Em outras palavras, esclarece: "O Cubismo, exibindo o dentro e o fora, o acima e o abaixo, a frente, as costas e tudo mais, em duas dimensões, desfaz a ilusão da perspectiva em favor da apreensão sensória instantânea do todo" (1971: 27). Enfim, o Cubismo teve como principal função acentuar a leitura integral do objeto representado.

O movimento cubista não apenas rompeu com o comportamento do plano tridimensional da pintura, mas, sobretudo, resgatou a sua forma bidimensional, mostrando o objeto sob vários ângulos, simultaneamente, determinando forte influência no desenho da página impressa. Allen Hurlburt observa que "a revolucionária concepção formal desse





movimento, arma todo o cenário para o desenvolvimento do moderno design, abrindo novas possibilidades para a evolução das Artes Gráficas, com reflexos diretos no futuro da página impressa". (1980:18 e 19)

Se por um lado o Cubismo quebrou todas as formas convencionais da arte e do desenho, outros movimentos de expressiva carga revolucionária avançaram nesse sentido durante as três primeiras décadas do Século XX, deixando marcas indelévelis nos mais variados segmentos das artes visuais. O Futurismo, a Art Nouveau, a Art Déco e o Surrealismo fazem parte desse processo de mudanças de comportamento, com dupla fertilidade de ideais artísticos, que de alguma maneira deixaram uma contribuição ideológica para o aprimoramento do próprio desenho.

Quebrando todos os conceitos tradicionais, o movimento dadaísta, de vida relativamente curta (1912 - 1922), tenta revitalizar as artes visuais, rompendo com os conceitos tradicionais da arte e derrubando toda a estrutura da representação racional. O seu principal objetivo era protestar e rejeitar todos os valores instituídos pelas artes e pela sociedade. Na visão de Walter Benjamin, o comportamento social provocado pelo Dadaísmo foi o escândalo, isto é, que suas manifestações asseguravam uma distração intensa, transformando a obra de arte no centro de um escândalo. E ainda acrescenta: "O Dadaísmo colocou de novo em circulação a fórmula básica da percepção onírica, que descreve ao mesmo tempo o lado tátil da percepção artística: tudo o que é percebido e tem caráter sensível é algo que nos atinge". (1985: 191 e 192)

Oriundo de artistas remanescentes de outros movimentos, e de obras como "Nu descendo uma escada" e "Roda de bicicleta", de Marcel Duchamp, com características e atitudes anticonvencionais, o Dadaísmo tem vida curta e volta a renascer em Nova Iorque, no século passado, final dos anos 50 e início da década de 60, nas obras de Andy Warhol,





com as caixas Brillo, e de Cleas Oldenburg, em telefone Limp, como uma variação da obra de Duchamp.

Em Iniciação à História da Arte, H. W. Janson salienta que o francês Marcel Duchamp lançou o movimento denominado "Dadá" (Dadaísmo). O termo francês, que significa cavalinho de pau, foi, segundo se conta, encontrado em um dicionário por acaso, mas como se trata de uma palavra infantil... Janson ainda observa: "O Dadaísmo tem sido chamado de niilista, e seu objetivo era, na verdade, deixar claro ao público que todos os valores estabelecidos, morais e estéticos haviam perdido seu significado em decorrência da Primeira Guerra Mundial. Durante sua breve vida de 1916 - 1922, o Dadaísmo pregava veementemente o absurdo e a antiarte"... (1988: 380)

A obra Dadá-Berlim - Des/Montagem, de Norval Baitello Jr. nos remete ao universo irreverente e contestador desse movimento cultural de curta duração, cujos registros ficaram gravados nos jornais, nas revistas e tipografia caótica de suas mensagens, parodiando, montando e desmontando o antigo e o novo, em busca do inusitado, a desordem. Para Norval, essa noção de desordem e desuniformidade "estão ligadas ao conceito de não-definitivo, para as normas culturais contemporâneas... A grafia é sinal de perene, em oposição ao oral, ao apenas dito, que se perde no espaço-tempo. Pois a tipografia de Dadá anuncia o elemento da desordem, 'descoordenação motora', desacreditando o tipográfico, instaurando por assim dizer uma oralidade tipográfica". (1993: 101 e 118)

O rompimento com o tradicional fez do Dadaísmo um escudo de idéias contestadoras, desencadeando ações e reações que levaram ao surgimento de novas concepções sobre a forma, a exemplo da moderna pintura de Piet Mondrian, geométrica, de arrojada concepção espacial, com permanente influência no desenho da página impressa. "O





Dadaísmo influenciou nos designers gráficos de duas maneiras igualmente importantes: ajudou-os a se libertarem das restrições retilíneas e reforçou a idéia cubista do uso da letra em si mesma como uma experiência visual... Despertou também os designers para o fato de que o chocante e o surpreendente podem representar um importante papel na superação da apatia visual". (Hurlburt, 1980: 23)

De qualquer modo, o Dadaísmo e suas idéias revolucionárias no combate impiedoso ao que estava estabelecido pelas manifestações artísticas até o início do Século XX deixaram seguidores e espalharam influências nos mais variados movimentos da criação artística, notadamente a linha dos construtivistas da Escola de Bauhaus e do grupo denominado De Stijl, que lhe deram ordenamento ao caos instituído, pelo sentido de ordem e pela objetividade, abrindo maiores oportunidades para o desenvolvimento do moderno design e de nova estruturação de layout para a página impressa.

Segundo Allen Hurlburt, à época em que a Escola Bauhaus encerrou suas atividades, em 1933, o moderno desenho era uma idéia plenamente desenvolvida:

"A arquitetura evoluiu para o estilo internacional e o design industrial tornou-se uma nova forma artística, baseada nas estruturas estabelecidas nas oficinas Bauhaus. No desenho gráfico, a assimetria estava firmemente instituída; a tipografia havia encontrado novas expressões, diretas e simples; e a crescente importância da publicidade era um fato incontestável, a partir da criação dos cursos de propaganda do Bauhaus, ao final da década de 20. O movimento moderno colocou uma nova ênfase nas cores primárias - vermelho, amarelo e azul - bem como nas formas primárias - quadrado, círculo e triângulo". (1980: 42)





A importância do movimento Bauhaus para o desenvolvimento do desenho é retratada por Magdalena Droste, quando afirma:

"As aulas de Paul Klee tinham como tema as formas elementares, passando posteriormente para as cores elementares. Muitos dos exercícios conhecidos hoje derivaram destas formas. Estas encorajavam o sentido pela organização dos espaços e abriram a visão para as infinitas possibilidades do design: através da proporção, rotação, de reflexões em conjunto com exercícios sobre a teoria da cor, oferecia-se um campo de atividade inesgotável". (1992: 65)

Droste relata a importância do ateliê de tipografia e publicidade da Escola Bauhaus, onde o esboço e a execução realizavam-se sob um único teto, isto é, tornar possível estruturar as condições prévias para uma nova descrição do trabalho: o desenho gráfico. (1992: 148)

Entre os elementos da composição do moderno design, Magdalena Droste ainda lembra que, "estilisticamente falando, o atelier utilizava agora a 'nova' ou 'elementar' tipografia que Lucia Moholy introduzira na Bauhaus. O vermelho e o preto eram as cores dominantes, outros elementos de composição incluíam letras, tipos sem serifa, grotasca, o que mais tarde se juntou ao estilo futura, trabalho com fotografias e material tipográfico como pontos, linhas, travessões e retículas. O ordenamento do plano respeitava agora as regras de simetria mais o significado do texto, e podia ser diagonal ou vertical". (1992: 151)

Todos os movimentos das vanguardas artísticas do início do Século XX contribuíram de algum modo para o desenvolvimento e para o aprimoramento do desenho. Essa importância é demonstrada pelas afirmações de Giulio Carlo Argan, quando ressalta:





"As vanguardas são um fenômeno típico dos países culturalmente menos desenvolvidos e apresenta-se como rebelião contra a cultura oficial geralmente moderada, aproximando-se dos movimentos políticos progressistas. Seus esforços, embora intencionalmente revolucionários, em geral reduzem-se a um extremismo polêmico. Nos manifestos futuristas, pede-se a destruição das cidades históricas e dos museus; exalta-se a cidade nova concebida como uma imensa máquina em movimento. A revolução que se deseja é, na verdade, a revolução industrial ou tecnológica, isto é, ainda uma revolução burguesa; na nova civilização das máquinas, os intelectuais-artistas deverão representar o impulso espiritual do 'gênio'". (1995: 313)

O que se pode ressaltar é que estas correntes não se excluem entre si, mas de alguma maneira se inter-relacionam de tantos modos, que a produção artística se integra em duas ou mais, num processo de continuidade, desdobramentos e contraposições. Um exemplo claro dessa dualidade é revelada por Argan:

"Literalmente, expressão é o contrário de impressão. A impressão é um movimento do exterior para o interior: é a realidade (objeto) que se imprime na consciência (sujeito). A expressão é um movimento inverso, do interior para o exterior: é o sujeito que por si imprime o objeto. É a posição oposta à de Cézanne, assumida por Van Gogh. Diante da realidade, o Impressionismo manifesta uma atitude sensitiva, o Expressionismo (sic) uma atitude volitiva, por vezes até agressiva... Somente a primeira (a tendência expressionista) coloca o problema da relação concreta com a sociedade e, portanto, da comunicação; a segunda (a tendência simbolista) o exclui, coloca-se como hermética ou subordina a comunicação ao conhecimento de um código (justamente o símbolo) pertencente a poucos iniciados". (1995: 227). Contudo, ainda explica Argan: "Na poética neoplástica, o puro ato





construtivo é estético: unir uma vertical a uma horizontal ou duas cores elementares já é construção". (1995: 287)

Geometrização

A importância do movimento cubista não apenas se limitou ao desenvolvimento do layout, mas a outras correntes artísticas, conforme observa H. W. Janson: "O Cubismo espalhou-se por todo o mundo ocidental e influenciou não só outros pintores, como também escultores e até arquitetos" (1992: 684). E ainda acrescenta: "O Cubismo era uma disciplina formal do equilíbrio sutil, aplicada a assuntos tradicionais tais como naturezas-mortas e nus. No entanto, outros pintores encontraram-lhe uma afinidade especial com a precisão geométrica da engenharia, considerando-o especialmente adequado ao dinamismo da vida moderna". (1992: 686)

A contribuição do pintor holandês Piet Mondrian, em princípio do século XX, é um dos exemplos dos rumos tomados pelo moderno layout, quando propõe o quadro como produto industrial equivalente aos outros elementos da cultura de massa já instituídos pela moderna tecnologia. Em suas figuras geométricas representadas por retângulos e quadrados, envolvidas por combinações assimétricas e uso das cores primárias - vermelho, azul e amarelo -, tenta alcançar o equilíbrio entre o objetivo e o subjetivo, isto é, a formalização direta da beleza universal e a sua expressão estética em si mesma.

Como teósofo convicto, Mondrian tenta captar uma realidade concreta que estaria além das variações da percepção individual. Em sua obra, a utilização de formas geométricas leva o observador à constatação da existência de quadrados, revelando a densidade de cada superfície, pela utilização das cores e sobreposição das formas geometrizadas. Foi





considerado o mais radical abstracionista do nosso tempo e um dos pintores que mais contribuiu para o desenvolvimento do desenho.

Essa importância de Mondrian é revelada por H. W. Janson quando afirma: "Desenvolveu um estilo completamente não-figurativo que chamou de neoplasticismo, também conhecido por De Stijl, nome da revista holandesa que defendia suas idéias. Seu desenho está reduzido a traços horizontais e verticais, às cores dos três tons primários e ao preto e o branco. Qualquer possibilidade de representação ficou eliminada e a sua obra também não faz sentido numa reprodução em preto e branco". (1992: 689)

Numa análise sobre as linhas geométricas e composição das cores do trabalho de Mondrian, Janson observa:

"Ao analisar a composição em vermelho, azul e amarelo, verificamos que, medindo as várias unidades, apenas as proporções da tela são verdadeiramente racionais - um quadrado exato. Mondrian conseguiu todo o resto por intuição e tentativas. Quantas vezes teriam ele modificado as dimensões do retângulo vermelho para adquirir o equilíbrio entre este e o restante dos elementos? Por estranho que pareça, o apurado sentido de equilíbrio não-simétrico de Mondrian é tão característico que críticos bem familiarizados com a sua obra não têm dificuldade em distinguir um quadro autêntico de uma falsificação. É provável que sejam os desenhadores que lidam com formas não figurativas, tais como arquitetos e topógrafos, os que mais apreciam esta sua faceta, e, na realidade, Mondrian teve sobre eles uma influência maior do que sobre os pintores". (1992: 689)

Em sua última fase criativa, a característica neoplasticista de Mondrian através da utilização de linhas horizontais e verticais e o estilo geometrizado de suas obras revelam uma perfeita sintonia com a funcionalidade da arquitetura, com o urbanismo das cidades





e com o próprio grafismo das modernas peças gráficas da publicidade contemporânea. Através da ousadia e da inovação dos seus trabalhos, mistura a pureza e a simplicidade traçadas na superfície bidimensional de suas obras, comprovando a significativa influência desse artista, na pesquisa do moderno layout e no aprimoramento das investigações da estrutura e configuração do espaço bidimensional.

Mondrian formula plenamente seu neoplasticismo baseando-se na estruturação de linhas retas e cores primárias, alternadas com zonas brancas. Sua participação no grupo artístico De Stijl o influenciou na continuidade do seu trabalho com características geométricas marcantes, onde formas quadradas e retangulares delimitam as zonas cromáticas. Não resta a menor dúvida de que a fonte mais citada como origem da moderna arte gráfica é o Cubismo. Contudo, outras correntes artísticas de igual ou relativa importância influenciaram o desenvolvimento do desenho moderno.

Embora vários estudiosos do desenvolvimento do moderno layout sinalizem em direção à influência dessas correntes artísticas no avanço técnico do design de uma página impressa, não seria o jornal um produto industrial acabado que teria assumido esse papel, num sentido inverso? Não há uma resposta definitiva. Sendo um veículo de comunicação massiva, com um poder infinitamente maior de penetração e, portanto, de manipulação, a página de um jornal reuniria as condições básicas para efetivar essa transformação.

Com o desenvolvimento da reprodutibilidade técnica, a tipografia leva a imprensa a mudanças radicais. É pelo layout das páginas que o jornal reflete através dos textos e ilustrações organizados em arranjos espaciais, a visão do mundo. De modo mais acentuado que a pintura, é a página de jornal que expressa essa nova realidade do homem transformado nos centros urbanos, presa aos caprichos impostos pela industrialização. Sob o ponto de vista cultural é perfeitamente possível confrontar a





edição jornalística com a produção artística, pois o fenômeno se ramifica por todos os setores da arte e da própria cultura. Se por um lado as correntes impressionista e expressionista deflagraram uma nova visão da realidade formal, o layout de uma página de jornal ou de um cartaz publicitário, como elemento da cultura de massa, pode ser caracterizado como um modelo expressivo da moderna arte industrial.

Percepção

Dentro do processo da comunicação visual, a intencionalidade da mensagem se baseia em fundamentos culturais, que pressupõem uma forma de operação. Praticamente tudo que os nossos olhos vêem pode ser interpretado como um processo de comunicação visual. Bruno Munari, em sua obra *Design e Comunicação Visual*, nos chama a atenção para o fato de que dentro do processo da comunicação visual existem dois componentes fundamentais: a informação e o suporte. Segundo ele, "a arte é um fato mental, ligado ao conhecimento das coisas e dos meios da comunicação visual. As coisas não são mais do que a realidade na qual todos vivem, os meios são instrumentos que permitem tornar visível aquilo que o cérebro capta a partir dos estímulos externos". (1968: 75 e 76)

No âmbito da comunicação visual, Munari ainda observa que no processo intencional a informação se direciona em dois caminhos: o da informação estética e o da informação prática. E assim explica:

"Como informação prática, sem componente estético, entende-se, por exemplo, um desenho técnico, a fotografia do repórter, as notícias visuais da TV, um sinal de trânsito, etc. Como informação estética, entende-se uma mensagem que nos informe, por exemplo, as linhas harmônicas que compõem, numa forma, as relações volumétricas de uma construção tridimensional, as relações temporais visíveis de transformação de uma forma





noutra. Assim, cada receptor e cada um de modo diferente, possui algo que podemos definir como filtros, através dos quais a mensagem terá de passar para ser recebida". (1968: 87 e 90)

Uma página impressa, em princípio, é uma grande massa. Forma e conteúdo provocam um exercício de Gestalt. O fenômeno é corriqueiro e pode ser observado por qualquer pessoa numa banca de jornais. Uma grande manchete, uma fotografia, espaços em branco e grandes áreas negras preenchidas por tinta. Preto e branco. De repente, a cor. Esta, mais envolvente, atuando de forma persuasiva e atraindo para si todo o centro da percepção planejada. Mas não é apenas isso. Há contornos, fios grossos e finos, quadrados, retângulos, a própria linha. Um ponto. Este, o elemento catalisador do movimento ótico, o princípio e o fim dos ditames visuais mais importantes a serem traçados na página.

O desenho da página impressa representa, na verdade, uma configuração indicial e, ao mesmo tempo, contempla o leitor por meio de uma série de ícones em códigos específicos, definindo o que a mensagem representa, ou o que se deseja comunicar.

"A página impressa possui uma qualidade especial que influencia sua forma, seu conteúdo e a reação do leitor"... "Perceber uma imagem é participar de um processo criativo. No ato de ver, temos a tendência de separar determinadas imagens da massa de impressões a que estamos expostos e adicionar a essa imagem nosso próprio conhecimento, nossa experiência e imaginação". (Hurlburt, 1980: 133)

Num trabalho de Lúcia Santaella sobre a percepção são realçadas as pesquisas empíricas realizadas sobre o assunto, revelando que, provavelmente, devido às condições evolutivas do ser humano, 75% da percepção humana é visual. A segunda em importância cabe ao ouvido, com 20 %, e aos demais sentidos representados pelo olfato, paladar e tato, 5%.





Fica evidente o domínio absoluto do sentido visual como elemento mediador das atividades do homem.

Santaella salienta que a visão é o sentido mais importante e foi sobre ela que os estudiosos redobram suas pesquisas. "A primeira dificuldade a ser enfrentada dizia respeito à óbvia disparidade entre a imagem retiniana que é plana, chapada e a percepção visual dos objetos do mundo, que é tridimensional". (1993: 24 e 25).

Numa página impressa, o texto escrito transmite a informação através dos seus signos compreensíveis: as palavras. Ao mesmo tempo, produz uma informação visual de reforço estético através dos símbolos que atuam na sensibilidade do receptor. Aí vemos como o discurso gráfico assume sua condição de linguagem. Suas raízes se findam no planejamento visual estruturado pela diagramação, mecanismo de linguagem que traduz em códigos e léxicos o que se deseja comunicar.

No desenvolvimento do desenho de uma página, o grafismo é um dos elementos indispensáveis de apoio ao texto. Com a utilização de uma diagramação moderna e envolvente, o desenho da página deve acompanhar o desenvolvimento da tecnologia gráfica e dos novos conceitos estéticos do texto escrito. Embora a tipografia moderna esteja assentada nas teorias e princípios do desenho desenvolvido nos anos vinte e trinta do Século XX, devemos aos pesquisadores da tipografia objetiva e funcional e do desenho gráfico o desenvolvimento de sistemas reguladores da comunicação visual até nossos dias.

O grafismo é o elemento regulador de uma ação e reação no âmbito da página impressa. É nele que se concentra o poder de sedução e a identidade visual de uma publicação. Nesse sentido, Josef Müller-Brockmann nos adverte:





"A concepção da identidade visual tem que ser planejada para todos os meios de informação... Deve procurar-se uma idéia básica que permita encontrar respostas consistentes, lógicas e funcionais aos problemas que surjam mas ao mesmo tempo deve (sic) ir mais longe... A concepção de uma identidade visual deve apresentar uma grande flexibilidade de tal forma que corresponda a funções de comunicação ainda desconhecidas, devendo criar sempre um sentido de interesse e inovação"... (1982: 133)

A primeira página de uma publicação é a vitrina onde deverão estar expostos os principais elementos informativos que se deseja comunicar. Nela são traçadas as estratégias de sedução de leitura, onde o grafismo contido de forma harmoniosa desperta esse interesse, de acordo com os critérios utilizados pelos planejadores gráficos. Um dos mais requisitados planejadores gráficos de jornais da atualidade, Mario R. García, salienta:

"Os desenhadores de jornais devem reconhecer a importância do movimento do olho quando desenharam uma página, especialmente, na primeira página, quando a atração inicial antecede a qualquer outra ação por parte do leitor. E para atingir esse objetivo, devem estar atentos a duas regras básicas: captar a atenção do leitor no momento em que vê a página e criar o interesse visual necessário para que os olhos do leitor não desistam de vê-la". (1984: 56)

O efeito gestáltico provocado pela compartimentação modular dos textos escritos, fotos, gráficos e outros elementos, em espaços prefixados e padronizados, tornou irreversível a industrialização do design das páginas. A evolução tecnológica é o agente transformador das mentalidades. Tanto no jornalismo impresso diário, quanto na moderna arte publicitária, essa transformação abre novos caminhos de comportamento. A técnica impõe novas práticas, que levam a outros padrões estéticos.





Considerado como um dos pioneiros a abandonar as normas da tipografia tradicional, e um dos principais conhecedores das Artes Gráficas da atualidade, Emil Ruder acredita que o espaço sobre o papel nunca significou simplesmente uma superfície sem vida a cobrir com elementos tipográficos. Persegue a magia da tridimensionalidade, como homem do seu tempo, acompanhando, com naturalidade, as mudanças impostas pela tecnologia. Para ele: "o desenhador-tipográfico deve manter-se ao corrente da evolução técnica presente e futura, já que tais progressos podem ao mesmo tempo criar modificações formais. E em cada obra impressa que pretenda ser um testemunho válido da sua época, as qualidades técnicas devem aparecer unidas às qualidades formais". (1983: 58)

Assim, o avanço tecnológico e a utilização cada vez mais crescente da informatização das redações nas corporações jornalísticas e nas agências de publicidade, além do aumento vertiginoso de atrativos visuais inter-relacionados (desenho/máquina) são fatores que exigem novas posturas de comportamento. A paginação eletrônica atinge níveis técnicos satisfatórios compatíveis ao desenvolvimento de um modelo de desenho gráfico industrial capaz de acelerar a relação espaço-tempo de produção da informação. Há uma emergente mudança nos processos tátil e mental, na confecção de uma peça impressa. Isso leva a alterações na anatomia dos veículos impressos que, a cada dia, tentam se adequar ao novo e disputar um mercado em constante transformação.

Contudo, a concorrência da mídia eletrônica, em especial a televisiva, acelera esse processo de atualização tecnológica do jornalismo impresso diário, cuja finalidade básica é a sedução dos leitores e a busca de novos mercados. E uma das armas principais utilizadas para essa sedução é o uso da cor. O surgimento e a difusão da cor na televisão alteram decisivamente a expressão plástica uniforme e acinzentada dos jornais do mundo inteiro.

Colorização





Dentro do processo da comunicação visual, o homem diante da cor recebe uma influência tríplice: a de impressionar, a de exercer e a de construir. Modesto Farina, estudioso da teoria das cores, explica esses fenômenos:

"Quando a cor é vista, impressiona a retina. Quando é sentida, expressa, provoca uma emoção. E é construtiva, pois tem um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem que comunique uma idéia... Na realidade, a cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às influências culturais". (1982: 27)

Em relação a esse processo, os tons e semitons do cinza e o contraste agressivo das áreas negras no papel em branco foram, por muito tempo, os únicos elementos da cor utilizada na produção gráfica, pelo jornalismo impresso diário. As dificuldades técnicas e a inviabilidade econômica de sua reprodução inibiram o uso da policromia. Contudo, a concorrência com outros veículos impressos tais como revistas, cartazes, embalagens e, principalmente, com o advento da televisão em cores, a mídia impressa diária mudou comportamentos e estabeleceu novos valores e padrões visuais, inclusive o uso da cor.

Os desenhistas gráficos de jornais precisaram se adaptar a essa nova realidade com o uso da policromia no seu dia-a-dia de trabalho. O domínio técnico para essa atividade é fundamental, para que a produção gráfica se processe de modo harmônico no seu resultado final, que é a página impressa.

Modesto Farina nos adverte que os costumes sociais são fatores que intervêm na escolha das cores, e que derivando de hábitos estabelecidos durante longo espaço de tempo, fixam-se atitudes psicológicas que orientam inconscientemente inclinações individuais. Para ele, "a cor é uma realidade sensorial à qual não podemos fugir. Os vários processos





de que se ocupa o fenômeno do cromatismo além de atuarem sobre a emotividade humana, produzem uma sensação de movimento, uma dinâmica envolvente e compulsiva". (1982: 101)

A conceituação da cor, segundo Rudolf Arnheim, relaciona-se com o desenvolvimento cultural dentro de uma relação de obscuridade e claridade. Assim, ele define:

"Estritamente falando, toda aparência visual deve sua existência à claridade e cor. Os limites que determinam a configuração dos objetos provêm da capacidade dos olhos em distinguir entre áreas de diferentes claridades e cor. Isto é válido mesmo para as linhas que definem as configurações em desenhos; elas são visíveis apenas quando a tinta difere do papel, na cor. Não obstante, pode-se falar de configuração e cor como fenômenos separados. Um disco verde sobre um fundo amarelo é exatamente tão circular quanto um disco vermelho sobre um fundo azul (sic) e um triângulo preto é tão preto quanto um quadrado preto". (1980: 323).

Em termos gerais, para Arnheim, na visão da cor a ação parte do objeto e afeta a pessoa; mas quanto à percepção da forma, a mente organizadora vai ao encontro do objeto. Para ele, uma aplicação literal dessa teoria "poderia levar à conclusão de que a cor produz uma experiência essencialmente emocional, enquanto a forma corresponde ao controle intelectual". (1980: 326 e 327)

Forma e conteúdo, cor e movimento, elementos presentes em todas as atividades do homem contemporâneo são, segundo Pierre Francastel, "as bases de um novo sistema figurativo, apoiado numa nova apreciação da natureza física das cores, bem como numa nova apreciação da natureza signo plástico (1983:210. Para ele, "a nossa época cria cor, da mesma forma que cria tudo que nos cerca. O homem espectador e explorador é





substituído pelo homem artesão e criador do seu universo; com melhores ou piores resultados, a especulação moral cede passo à criação ativa de meio de ação do homem sobre a natureza, cada vez mais poderoso. A cor é um dos instrumentos mais presentes nessa rápida criação de um novo ambiente para a espécie humana". (1983: 220)

No desenvolvimento do design, o problema da cor possui dois aspectos na posição de Bruno Munari: como usar o material, já colorido, que a indústria produz e com que critério inserir o elemento cor no projeto dos objetos. Para ele, "a cor não tem a mesma função para o designer e para o pintor. O designer opera em ligação com a ciência e a indústria, o pintor tem relações com o artesanato e com a produção manual. O designer tem que usar a cor de modo objetivo (sic) enquanto o pintor, (sic) usa-a, de modo subjetivo". (1968: 362)

Quando se trata de imagens coloridas, o estudioso do layout Allen Hurlburt alerta que os desenhistas devem considerar tanto os contrastes cromáticos como os de valor. E acrescenta: "O contraste se verifica entre as cores de alta intensidade; entre cores frias (azul e verde) e cores quentes (vermelho e amarelo); e na justificação deliberada de cores complementares (que não combinam). Cores complementares são as que, num círculo cromático, se encontram opostas uma à outra". (1980: 65)

Embora tardiamente, a chamada grande imprensa brasileira despertou para o uso da cor, trazendo com ela mudanças comportamentais tanto por parte do seu público quanto pela área técnica especializada da produção gráfica. Diagramadores desenvolvem o layout para essa nova realidade em que a cor determina as novas regras do jogo. O grafismo se avoluma e se aperfeiçoa, em busca de novos elementos que identifiquem a publicação com o seu público consumidor.





É importante salientar que na classificação das cores há diferenças entre a cor-luz e a cor-pigmento. O vermelho, o verde e o azul-violeta são as cores primárias da luz; enquanto o azul (cian), o vermelho (magenta) e o amarelo pertencem às cores primárias da cor-pigmento. Se por um lado as leis da ótica determinam a cor-luz - como, por exemplo, a fotografia -, por outro, a reprodução dessa imagem impressa através da química (tinta) num suporte de papel é determinada pela cor-pigmento transparente, ou por transparência em retículas, quando essas cores primárias são representadas pelas cores compostas denominadas cian (azul), magenta (vermelho) e amarelo.

Apesar do efeito persuasivo da cor, Leon Kossovitch nos chama a atenção para o fato de que os conceitos de luz e sombra prevalecem sobre o de cor, uma vez que a exposição da cor é menos detida que a do desenho, visto que a ele está subordinada, sobressaindo à seqüência comum: desenha-se, depois se colore. E ainda acrescenta:

"A cor vem analisada principalmente no conceito abrangente de recepção de luzes, que, com os de distância e ângulo do olhar, definem as qualidades variáveis; as permanentes, 'perpétuas', isto é, as linhas de contorno e seus ângulos, definem a superfície como tal, excluído o olhar. São variáveis as qualidades que, não pertencendo à superfície, modificam-na; assim recepção de luzes, por um lado, e o ângulo e a distância, por outro, qualificam a superfície como aparência. A incidência de luz e o sítio do olhar configuram, respectivamente, o construto perspectivista e o claro-escuro". (1995: 184)

No estudo "A emancipação da cor", de Leon Kossovitch, ele assinala que o branco e o preto traduzem a luz e a treva; os matizes, a sombra: "Nas coisas, luz e treva são recíprocas, sendo a sombra a diminuição da luz, no que distingue a escuridão... É que o branco participa em economia relevante, que extrapola os conceitos, até certo ponto





estabelecidos, de relevo; luz e sombra montam com as cores sistema de interações óticas, cujo princípio é a reflexividade". (1995: 189)

De acordo com a explicação dada por Milton Ribeiro sobre a luz e a cor,

"a luz se compõe de uma mistura de radiações de diferentes longitudes de ondas. A mistura uniforme e simultânea de todas estas ondas produz em nós a percepção do branco; o que indica que a luz colorida é uma parte da luz branca... A luz provém de uma fonte natural ou artificial. Cada fonte, ou centro luminoso, emana ondas ou vibrações que impressionando a vista dão precisamente a sensação de luz. Tais ondas e vibrações têm sua própria longitude ou freqüência, que por serem diferentes resultam em cores diferentes. Então, a luz que convencionalmente chamamos branca é o resultado da combinação de muitos raios coloridos, dos quais a vista humana percebe somente uma parte". (1983: 151)

A difusão e o uso da cor pelos veículos de comunicação de massa impressos, ou nas artes visuais de um modo geral, não se limitam apenas ao valor decorativo, tampouco ao meramente estético. Não deve ser encarada apenas como um recurso, mas, acima de tudo, como um procedimento de linguagem e de expressão. Em termos gerais, Rudolf Arnheim explica que "na visão da cor a ação parte do objeto e afeta a pessoa; mas para a percepção da forma a mente organizadora vai ao encontro do objeto" (1980: 326). "A cor produz uma experiência essencialmente emocional, enquanto a forma corresponde ao controle intelectual." (1980: 327)

O homem urbano é bombardeado diariamente por uma enorme carga de mensagens visuais. Essas mensagens que roubam o olhar do receptor, informando e seduzindo, têm





na cor o elemento centralizador desse comportamento. A ótica e a neurofisiologia explicam desde o passado até o presente a percepção desse fenômeno.

A difusão do uso da cor no jornalismo impresso diário vem se desenvolvendo rapidamente. Um dos responsáveis por esse procedimento é o próprio avanço tecnológico e, sobretudo, a concorrência da imagem televisual. O poder de influência da televisão sobre o jornalismo impresso é que vai determinar essa mudança de comportamento no mercado da informação. O veículo TV propiciou uma agilidade receptiva que acabou criando uma nova estética, por meio dessas possibilidades de metamorfose visual, que hoje o jornalismo impresso possui.

É no moderno design e na atualização tecnológica que o jornalismo impresso diário parte em busca de novos caminhos, segmentando assuntos específicos em cadernos e favorecendo o trabalho do marketing publicitário, num procedimento semelhante ao conquistado pelas revistas e pela própria televisão.

A sedução visual é o suporte para esse novo tipo de marketing jornalístico, garantindo a sustentação econômica das corporações jornalísticas, quando provoca novos estímulos de leitura.

Atraído por esse jogo sedutor, o leitor é envolvido pela página impressa sem perceber que se inseriu em um complexo mercadológico. Essa é a magia do grafismo enquanto linguagem. É quando um meio se transforma em mensagem.





ARGUELLES, J. (1995) *O FATOR MAIA - UM CAMINHO ALÉM DA TECNOLOGIA*. SÃO PAULO: CULTRIX., ., (1995) . . .

ARNHEIM, R. (1980) *ARTE E PERCEPÇÃO VISUAL - UMA PSICOLOGIA DA VISÃO CRIADORA*. SÃO PAULO: EDUSP., ., (1980) . . .

BAITELLO JR. N. (1993) *DADÁ-BERLIM - DES/MONTAGEM*. SÃO PAULO: ANNABLUME., ., (1993) . . .

BENJAMIN, W. (1985) *MAGIA E TÉCNICA, ARTE E POLÍTICA*. SÃO PAULO: BRASILIENSE., ., (1985) . . .

BENSE, M. (1971) *PEQUENA ESTÉTICA*. SÃO PAULO: PERSPECTIVA., ., (1971) . . .

DROSTE. M. (1992) *BAUHAUS ARCHIV*. COLOGNE (GERMANY): BENEDIKT TASCHEN VERLOG GMBH., ., (1992) . . .

FARINA, M. (1982) *PSICODINÂMICA DAS CORES EM COMUNICAÇÃO*. SÃO PAULO: EDITORA EDGARD BLUCHER., ., (1982) . . .

FERRARA, L. D. (1986) *A ESTRATÉGIA DOS SIGNOS*. SÃO PAULO: PERSPECTIVA., ., (1986) . . .

.

FRANCASTEL, P. (1983) *IMAGEM, VISÃO E IMAGINAÇÃO*. SÃO PAULO/LISBOA: MARTINS FONTES., ., (1983) . . .





GARCÍA, M. R. (1984) *DISEÑO Y REMODELACIÓN DE PERIÓDICOS*. PAMPLONA (ESPAÑA): EUNSA.,., (1984)

GOMBRICH, E. H. (1993) *A HISTÓRIA DA ARTE*. RIO DE JANEIRO: GUANABARA/KOOGAN.,., (1993)

HURLBURT, A. (1980) *LAYOUT*. SÃO PAULO: MOSAICO.,., (1980)

JANSON, H. W. (1992) *HISTÓRIA DA ARTE*. SÃO PAULO: MARTINS FONTES.,., (1992)

KOFFKA, F. (1975) *PRINCÍPIOS DA PSICOLOGIA DA GESTALT*. SÃO PAULO: EDUSP/CULTRIX.,., (1975)

KOSSOVICH, L. (1995) *A EMANCIPAÇÃO DA COR. EM O OLHAR*. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS.,., (1995)

MCLUHAN, M. (1971) *OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO EXTENSÕES DO HOMEM*. SÃO PAULO: CULTRIX.,., (1971)

MULLER-BROCKMANN, J. (1983) *SISTEMAS DE RETÍCULAS - UN MANUAL PARA DISEÑADORES GRÁFICOS*. BARCELONA (ESPAÑA): GUSTAVO GILI.,., (1983)

MUNARI, B. (1968) *DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL*. LISBOA: EDIÇÕES 70 / MARTINS FONTES.,., (1968)

RIBEIRO, M. (1983) *PLANEJAMENTO VISUAL GRÁFICO*. BRASÍLIA: LINHA GRÁFICA E EDITORIA.,., (1983)





RUDER, E. (1983) *MANUAL DE DISEÑO TIPOGRÁFICO*. BARCELONA (ESPAÑA): GUSTAVO GILI., ., (1983) . . .

SANTAELLA, L. (1993) *A PERCEÇÃO - UMA TEORIA SEMIÓTICA*. SÃO PAULO: EXPERIMENTO., ., (1993) . . .

