PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

4 | APRESENTAÇÃO

O início da década de 1950 foi marcado por grandes transformações artísticas no eixo Rio-SP, proporcionadas em grande parte pela repercussão das bienais de São Paulo. A primeira delas, em 1951, premiou a escultura *Unidade Tripartida* de Max Bill. Podemos colocar esse acontecimento como um marco do desenvolvimento da arte concreta no Brasil, pois os artistas que já focavam suas experiências na construção racional e no abstracionismo instigaram-se ainda mais. Entre eles, o mais radical, o líder do grupo Waldemar Cordeiro, estudava e divulgava as teorias de Kandinsky, Mondrian e da Gestalt desde a década de 1940. Vimos nos capítulo 2 e 3 que a arte concreta se configurou como um movimento internacional nos anos 1950 e que a escola de Ulm foi seu "principal pólo formador e disseminador" (Câmara, 2000:17-18).

Uniu-se à divulgação da arte concreta no Brasil, a influência de Josef Albers, Paul Rand e Emil Ruder, cuja produção, ensinamentos e teorias auxiliaram na consolidação do design gráfico moderno no país. Estes designers e seus seguidores pregavam, por um lado, a simplicidade, a economia de meios e de recursos visuais e a extrema limpeza. Por outro lado, propagavam o emprego constante de fortes contrastes e disposições assimétricas, dispondo os textos segundo três direções retilíneas básicas (horizontal, vertical, diagonal) no *layout* da página (Cauduro, 2002). Tudo isto, a fim de passar a informação da maneira mais eficiente (rápida e clara) possível - em sintonia com os ideais

concretistas. Podemos pensar, então, que fazia parte do programa concretista ser designer e o design gráfico moderno no Brasil se solidificou principalmente sob estes dois pilares cujas teorias e influências se entrelaçaram nesta época.

Este capítulo investiga a questão da existência, no Brasil, de um design gráfico concretista, ou seja, da existência de designers ou de artistas|designers que trabalharam seguindo uma linha de construção concreta no eixo Rio-SP. Sendo assim, não analisamos neste trabalho os desdobramentos do movimento concreto no design de produto nem na arquitetura, mas sim, como dissemos anteriormente, focalizamos no design gráfico. A pesquisa se inicia nos anos 1950, a partir da entrada oficial dos ideais concretistas no Brasil, e vai até 1964, quando novos fatores começam a interferir na produção cultural do país com o Golpe Militar e a instauração de uma ditadura que vigorou até 1984.

Este estudo está configurado como um panorama e para isto, selecionamos alguns artistas e designers e observamos aspectos estéticos de sua produção, relacionando-os com os pressupostos da arte concreta apresentados no primeiro capítulo. Este panorama não tem a finalidade de classificar esta ou aquela peça como design concreto ou não, mas sim, identificar elementos que apontem nesta direção. Os artistas|designers estudados neste capítulo aproximaram a poesia, o design e as artes plásticas através do uso de elementos comuns às três áreas. Cambiaram entre a expressão e a comunicação de novos valores da nova sociedade e do homem moderno.

Para traçar este panorama, começamos por mapear a produção dos artistas/designers diretamente ligados ao movimento concreto, ou seja, que participaram do grupo RUPTURA e/ou do grupo neoconcreto. O segundo passo, consistiu na observação do trabalho de alguns designers não oficialmente vinculados ao movimento, cuja produção, esteticamente, sugere uma adoção da linha construtiva. Paralelamente ao interesse dos artistas pelo design gráfico, as primeiras tentativas de ensino de design no país surgiam como estudamos no capítulo 2. Estendemos, então, o nosso olhar para os alunos destas escolas, destacando-os segundo os mesmos critérios dos demais. Encontramos alguns alunos do IAC

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

que integraram os grupos concreto e neoconcreto, assim como os da Escola do MAM. Optamos por não separá-los em grupos, mas apontar suas ligações ao longo do texto.

Identificamos também que, nesta época, foram abertos os primeiros escritórios de design do país com profissionais de design gráfico atuantes. Entre os escritórios que iniciaram suas atividades ainda na década de 1950, estão o ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS de Willys de Castro e Hércules Barsotti; e o FORMINFORM de Geraldo de Barros, Rubens Martins e Alexandre Wollner. No final da década, Maurício Nogueira Lima inaugurou um escritório que atendia especialmente às feiras industriais de Caio de Alcântara Machado. João Carlos Cauduro, depois de um estágio na Itália e outro com Rubens Martins no FORMINFORM, abriu seu escritório em São Paulo em 1964, associado a Ludovico Martino. Em 1960, Aloísio Magalhães, ao se mudar para o Rio de Janeiro, se junta a Artur Lício Pontual, arquiteto e amigo lá do Recife, e a Luiz Fernando Noronha e funda o MNP, que passa a atender toda natureza de projetos: arquitetura, exposições, símbolos, logotipos, impressos, embalagens etc. O MNP se torna um dos mais importantes escritórios de design da história do país, pois, além da excelência de seus trabalhos, a função do design é destacada em cada projeto apresentado aos seus clientes, ajudando assim, a divulgar e fortalecer o design gráfico num âmbito nacional.

Considerando-se que já existiam profissionais que trabalhavam com design no Brasil antes deste período, optamos por não atribuir méritos de pioneirismo àqueles citados, mas destacá-los pela riqueza de sua produção e importância para o repertório gráfico do nosso país. A época foi de renovação de valores artísticos, morais, políticos e econômicos. Na admirável busca por expressar os sentimentos deste novo mundo, alguns optaram por uma mudança estética radical, como Alexandre Wollner; outros, como Aloísio Magalhães, aliaram elementos construtivos à cultura popular brasileira, colocando um pouco de *bip bop* no nosso samba. Podemos perceber essas duas correntes ao observarmos os trabalhos mais ortodoxos de Wollner e Aloísio, como se apresenta mais adiante.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Entre os artistas integrantes do grupo RUPTURA, núcleo básico do concretismo paulista, e que, baseados nos pressupostos da arte concreta, optaram pelo design gráfico ao longo de sua trajetória, podemos destacar Geraldo de Barros, Luiz Sacilotto, Maurício Nogueira Lima e Alexandre Wollner. Ligados ao grupo Neoconcreto do Rio de Janeiro, podemos citar Hermelindo Fiaminghi, Almir Marvignier e Amílcar de Castro. Entre os designers que adotaram uma linha concreta, mas não estavam diretamente vinculados a nenhum dos dois grupos estão Aloísio Magalhães, Goebel Weyne Rodrigues, Emilie Chamie, Rubens Martins. É interessante frisar que alguns desses designers começaram como artistas concretos, e que depois, como decorrência natural de suas experiências, adotaram o design como profissão. Esta passagem de artista para designer, pode ser vista também como conseqüência dos esforços para introduzir o ensino e a prática do design no Brasil, como vimos ao estudar as primeiras escolas de design no capítulo dois.

Os artistas|designers (às vezes também poetas) brasileiros que focalizamos neste capítulo foram influenciados, como apontamos anteriormente, principalmente pela tradição suíço-alemã. Vimos também que o concretismo brasileiro se configurou como um movimento de vanguarda e, como tal, construiu o novo sob o que foi considerado velho e ultrapassado. Ou seja, os valores estéticos das décadas anteriores foram considerados insuficientes para expressar os sentimentos da sociedade que emergia dos novos centros urbanos. Estes artistas se identificaram com a arte concreta e traduziram seus pressupostos de acordo com suas intenções expressivas e comunicativas. Expressão é até uma palavra difícil de ser usada em se tratando de concretismo, pois seus teóricos mais radicais pregavam uma arte racional e objetiva - nada sensível. Essa ortodoxia, principalmente do líder do grupo RUPTURA, Waldemar Cordeiro, provocou a dissidência neoconcreta de artistas oriundos do grupo carioca FRENTE. Desavenças à parte, o que encontramos ao observar sua produção são pentágonos, hexágonos, círculos, triângulos, quadrados, figuras geometrizadas. Trabalhos realizados com precisão e elegância que provocavam o leitor através de efeitos ópticos, deslocamentos, limpeza formal. Isso contrastava com jogos, brincadeiras tipográficas e formas percebidas muitas vezes pela sutileza da composição – nada racional, um paradoxo. • • •

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

4.1 | PANORAMA DO DESIGN GRÁFICO NOS ANOS 1950 E 1960

Em meados da década de 1950 surgiram os primeiros escritórios brasileiros de design gráfico. Localizamos nesta pesquisa o ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS, o FORMINFORM, o de Maurício Nogueira Lima e na década de 1960, o MARTINO & CAUDURO e o MNP. Começaremos este panorama com comentários acerca desses escritórios a fim de situar os artistas/desingers que serão estudados mais adiante nesses primeiros núcleos profissionais de design gráfico. Não por acaso, a produção desses núcleos reflete os pressupostos da arte concreta e da escola de Ulm.

Em 1954, Willys de Castro fundou com Hércules Barsotti, o ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS EM São Paulo, que funcionou até 1967. Os dois não tinham ligação direta com o grupo concreto RUPTURA, mas realizaram trabalhos de natureza construtiva. Mais tarde, no início dos anos 60, uniram-se aos neoconcretos cariocas.

> "Willys de Castro e Hércules Barsotti são dois artistas de São Paulo que, dissentindo da liderança de Waldemar Cordeiro, aproximaram-se do grupo carioca e participaram das mostras neoconcretas. Como pintores, tanto um quanto outro utilizavam-se de um vocabulário econômico derivado das experiências concretistas." (Ferreira Gullar, *in* Amaral, Aracy, 1998: 178-181).

Num primeiro olhar, podemos encaixar os trabalhos iniciais de Willys de Castro no conjunto de obras do RUPTURA. De fato, percebemos que suas peças de design valem-se de alguns elementos similares aos utilizados pelo grupo concreto paulista: seguem uma grade determinada, ao menos teoricamente, por

Figura 01. *Pintura* | Willys de Castro, 1953.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

fórmulas matemáticas e integram pesquisas plásticas e informacionais num só veículo de comunicação. Mas Willys não compactua com os dogmas de Waldemar Cordeiro em relação à subordinação da cor à forma e do uso de uma paleta de cores restritas. Isso faz com que ele não se vincule ao RUPTURA e que, procurando uma matemática sensível de composição, junte-se ao grupo neoconcreto carioca.

Entretanto, o ESTÚDIO não teve uma história linear, pois seus dois sócios viajaram para estudar na Europa em 1958, quando se encontram com Max Bill. Formados em química industrial, produzem seus primeiros desenhos abstrato-geométricos no início da década de 1950. Barsotti, em 1954, faz trabalhos na linha construtiva. Willys de Castro faz arte concreta de 1953 a 1959, poemas concretos-visuais e compra espaço de publicidade em revistas culturais para veiculá-los. Apresenta seus poemas de voz e imagem no Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), como um dos fundadores do movimento Ars Nova. No final da década de 1950, seu trabalho evoluiu de abstrações geométricas de formas positivas e negativas para composições mais dinâmicas e orgânicas. Produz os *Objetos ativos,* pesquisa de construções em madeira, metal, inox e outros materiais com efeitos de cor e movimento, o que o leva a entrar oficialmente em 1960/61 para o grupo neoconcreto carioca. Os *Objetos Ativos*, para o crítico de arte Frederico Morais (1999), são a sua maior contribuição à arte construtiva brasileira.

Ao observar a riqueza do trabalho de Willys de Castro, notamos que as fronteiras entre a poesia, o design, a música e as artes plásticas tornam-se estreitas na sua produção enquanto artista multifacetado.

Juntos, no ESTÚDIO, Willys e Barsotti projetaram seguindo os pressupostos da arte concreta. Em 1963, criaram o logotipo da Galeria Novas Tendências, fundada e gerida pelo grupo concreto de São Paulo, além do logotipo da galeria Seta e galeria das Folhas. Todos em preto e branco, como um contraponto à produção plástica dos artistas, que na época tinham aderido à cor em seus trabalhos. Isoladamente, no campo editorial, Barsotti desenhou as capas da revista *Vértice* e Willys fez embalagens e anúncios para a companhia química industrial CIL (*Aventuras da ordem*, 1988), que serão analisadas mais adiante.

Figura 02. *logotipo Novas Tendências* | ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS, 1960.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

O FORMINFORM surge na segunda metade dos anos 1950, fundado por Geraldo de Barros e pelo pintor e designer Rubens Martins. Alexandre Wollner integra a equipe do escritório em agosto de 1958, ao retornar da Escola de Ulm, na Alemanha. Inicialmente, o FORMINFORM funcionou provisoriamente dentro da loja de móveis UNILABOR, ou UL, que foi fundada em 1954 por Geraldo de Barros, pelo engenheiro Justino Cardoso, pelo frei dominicano João Batista Pereira dos Santos e pelo ferramenteiro Antonio Thereza, membro da Juventude Operária Católica. A UNILABOR era uma cooperativa com um viés revolucionário, que, segundo Mauro Claro (2004), centrava seu interesse em unir a modernidade estética, em sua vertente construtivista, com uma prática humanista na gestão da empresa: não se tratava apenas de produzir e competir, mas formar os cooperados, espiritual e culturalmente. Geraldo, seguindo o modelo da UL, inaugura em 1964, a empresa de design de mobiliário HOBJETO.

Além de Wollner, Rubens Martins e Geraldo de Barros, o administrador e publicitário Walter Macedo também era sócio do FORMINFORM. Décio Pignatari participava ocasionalmente do escritório, contribuindo com alguns textos (Wollner, 2003).

Figura 03. *antigo símbolo da Panam,* s.d.

No final de 1959, Geraldo e Wollner resolvem se desligar do FORMINFORM, que continua suas atividades com Rubens Martins e Ludovico Martino. Mais tarde, na década de 1960, Martino, ex-aluno do IAC/MASP, une-se a Cauduro e monta o MARTINO & CAUDURO DESIGN GRÁFICO. Ao sair do escritório, Wollner integra a equipe de programação visual da PANAM propaganda, na qual Décio Pignatari e Hermelindo Fiaminghi trabalhavam como publicitários. Wollner foi o responsável pela implantação do setor de design dessa agência e, anos antes, do *redesign* de sua marca. A modernização visual da PANAM pode simbolizar a mudança estética radical proposta pelos artistas concretos brasileiros.

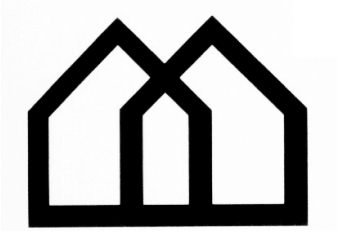

Figura 04. *nova marca Panam Propaganda* | Alexandre Wollner, 1959.

Aloísio Magalhães iniciou suas atividades gráficas nas oficinas de O GRÁFICO AMADOR, em Recife, 1954. Fundado por vários intelectuais e artistas pernambucanos, entre eles Aloísio, Gastão de Holanda, Orlando da Costa Ferreira e José Laurenio de Melo - os chamados "mãos sujas" que projetavam e imprimiam os livros (Cunha Lima, 1995). O GRÁFICO funcionou durante oito anos, período

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

no qual Aloísio projetou e ilustrou vários livros, entre eles *As Conversações Noturnas* (1954), *Pregão turístico do Recife* (1955), *Improvisação Gráfica e Aniki Bobó* (1958) (Cunha Lima, 2003:92).

Figura 05. *Improvisação Gráfica*| Aloísio Magalhães, 1958.

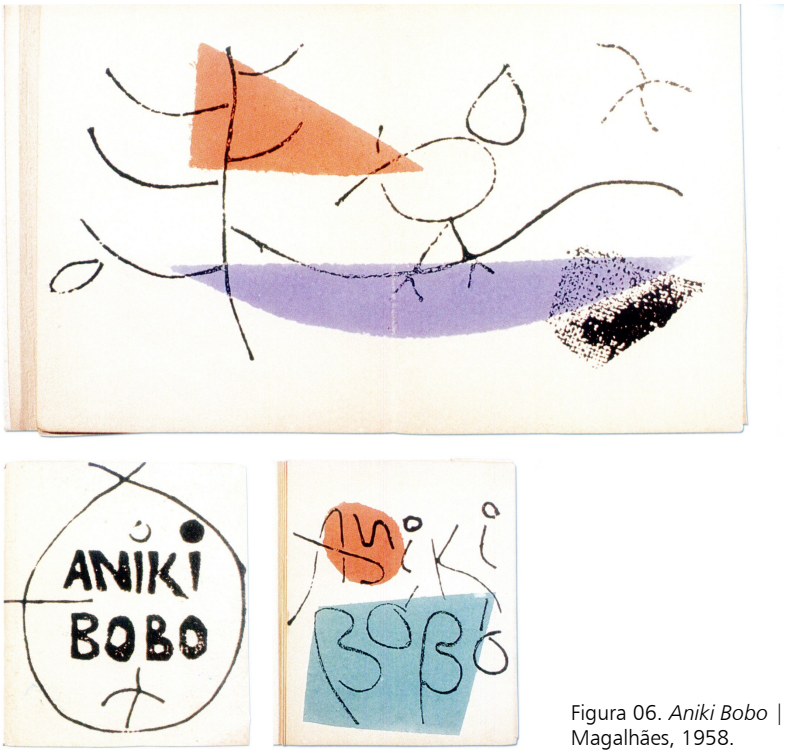

Figura 06. *Aniki Bobo* | Aloísio Magalhães, 1958.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Guilherme Cunha Lima, em seu livro *O Gráfico Amador*, de 1995, chama atenção para a ligação do Gráfico com os movimentos europeus de vanguarda:

> "O Gráfico Amador não tem uma ligação direta com esses movimentos europeus. Entretanto, no seu arcabouço, encontram-se os mesmos elementos formadores desses movimentos modernos, por outras palavras, o entrelaçamento da literatura com as artes plásticas e com o design, visando equacionar nova forma de expressar os sentimentos de uma nova sociedade" (Cunha Lima, 1996: 18).

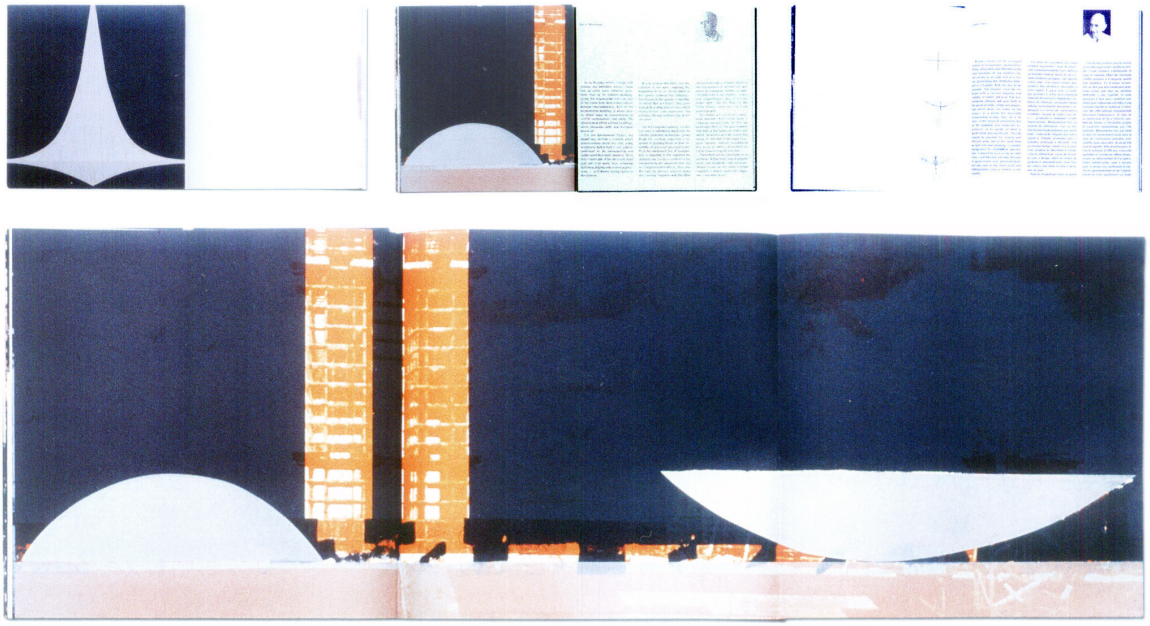

Figura 07. *Doorway to Barsilia*| Aloísio Magalhães, 1959.

Em 1957, Aloísio foi convidado para dar aulas na *Philadelphia Museum School of Art*, da qual Eugene Feldman era diretor do departamento de Design Tipográfico. Segundo Pereira de Souza (2003), nesta ocasião o design se revela para Aloísio como a integração das possibilidades do artista no cenário da contemporaneidade. Na Filadélfia, ao estagiar com Eugene Feldman na THE FALCON PRESS, realizou em parceria com este mestre da arte impressa, os livros *Doorway to New York* e *Doorway to Brasília*. Apesar de ser um livro experimental de fotografia, *Doorway to Brasília* enfatiza as formas geométricas e o contraste de figura-fundo em pb, o que já sugere uma sutil mudança no estilo gráfico de Aloísio. Segundo Cunha Lima, ao retornar dos EUA, Aloísio "muda seu estilo de diagramação para o Estilo Internacional proposto pela Escola Suíça" (Cunha Lima 2003: 93).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Aloísio se desliga de *O Gráfico Amador* em 1960, quando da sua mudança para o Rio de Janeiro, e monta ao lado de Artur Lício Pontual e Luiz Fernando Noronha, o MNP, cuja produção será analisada nas próximas páginas. Em relação à linha adotada por Aloísio e, conseqüentemente, pelo seu escritório, Souza Leite aponta:

> "Como designer, Aloísio não elegeu o partido sistematizador do design de origem suíço-alemã, hegemônico na implantação da atividade no Brasil, como doutrina. Nele, existiu, reconhecendo entretanto ser da nossa história, dos nossos elementos, que se poderia nutrir uma ação mais poderosa (...) por que não se alinhou com a orientação idealista utópica do design suíço-alemão? Porque não era da sua natureza. Sua natureza exigia outro tipo de atitude. Não negava suas raízes, da moderação entre os opostos. Era impossível, para ele, assumir preto ao invés de branco. 'Eu me sinto muito numa postura dialética entre o sim e o não, ente o preto e o branco, acho que o caminho está exatamente nessas situações complementares, que são situações ricas, são contrastadas' " (Souza Leite, 2003: 22).

Além desses escritórios, vários artistas e designers trabalharam autônomos e de acordo com o que foi citado na apresentação deste panorama trabalharam os pressupostos da arte concreta.

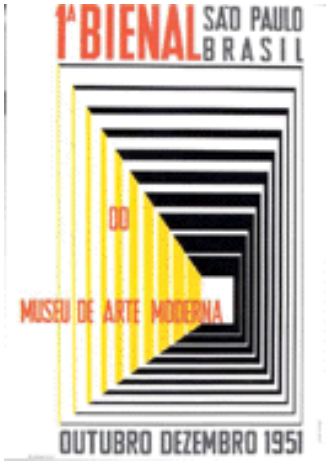

Figura 08. *Cartaz I Bienal de São Paulo*| Antonio Maluf, 1951.

No início da década de 1950, Antônio Maluf elaborou um de seus primeiros trabalhos concretos, que menos de seis meses mais tarde seria a imagem para o cartaz da *I Bienal de São Paulo*. Essa peça é constituída por linhas verticais e horizontais em duas cores, que dão sensação de profundidade e transparecem o rigor de sua construção. Muitos consideram esse cartaz como o marco do design modernista no Brasil (Teixeira, 2002; Wollner *in* Amaral, Aracy, 1998). O conceito que norteia o cartaz da *I Bienal* e toda a produção modular de Maluf são os postulados da "equação dos desenvolvimentos" (Teixeira, 2002:13). Esta equação seria uma igualdade entre os elementos de linguagem e o suporte no qual estão sendo aplicados, adquirindo o status de informação artística apenas quando a linguagem não tem outro ponto de referência a não ser o próprio suporte, e vice-versa. Assim, os elementos de suporte e linguagem deixam de significar isoladamente para criar uma relação de cumplicidade absoluta. Essa identificação entre as duas categorias distintas se transforma então, em informação artística concreta. Teixeira (2002) afirma ainda em relação a sua produção que

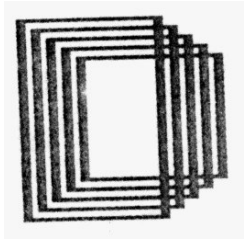

Figura 09. *símbolo Dataproj*| Goebel Weyne, 1972.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

> "Maluf é um artista concreto inserido na mesma lógica adotada tanto pelo construtivismo, quanto pela Bauhaus e que sua produção como designer gráfico contribuiu efetivamente para o desenvolvimento de uma linguagem construtiva, colaborando para a transformação da identidade visual da cidade de São Paulo, ao integrar atividades úteis, relacionando o cotidiano da população à arte" (Teixeira, 2002: 16).

Maluf não se ligou diretamente a nenhum dos grupos concretos, mas podemos analisar sua produção em conjunto com os artistas do RUPTURA. De acordo com Teixeira (2002), apesar de não se vincular a nenhum grupo, sua obra vem sendo examinada em conjunto com a produção das tendências construtivas dos anos 50, sobretudo com o concretismo paulista, o que fez com que a singularidade de seu trabalho tenha sido pouco destacada dentro do movimento concreto como um todo. Maluf estudou no IAC/MASP e o cartaz da *I Bienal* pode ser visto como provavelmente o primeiro impresso criado por um designer treinado por uma escola brasileira de design. Pode ser comparada visualmente ao símbolo da *Dataproj*, projetado por Goebel Weyne bem mais tarde, em 1972, por conter elementos geométricos sugerindo profundidade, movimento e tridimensionalidade.

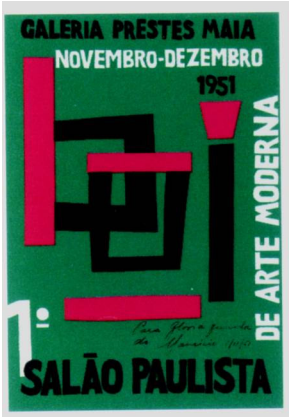

Figura 10. *cartaz I Salão paulista de Arte Moderna*| Maurício Nogueira Lima, 1951.

Assim como Maluf, outros artistas também iniciaram suas atividades como designers gráficos através de cartazes culturais. Maurício Nogueira Lima, neste mesmo ano, foi premiado com o pôster do *Primeiro Salão Paulista de Arte Moderna* (1951). Com ilustrações abstratas e letras desenhadas à mão e sem o mesmo rigor de construção do cartaz da *I Bienal*, sugere uma gestualidade e uma certa bossa convivendo com as idéias concretistas e abstratas. Podemos aproximar visualmente essa imagem à *Composição VI* de Willys de Castro, 1953.

Figura 11. *Composição VI*| Willys de Castro, 1953.

Nogueira Lima cursou comunicação visual, desenho industrial e propaganda no IAC, onde conheceu Alexandre Wollner e Antonio Maluf. Em relação à sua produção artística, Cláudio Tozzi (1995) aponta que sua obra caracteriza-se por uma tradição construtiva, em que os elementos estruturais se interligam à organização cromática, conferindo à superfície da tela um diálogo vivo e constante de cores e formas.

Em 1952, Geraldo de Barros, um dos fundadores do grupo RUPTURA, ganhou o concurso para o cartaz do IV Centenário da

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Cidade de São Paulo. Podemos pensar que Geraldo baseou essa imagem geometrizada da cidade nas peças do designer gráfico moderno Otl Aicher. Na década de 1940, Geraldo revolucionou a fotografia no Brasil ao clicar elementos abstratos nas *Fotoformas*, com as quais ganhou uma bolsa de estudo em Paris, em 1951. Nesse ano, também estudou artes gráficas informalmente na escola de Ulm e entrou em contato com as idéias de Max Bill. Possivelmente, nesta ocasião, apreciou alguns cartazes culturais de Otl, co-fundador dessa escola.

O prêmio do IV Centenário incluía o desenvolvimento de todas as peças gráficas de divulgação das atividades paralelas ao evento em 1953. Para auxiliá-lo nessa desafiante missão, Geraldo convidou o amigo Alexandre Wollner. A partir desse momento, Geraldo orientou-o para a pintura e abriu as portas para o grupo RUPTURA. Com esse incentivo, Wollner começou a "pintar quadros seguindo o conceito de arte concreta, isto é, relacionando os elementos visuais dentro de um pensamento matemático" (Wollner, 2003: 59). Isso reforça a aproximação da pintura e do design neste período. Consciente de seu pensamento abstrato, Wollner aplicou os ensinamentos de Geraldo de Barros aos seus trabalhos gráficos.

Figura 12. *cartaz IV Centenário*| Geraldo de Barros, 1952.

Após o RUPTURA lançar seu manifesto, Wollner se coloca, ao lado de Maurício Nogueira Lima, Antonio Maluf e Emilie Chamie como os "pioneiros do design no Brasil" (*idem*). Apesar de optarmos por não entrar em méritos de pioneirismo nesse estudo, essa afirmação é válida como ponto de partida para a discussão em torno deste polêmico assunto, que não levaremos adiante aqui. Nessa pesquisa, podemos até apontar os designers e artistas estudados como pioneiros, mas não do design, pois acreditamos que já se fazia design aqui antes do surgimento dos profissionais treinados por escolas de design. Enfatizamos o movimento de arte concreta dos anos 1950 como introdutor de uma nova forma de pensar e fazer o design no Brasil, mas não como "a única". Ressaltamos também seu importante papel na postura de alguns artistas de realizar projetos a favor das necessidades comunitárias, o que os levou, quase que invariavelmente, ao design.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

No conjunto de peças das mostras paralelas do *IV Centenário* podemos identificar vários elementos que apontam na direção da adoção de uma linha construtiva. No cartaz *Grandes Momentos do Cinema*, o peso das imagens geométricas se equilibra com a palavra "cinema" colocada na vertical, quebrando o sentido ocidental de leitura. Na estruturação do conjunto de imagens, estão presentes os conceitos de ritmo e progressão que Max Bill pregava. No cartaz da *Retrospectiva do Cinema Brasileiro*, a leitura é desafiada. Ao diminuir o espaço entre os caracteres, os blocos tipográficos são percebidos como uma textura num primeiro olhar. Como veremos em outros exemplos de design gráfico ao longo deste panorama, a tipografia, possivelmente também por influência de Max Bill e da Escola Suíça, passa a ter muita força nas peças gráficas, muitas vezes cumprindo a função de texto e imagem. O preto e branco e o contraste figura-fundo, característicos dos trabalhos do grupo concreto paulista, também estão presentes neste cartaz, que apresenta os eixos horizontais bem marcados. A diminuição da entrelinha e o deslocamento assimétrico, porém equilibrado do texto como recursos visuais, sugerem uma aproximação com a poesia concreta do noigandres.

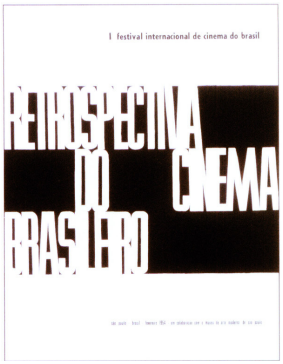

Figura 14. *cartaz Retrospectiva – mostra paralela do IV Centenário*| Geraldo de Barros e Alexandre Wollner 1953.

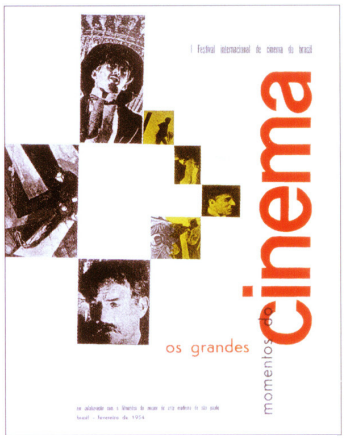

Figura 13. *cartaz Grandes Momentos do Cinema – mostra paralela do IV Centenário*| Geraldo de Barros e Alexandre Wollner

As imagens presentes nos cartazes da *Revoada Internacional* e do *Festival Internacional de Cinema do Brasil*, apesar de figurativas, tendem a uma síntese mais abstrata e nada orgânica. Com pontas agudas ou círculos perfeitos, as imagens são geometrizadas. Já o cartaz da *Homenagem a Stroheim do Festival Internacional* utiliza uma *grid* que estrutura a composição modular.

Figura 15. *cartaz Revoada – mostra paralela do IV Centenário*| Geraldo de Barros e Alexandre Wollner 1953.

Figura 16. *cartaz Festival Internacional – mostra paralela do IV Centenário*| Geraldo de Barros e Alexandre Wollner 1953.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

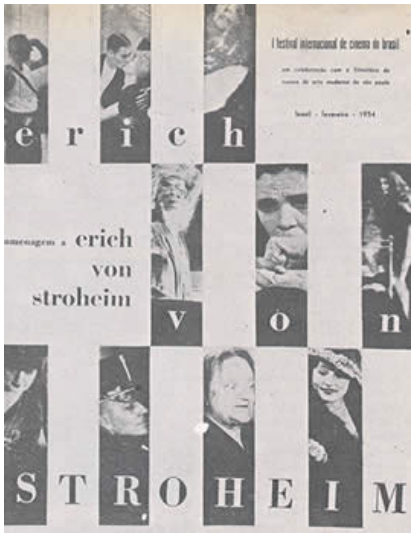

Figura 17. *cartaz Stroheim – mostra paralela do IV Centenário*| Geraldo de Barros, 1953.

O uso de elementos modulares também pode ser encontrado no catálogo da *Representação Brasileira na Bienal de Veneza*, no símbolo da *IBGE Serviços Gráficos* e no folheto de divulgação da *Petit Galerie*, todos de Aloísio Magalhães, datando de 1960, 1961 e 1963, respectivamente.

Figura 18. *catálogo Representação Brasileira na Bienal de Veneza* |Aloísio Magalhães, 1960.

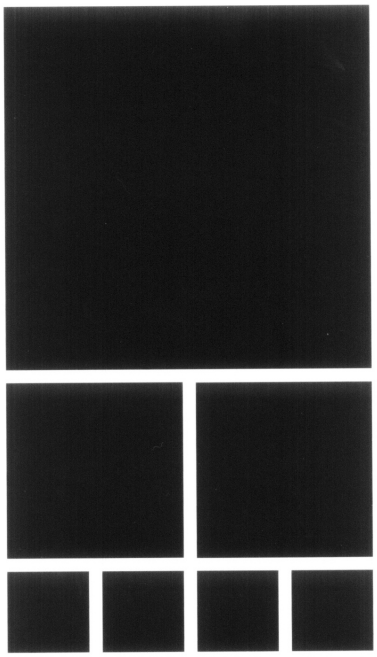

Figura 19. (ao lado) *símbolo IBGE Serviços Gráficos*|Aloísio Magalhães, 1961.
Figura 20. (acima) *folder Petit Galerie* | Aloísio Magalhães, 1962.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Um pouco antes, em 1950, o artista gráfico Hermelindo Fiaminghi desenvolveu o cartaz de divulgação da *Escola Superior de Propaganda e Marketing*. Neste impresso, o movimento é gerado pelo uso da cor e pelas formas dinâmicas organizadas num eixo diagonal e perpendicular ao eixo horizontal inferior. O deslocamento sutil quase assimétrico do eixo da composição, também pode ser colocado como uma característica marcante da época.

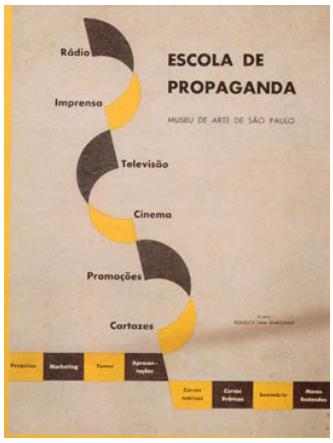

Figura 21. *cartaz Escola de Propaganda* | Hermelindo Fiaminghi, 1950.

Fiaminghi começou cedo como artista gráfico e publicitário. Com 15 anos, em 1935, foi aprendiz de litógrafo na *Editora Melhoramentos*. Trabalhou em agências de publicidade como diretor de arte e em indústrias gráficas desde 1946. Fiaminghi passou a economizar elementos e cores a partir do contato com Leopoldo Haar, um dos fundadores do grupo RUPTURA, que lhe apresenta a arte concreta. Sua experiência como diretor de arte, designer e pintor, fez com que, em 1955/56, diagramasse alguns poemas para os poetas concretos e criasse as capas da revista *Noigandres*, ratificando a aproximação entre a poesia e o design no período estudado. Foi convidado, em 1955, por Luiz Sacilloto para participar do grupo RUPTURA, do qual se desliga em 1959, em decorrência de suas experiências com a *corluz*. Nelas, o artista explorava as relações de contraste e complementação das cores – trazendo elementos do design para a pintura, como o uso da retícula gráfica. Décio Pignatari, em 1998, destacou algumas características concretas do trabalho do amigo designer neste trecho do poema feito em sua homenagem:

”geômetra
amoroso da reta
e da curva
precisas
das retículas sutis
que se entre-reticulam
como texturas movediças
(o violeta entrando pelo verde
pervasivo
insinuante
feito um véu que se desvela outro
véu)”

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Luiz Sacilloto, em 1954, elabora a capa do catálogo do *V Salão Paulista de Arte Moderna*. Nesta capa, a tipografia é utilizada como imagem abstrata, formada pelo numeral cinco em romano (V), que é colocado espelhado simetricamente com contraste figura-fundo em preto e branco. Isso provoca no leitor um efeito ótico-cinético de movimento e parece até que a imagem está piscando. Estão presentes elementos construtivos como a economia visual e sua rigorosa e simétrica construção no espaço.

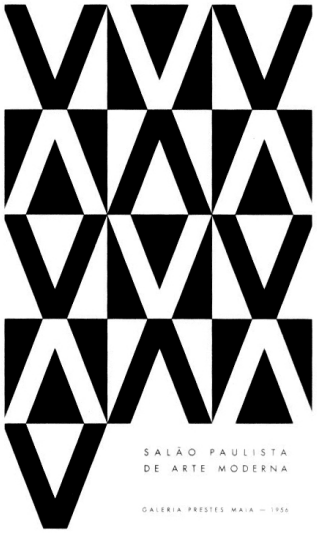

Figura 22. *cartaz V Salão Paulista de Arte* moderna | Luiz Sacilotto, 1954.

Sacilotto trabalhou como desenhista de letras no Sistema de Máquinas Hollerich, como publicitário e desenhista de arquitetura nos escritórios dos arquitetos Jacob Ruchti e Vilanova Artigas. Entretanto, tornou-se mundialmente conhecido como pintor e escultor concreto – "o mais concreto dos concretos", afirmou Frederico Morais (1995). Co-fundador do RUPTURA, comentou em março de 2002, em entrevista à revista *E*, que "depois da invenção da máquina fotográfica, não tem mais sentido pintar figuras", ratificando assim, seu caminho na abstração geométrica. Walter Zanini (1983), aponta que suas primeiras incursões abstratas, no desenho a nanquim e na monotipia, remontam a 1947. Com isso, toda a sua decidida fase expressionista anterior foi então repentinamente encerrada, sendo esta um excelente exemplo sobre o novo e brusco ciclo de arte inaugurado no país.

Figura 23. *cartaz III Bienal de São Paulo*| Alexandre Wollner, 1955.

Em 1955, Alexandre Wollner cria o cartaz da terceira *Bienal de São Paulo*. A ilustração geométrica dessa peça é formada por triângulos agrupados pelas suas pontas e laterais. O movimento ascendente sugerido é semelhante ao da obra concreta *Triângulos com Movimento Espiral* realizada por Fiaminghi em 1956.

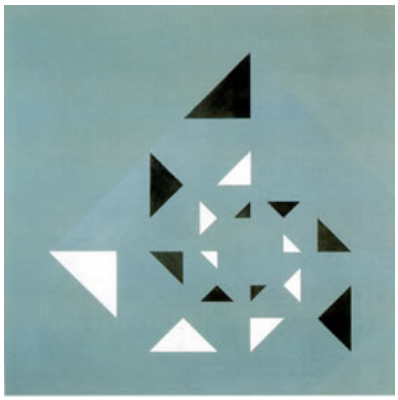

Figura 24. *Triângulos com Movimento Espiral*| Hermelindo Fiaminghi, 1956.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

A força expressiva da tipografia foi bastante explorada neste período. Utilizada para acompanhar uma imagem, como uma composição tipográfica (utilizo esta terminologia para designar os trabalhos nos quais a tipografia é o principal elemento estruturador da composição), e como uma ilustração tipográfica (desenho feito com caracteres tipográficos abstratos ou figurativos – no caso, observamos uma maior tendência à abstração). Podemos destacar o uso de fontes geometrizadas nas composições tipográficas nos símbolos do *Colégio Andrews* (1958), *Metal Leve* (1963), *Argos Industrial* (1959), *Gelomatic* (1959), *Indústrias Reunidas Titan* (1959), *MAM* (1959), *Paramount Têxtil* (1963), *Fundação Indiana Têxtil* (1964), *Moinho Santista Têxtil* (1964), todos de Alexandre Wollner; o logotipo da *Bozzano* de Rubens Martins, 1960/62; o logotipo da *Galeria Novas Tendências*, do ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS – Willys de Castro e Hércules Barsotti, 1960; os símbolos da *Construtora Cimbra* (1964), *Petit Galerie* (1960), *Banco Federal Itaú* (1964), *Empire Hotel* (1961), *Banco de Crédito Territorial* (1961), *Companhia Bragança* (1960), *Cotonifício Capibaribe* (1963), *Key Engenharia* (1963) e *Construtora Cobe* (1960), todos de Aloísio Magalhães; *Mobília Contemporânea* (1964), do ESTÚDIO DE PROJETOS GRÁFICOS.

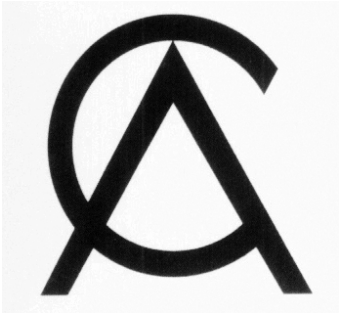

Figura 25. *logotipo Colégio Andrews*| Alexandre Wollner, 1958.

Figura 26. *logotipo Metal Leve* | Alexandre Wollner,

Figura 27. *logotipo Gelomatic* | Alexandre Wollner, 1959.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

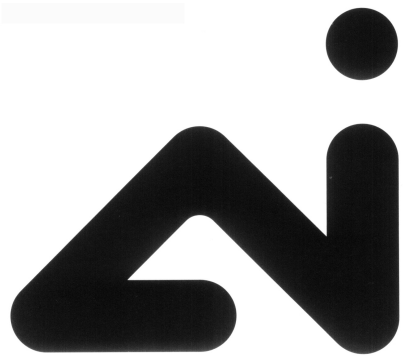

Figura 30. *logotipo Argos Industrial* | Alexandre Wollner, 1959.

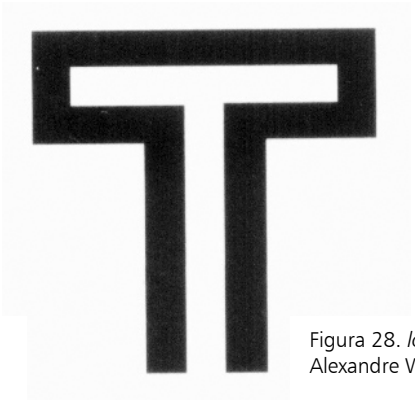

Figura 28. *logotipo Titan* | Alexandre Wollner, 1959.

Figura 58. *logotipo Mobília Contemporânea*| Estúdio de Projetos Gráficos, 1964.

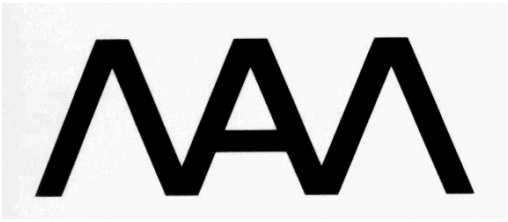

Figura 29. *logotipo Museu de Arte Moderna de São Paulo* | Alexandre Wollner, 1959.

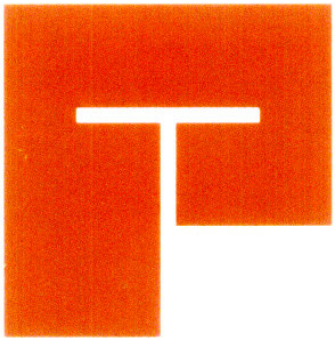

Figura 31. *logotipo Paramount Têxtil* | Alexandre Wollner, 1963.

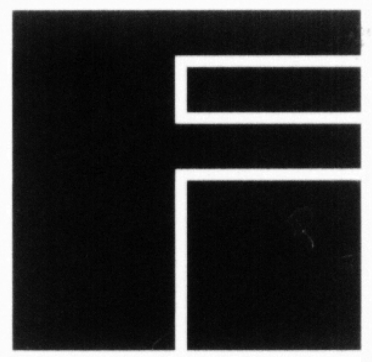

Figura 32. *logotipo Fundação Indiana Têxtil* | Alexandre Wollner, 1963.

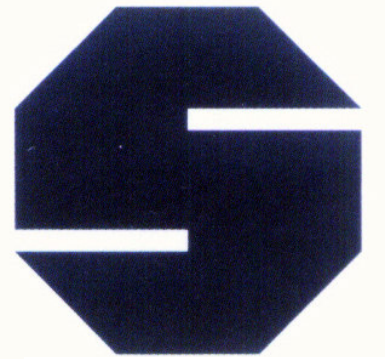

Figura 33. *logotipo Moinho Santista Têxtil* | Alexandre Wollner, 1964.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Figura 34. *logotipo Bozanno*| Rubens Martins, 1960/62.

Figura 35. *logotipo Construtora Cimbra*| Aloísio Magalhães, 1964.

Figura 36. *logotipo Petit Galerie*| Aloísio Magalhães, 1960.

Figura 37. *logotipo Banco Federal Itaú*| Aloísio Magalhães, 1964.

Figura 38. *logotipo Empire Hotel*| Aloísio Magalhães, 1961.

Figura 39. *logotipo Banco de Crédito Territorial*| Aloísio Magalhães, 1961.

Figura 40. *logotipo Construtora Companhia Bragança*| Aloísio Magalhães, 1960.

Figura 41. *logotipo Key Engenharia*| Aloísio Magalhães, 1963.

Figura 42. *logotipo Cotonifício Capibaribe*| Aloísio Magalhães, 1963.

Figura 43. *logotipo Construtora Cobe*| Aloísio Magalhães, 1960.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Ainda podemos inserir neste panorama, composições tipográficas que sugerem uma construção fragmentada da palavra, como o *Cartão de Natal* que Aloísio Magalhães criou nas oficinas de *O Gráfico Amador*, em 1957. Os logotipos da *Prefasa e da Fundação Maria Luisa & Oscar Americano,* de Alexandre Wollner, nos anos 1970, demonstram que essa tendência permaneceu ainda por algumas décadas. Essa diagramação espacial é semelhante às duas páginas iniciais de *O Formigueiro,* de Ferreira Gullar, 1954.

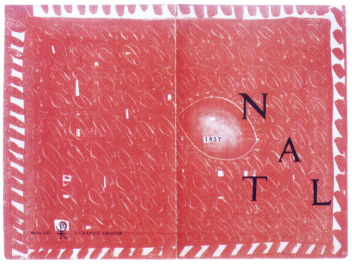

Figura 44. *Cartão de Natal*| Aloísio Magalhães, 1957.

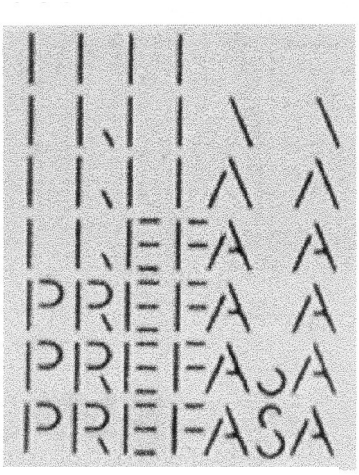

Figura 45. *logotipo Prefasa*| Alexandre Wollner, anos 1970.

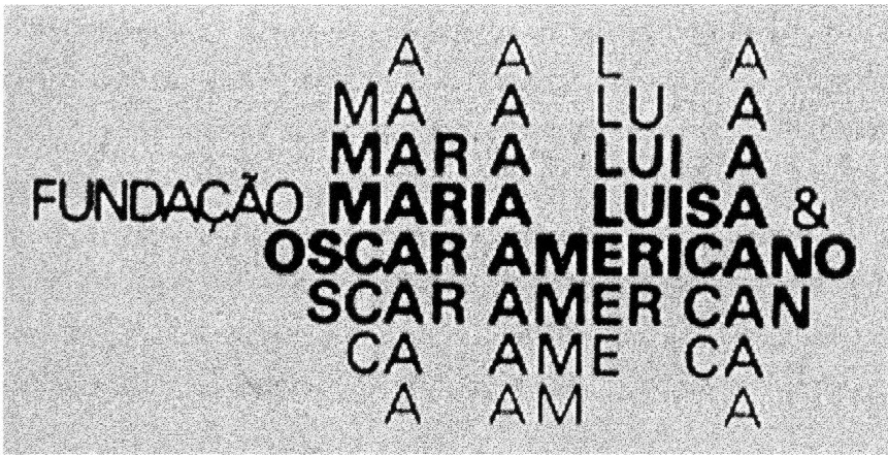

Figura 46. *logotipo Fundação Maria Luisa & Oscar Americano*| Alexandre Wollner, anos 1970.

Figura 47. *poema O Formigueiro*| Ferreira Gullar, 1954.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Elementos geométrico-abstratos foram identificados também em símbolos e pinturas do período, que nos remetem à precisão e que não significam diretamente nada além de sua própria forma. Entretanto, dependendo do repertório imagético do leitor, esse pode ser levado a outros níveis de percepção dessas formas. É o caso do símbolo do *Banco Mercantil* (1963), *Banco de Crédito Mercantil* (1963), *Empresa de Planejamento Denisa* (1964), de Aloísio Magalhães; e na pintura *Concreção 5629*, de Sacilotto, 1956.

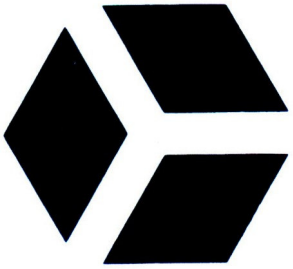

Figura 48. *símbolo Banco Mercantil*| Aloísio Magalhães, 1963.

Figura 49. *símboloo Banco de Crédito Mercantil*| Aloísio Magalhães, 1963.

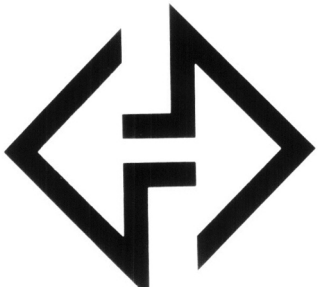

Figura 50. *símbolo Empresa de Planejamento Denisa*| Aloísio Magalhães, 1964.

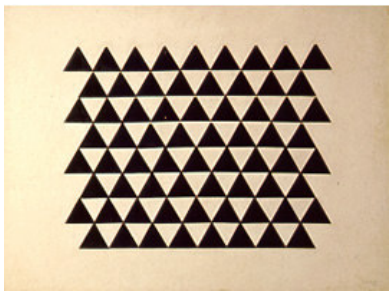

Figura 51. *Concreção 5629* Luiz Sacilotto, 1956.

Já o símbolo do *Desfibrilador Interno*, projetado por Alexandre Wollner em 1960, apresenta um elemento geométrico que além de significar sua própria forma (uma seta), sugere a idéia de "entrar", "interno" – um ideograma.

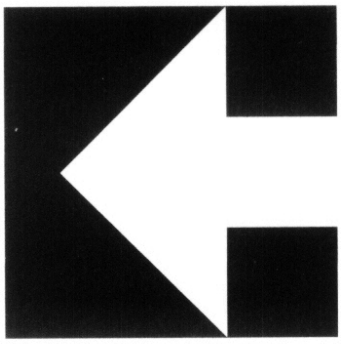

Figura 52. *símbolo Desfibrilador Interno*| Alexandre Wollner, 1960.

Entretanto, não apenas a tipografia era geometrizada, encontramos imagens que foram sintetizadas seguindo o mesmo princípio. Além do já citado cartaz do *IV Centenário,* como já foi comentado acima, temos o coqueiro do símbolo das *Sardinhas Coqueiro* (1958), os aviões da *Revoada Internacional do IV Centenário* (1953), de Alexandre Wollner; a ferradura do *Banco Industrial de Campina Grande* (1963), a bailarina do *Adoçante Dietil* (1962), o eixo central da *Universidade de Brasília* (1963), os livros escorados formando um delta da *Editora Delta* (1962), todos de Aloísio Magalhães; as pessoas dançando no cartaz do *Baile dos Estados* (1954) de Antonio Maluf; a cãsa da *UD* (1959) e o tecido, trama, linha, carretel da *FENIT*(1958), ambos de Maurício Nogueira Lima. Nesse último logotipo, as quatro imagens utilizadas tendem à abstração. A fonte em caixa-alta tem muita força e transmite a idéia de seriedade e competência. Além desses, outro elemento utilizado que pode ser identificado como concretista é a simetria e o marcado eixo vertical. Podemos colocar Nogueira Lima como um

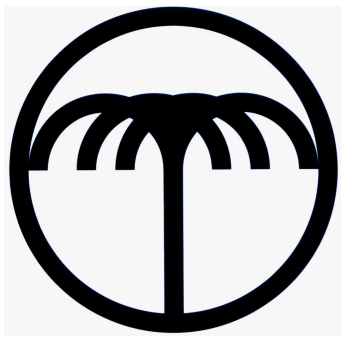

Figura 53. *símbolo Sardinhas Coqueiro*| Alexandre Wollner, 1963.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

artista/designer/arquiteto que diminuiu as fronteiras entre suas áreas de trabalho ao longo de sua produção.

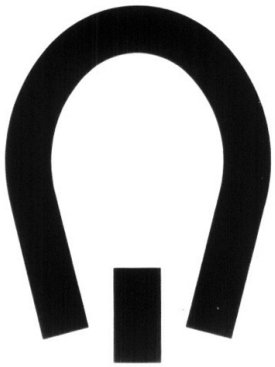

Figura 54. *logotipo Banco Industrial de Campina Grande*| Aloísio Magalhães, 1963.

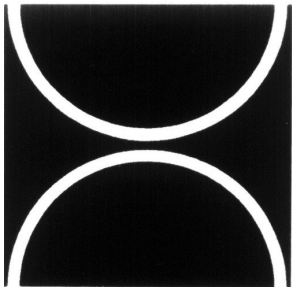

Figura 55. *logotipo Adoçante Dietil*| Aloísio Magalhães, 1962.

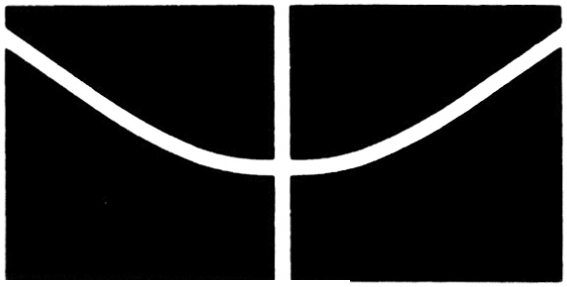

Figura 56. *símbolo Universidade de Brasília*| Aloísio Magalhães, 1963.

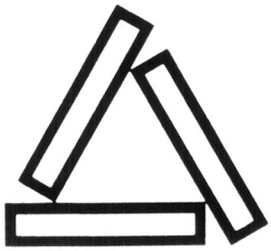

Figura 57. *logotipo Editora Delta*| Aloísio Magalhães, 1962.

Figura 58. *lsímbolo UD*| Maurício Nogueira Lima, 1959.

Figura 59. *cartaz Baile dos Estados*| Antonio Maluf, 1952.

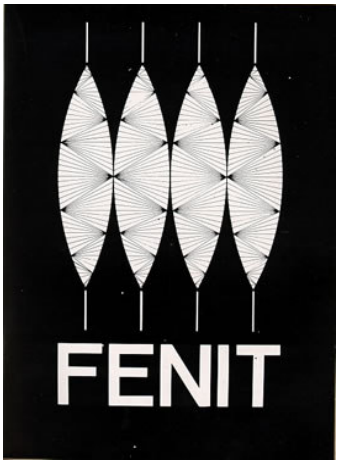

Figura 60. *símbolo FENIT* | Maurício Nogueira Lima, 1958.

Como composição tipográfica, ainda podemos destacar o uso da tipografia semanticamente. Essas peças apresentadas a seguir transmitem informação extra textual através de sua organização visual. Sugerindo um objeto, uma forma, uma idéia, esse uso aproxima a poesia, o design gráfico e a publicidade. Entre os projetos que transmitem uma mensagem, estão os anúncios de Carlos Campello para o grupo Seguradora Atlântica, RJ, 1966. No

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

primeiro deles, a letra “E”, com uma leve inclinação e num nível horizontal diferente das demais, sofreu algum acidente de percurso. A desconstrução da palavra FOGO complementa a informação textual e está se esvaindo em chamas. Os LUCROS CESSANTES estão realmente em queda, como mostra o terceiro anúncio. E da letra “O” só aparece um finalzinho, sugerindo que alguém está roubando-o da palavra ROUBO; os anúncios para revistas médicas projetados por Rubens Martins, SP, também nos anos 60 parecem brincar com o leitor com seu humor nada sutil, como apontou Cunha Lima (1995) em seu livro *O Gráfico Amador*.

Figura 61. *anúncios Seguradora Atlântica*| Rubens Martins, 1966.

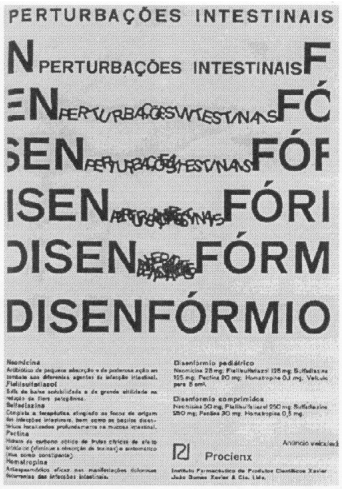

Figura 62. *anúncio Disenfórmio*| Rubens Martins, anos 1960..

No anúncio do medicamento *Disenfórmio* para perturbações intestinais, sugere uma formação mais sólida. E o Tranqüilizante, relaxante muscular *Sedavier* também de Rubens Martins acalma a tipografia, que se apresenta no topo da composição muito trêmula e nervosa e, aos poucos, com a presença da medicação, vai se acalmando, até ficar clara e segura. Podemos fazer um link desses anúncios com os poemas *Organismo (1960)* e *Manwoman* (1968), de Décio Pignatari, analisados anteriormente no capítulo três. Sugerindo um objeto ou uma forma, observamos o peixinho que surge da letra “e” no logotipo da empresa de produtos de pesca *Equipesca*, de Alexandre Wollner (1957); e, por último, as roupas de cama que são empilhadas na marca da empresa de produtos de cama, mesa e banho C*apibaribe*, de Roberto Manari, para o MNP, bem mais tarde, no final da década de 1960. Também, como exemplo de diálogo entre texto e imagem, não podemos deixar de mencionar o grão de café no olho da letra “p”, no símbolo do *Café*

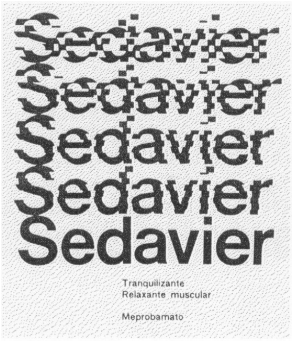

Figura 63. *anúncio Sedavier* | Rubens Martins, anos 1960.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Palheta (1962) e o cotonete que surge do encontro de duas letras "c" no logotipo do *Cotonifício Capibaribe* (1963), ambos de Aloísio Magalhães.

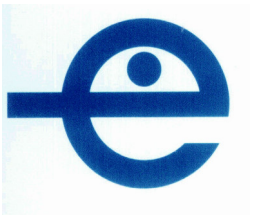

Figura 64. *logotipo Equipesca*|Wollner e Geraldo de Barros, 1957.

Figura 65. *logotipo Capibaribe*|Roberto Manari para o MNP, anos 1960.

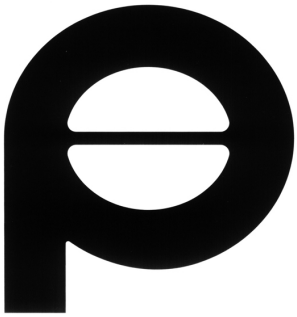

Figura 66. *logotipo Café Palheta*|Aloísio Magalhães, 1962.

Figura 67. *logotipo cotonifício Capibaribe*|Aloísio Magalhães, 1963.

Em relação aos recursos gráficos utilizados, pode-se perceber no geral a presença de elementos funcionalistas, como ordem, métrica, malha, simetria, elementos modulares, equilíbrio, cores básicas (azul, vermelho, amarelo) e preto e branco. O uso predominante de caixa alta, tipografias sem serifa, geralmente Futura ou Helvética, também foi observado.

Figura 68. *capa A Terceira Feira*|Aloísio Magalhães, 1960.

Há a presença também substancial da divisão do espaço em módulos e o seguimento rigoroso desses durante a organização dos elementos. Podemos destacar como exemplo desse tipo de diagramação, que muitas vezes reservava um respiro considerável de branco, o catálogo da *Representação Brasileira na Bienal* (1960), o folder da *Petit Galerie* (1960), a capa do livro *Terceira Feira (*1960*),* os cartazes para o governo de Miguel Arraes (1964), o símbolo da *IBGE Serviços Gráficos*, a aplicação de marca do *Café Palheta*, todos de Aloísio Magalhães.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

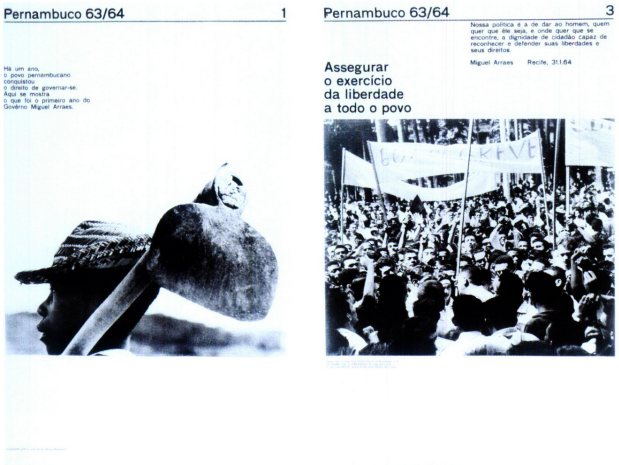

Figura 69. *cartazes Governo Miguel Arraues*| Aloísio Magalhães, 1964.

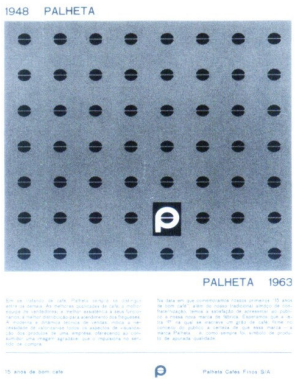

Figura 70. *Café Palheta* | Aloísio Magalhães, 1962.

Em 1960, Alexandre Wollner diagrama o Suplemento Cultural *Invenção*, inserido no tradicional jornal *Correio Paulistano*. Participavam deste veículo de poesia concreta os irmãos Campos, Décio Pignatari e o também poeta Mário Chamie. Wollner fazia o layout e montava manualmente o Suplemento nas oficinas do jornal. *Invenção* pode figurar como exemplo de um casamento bem resolvido da poesia com o design gráfico. Entretanto, ao observá-lo, percebemos a intervenção do design apenas na organização das poesias no espaço da página, sem maiores buscas por cruzar uma área com a outra. Layout e texto eram coisas bem separadas, não coube ao designer interferir na organização visual dos poemas isoladamente, mas colocá-los de forma coerente e funcional. Mesmo assim, podemos pensar a revista como uma aproximação da poesia ao design, mesmo que o designer tenha se contido e o poeta se atirado nas experiências visuais.

Figura 71. *Suplemento Invenção*| Alexandre Wollner, 1960.

Entre outras parcerias de Wollner e Pignatari, podemos destacar o projeto para a *Probjeto*, na qual o poeta procurou o melhor nome para a empresa e o designer a melhor forma visual que complementasse a informação textual. Em 1960, Wollner funda o *Alexandre Wollner Programação Visual*, no qual trabalham Décio Pignatari, Francelísio Bária e Geraldo de Barros, também responsável por alguns textos. Em 1965, no projeto da empresa *mol...mol* Pignatari criou o texto e Wollner a identidade visual. Podemos verificar como, nesse projeto, a poesia concreta foi

Figura 72. *logotipo Probjeto*| Alexandre Wollner e Décio Pignatari, 1960.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

incorporada pelo design e vice-versa. A própria construção textual já é um poema concreto e a estruturação visual reforça isso ainda mais. Diferente da *Invenção*, onde curiosamente isso não aconteceu, no trabalho para a *mol...mol,* o design e a poesia tiram partido um do outro e subvertem a idéia de coisas distintas e separadas por fronteiras. Isso ocorre, mais uma vez, no projeto para a Hansen, do qual Goebel Weyne e Décio Pignatari participam da criação da identidade visual da empresa.

Figura 73. *mol...mol*| Alexandre Wollner e Décio Pignatari, 1965.

Figura 74. *Hansen*| Alexandre Wollner , Goebel Weyne e Décio Pignatari, 1965.

No anúncio da *Coretron,* podemos ilustrar como a poesia concreta estava presente no trabalho de Wollner – o texto superior girado 90° no sentido anti-horário tem a mesma estruturação e repetição de palavras da poesia concreta ("portátil prático portátil prático..."). Além disso, assim como na poesia do Noigandres, os conectivos lingüísticos são substituídos pelo espaço gráfico.

Figura 75. *anúncio Coretron*| Alexandre Wollner, 1960.

Goebel Weyne Rodrigues difere de Wollner no quesito influências recebidas. Ele estudou na escola do MAM como bolsista de 1951 – 1954 e participou do movimento de arte concreta através da exposição de Fortaleza em 1957. Goebel se ligou ao desenvolvimento do design americano, através do interesse pelos profissionais que influenciaram a escola de Ulm e os designers brasileiros: M.F. Agha, Alexey Brodovich, Paul Rand, William Golden, Lester Beal, Will Burtin, Alvin Lustig, Saul Bass, entre outros (Wollner, 1998:248). Isso em 1953, quando diagramava a revista *Atualidades* Odontológicas. Goebel também criou anúncios para a DKW-Vemag, que marcaram época nas revistas *Manchete* e *O*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Cruzeiro. A estrutura visual precisa desse anúncio virou moda – uma *grid* horizontal de 4 espaços, dos quais os 3 superiores eram preenchidos pela fotografia e o último inferior pelas informações textuais. Podemos pensar que essa limpeza visual, conseguida, muitas vezes, através da utilização de elementos de construção concreta, como a economia de informação e uso do espaço em branco, era um símbolo de modernidade.

Figura 76. *anúncio DKW-Vemag*| Goebel Weyne, 1960.

Aloísio Magalhães também teve sua vida profissional marcada pela aproximação com a poesia e o movimento concretos. Apesar de não participar ativamente do grupo paulista ou do carioca, identificamos em sua obra a utilização de elementos que apontam nesse sentido, principalmente a partir da década de 1960. A fim de compreender a extensão da influência de Aloísio na história do design, Chico Homem de Melo escreveu um artigo intitulado *Aloísio, Designer de Sinais* no livro *A Herança do Olhar: O Design de Aloísio Magalhães*, de João de Souza Leite (2003). Neste artigo, ele realiza uma análise dos signos criados por Aloísio entre 1960 e 1970. O autor identifica três procedimentos formais que se destacam, segundo ele, pela ocorrência freqüente e requinte dos resultados. São eles: o espelhamento, a rotação do círculo partido e a sugestão da tridimensionalidade. Apresentamos nesse estudo apenas parte da analise, mais precisamente o espelhamento e a rotação. Essas duas categorias, que se manifestam juntas na maioria dos casos, enfatizam o sentido da construção concreta na obra de Aloísio. Além disso, ligam-no, mesmo com um lapso de tempo, aos concretistas da década de 1950, "para a geração de artistas, designers e poetas da década de 1950, espelhamentos e rotações eram procedimentos recorrentes" (Homem de Melo, 2003: 151-1512). O autor coloca isso como um paradoxo pois

"por um lado, ao longo da década de 1950, sua atuação e vivência foi mais intensa como artista, e sua produção não estava alinhada com os grupos concreto e neoconcreto; por outro lado, quando inicia sua produção regular como designer, a partir de 1960, sua linguagem apóia-se fortemente no léxico desses grupos, ajudando a construir as referências que guiariam o design gráfico moderno brasileiro até década de 1980. Pode-se dizer que, na verdade, esse era um léxico internacional, oriundo das mesmas fontes construtivas européias nas quais Paul Rand e Ivan Chermayeff haviam bebido. Aloísio, portanto, pode ter chegado a ele por um caminho mais tortuoso do que a vizinhança com nossos artistas-

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

designers construtivos faria supor. O que efetivamente ocorre é que, ao final desse percurso, o Aloísio designer abraça a herança construtiva e deixa em segundo plano algumas das veredas percorridas por ele ao longo da década de 1950" (Homem de Melo, 2003: 153).

Pode-se pensar que, os artistas/designers se encontraram como pintores concretistas e depois seguiram a linha do discurso concreto que leva ao design, entrando para esta área. Aloísio, entretanto não vinculou sua pintura ao concretismo, foi direto ao "x" da questão. Foi atraído pela idéia construtiva de design, que ia ao encontro dos caminhos percorridos por ele ao longo da década de 1950.

O espelhamento é a característica que mais se repete na obra do "Aloísio, designer de sinais". Essa pode ser identificada quando o sinal é produzido a partir do espelhamento de elementos visuais. O exemplo maior colocado pelo autor é o símbolo do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro (1964), no qual o numeral 4 é espelhado transformando-se numa cruz de malta portuguesa. Aloísio, em matéria do *Jornal do Brasil* de 22.07.64, falou a respeito desse símbolo:

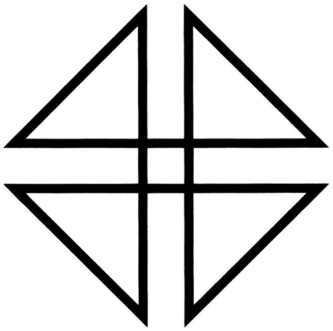

Figura 77. *símbolo IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro*| Aloísio Magalhães, 1964.

"A solução que apresentamos baseia-se num princípio de diversificação: uma idéia central e suas representações fundamentais – linha, plano, espaço (...) A estrutura do símbolo é simples e concreta: 4 triângulos que se separam para formar um cruz no espaço, sugerindo ainda o número 4 pelo seccionamento do triângulo esquerdo superior. Na solução linear a mesma organização sugere 4 quatros integrados. Na solução espacial surge apenas a cruz central que pode ser vista de 4 lados diferentes (os pontos cardinais para a colocação do marco comemorativo".

Ao lermos estas palavras de Aloísio, podemos pensar que o rigor na descrição sugere uma relação íntima com a racionalidade e a objetividade dos concretos. De fato, o próprio Aloísio afirma que a estrutura é concreta. Porém, ao fazer uma analise comparativa de sua produção com a dos outros designers estudados nesse panorama, podemos pensar que ele não se enquadra na tradição dos fundamentos da Escola de Ulm da criação sem raízes culturais (Dias Lessa, 2003), universal. Aloísio buscava sim, o universal, mas o universal contextualizado, como ele mesmo diz em relação ao projeto do IV Centenário.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

> ”Como profissional me senti obrigado a participar do concurso para a escolha do símbolo, com uma solução que não fosse convencional e atendesse à multiplicidade de usos que esta comemoração exige: solução que não fosse estática e fria, mas dinâmica e rica em sugestões, de significação latente e nunca óbvia, universal no seu contexto – nunca o detalhe particular, o Rio todo – nunca o arabesco das calçadas de Copacabana” (idem).

É curioso observar a apropriação popular deste símbolo, desde a decoração de um carrinho de cachorro-quente até um desenho de criança na areia da praia. Fica a questão: Será que esse símbolo é tão universal e sem raízes culturais assim? Se o povo carioca não se identificasse com o desenho, talvez não tivesse entrado no cotidiano da cidade, sendo reproduzido tão carinhosamente e com tanta propriedade pelas pessoas. Aloísio conseguiu ser universal e local, industrial e vernacular. Traduziu o sentimento do coletivo num singular, numa singela forma, a que podemos chamar de poética.

> “É prova de grande vitalidade que uma forma que se aprisionou para uma significação específica tenha existência anterior, natural, espontânea. É também prova de vitalidade quando sugere outras conotações, por exemplo: o guardanapo – as dobras simétricas do tecido engomado, ou ainda, as asas de uma borboleta – maravilhosa forma orgânica” (idem).

Já no final da década de 1960, Aloísio e conseqüentemente, a equipe de escritório, se aproximam muito da poesia concreta, como na aplicação da marca da empresa açucareira Doçucar. A quebra da palavra doçucar em “doçu” e “çucar” tem semelhança com a estruturação visual da poesia do Noigandres. Na aplicação da Kombi, as palavras doçucar, “doçu” e “çucar” são organizadas a partir de um eixo central, a sílaba “çu”, como em alguns poemas de Augusto de Campos.

Figura 78. *logotipo e aplicação doçucar*| Aloísio Magalhães, anos 1960.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

O mesmo ocorre em 1969, no projeto da marca da Organização Mundial do Café. Neste caso, o eixo é a palavra café centralizada com o ícone da empresa.

Figura 79. *logotipo Organização Internacional do Café*| Aloísio Magalhães, 1969.

A poética de Aloísio emerge mais uma vez de suas palavras, ao descrever a orientação projetual da marca dos laboratórios Marcelo Vilella. Aloísio aponta dois caminhos possíveis no design de símbolos – partir do partido icônico ou do nome da empresa, como substância inicial desse sinal. No caso em questão, optou-se pelo nome da empresa, por seu elemento gráfico e seus valores comunicativos. Do ponto de vista visual, Aloísio afirma que encontrou a possibilidade de combinar valores intrínsecos à grafia do nome Maurício Villela:

> "Se destacarmos M e V, sobretudo esses elementos, visualmente independentes do seu conceito semântico, conteriam substâncias próprias a uma organização do sinal visual. Mais o fato de as letras M ou V poderem se constituir de elementos idênticos na base. Isto é o que vamos ver na marca. Depois de estudo feito, chegamos à formulação que é esta, que apresenta os seguintes pontos: ela é M ou é V, indiferentemente. Poderá ser lida como M ou V, indiferentemente. Isto do ponto de vista do conceito. A sua significação é ambivalente, é M ou V (...) O segundo aspecto não é mais semântico, mas visual; é a possível identificação de uma formulação diagramática do nome da empresa. Este aspecto é o que mais nos interessa. Ele apresenta a possibilidade de uma estrutura baseada em triângulos eqüiláteros (...). Em terceiro lugar, também, previ a hipótese de que se sinta imediatamente este ser um elemento contínuo — passa por trás, passa pela frente, passa através dessas aberturas, como se fosse um ferro dobrado, uma linha contínua, que não tem começo nem fim, é fechada em si

Figura 80. *logotipo Laboratórios Maurício Villela*| Aloísio Magalhães, anos 1969.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

> mesmo. Do ponto de vista visual, ela oferece a possibilidade de uma *gestalt* imediata. Isso significa que, deparando com um elemento qualquer, pode o olho ter dois comportamentos: vê a coisa totalmente ou lê a coisa. Por exemplo, diante de uma palavra, evidentemente, nós associamos letras ou sílabas para poder compreendê-la, diante do sinal se tem uma visão total" (Magalhães, Aloísio *in* Souza Leite 2003: 178-179).

Essas possibilidades de leitura do expectador sugerem uma poética visual: o leitor vê ou lê e um ato não exclui o outro. Isso é poético e essa pode ser vista como a ponta do design que se liga à poesia, onde o semântico e o visual se encontram e se misturam. Esse "diagramático" de que fala Aloísio pode ser entendido também como ideogramático e se aproxima do que apresentamos de Barthes no capítulo anterior: "Libera incansavelmente uma profusão de símbolos. (...) é uma cadeia significante, um sintagma fora do sentido, mas não fora do signo" (Barthes, 1983: 90).

Na década de 60, Willys de Castro projetou anúncios para a tinta Facilit. A estruturação espacial deste anúncio, nos remete claramente a quebra do verso e a utilização do espaço branco não como o vazio, mas como passível de significação. Como podemos observar, este anúncio tem grande semelhança estrutural com a poesia concreta *nasce morre* de Haroldo de Campos. Willys de Castro foi responsável pelo layout e pelo texto.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

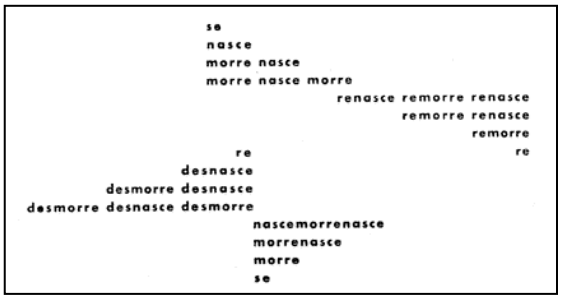

Figura 81. *poema NasceMorre*|Haroldo de Campos, 1955.

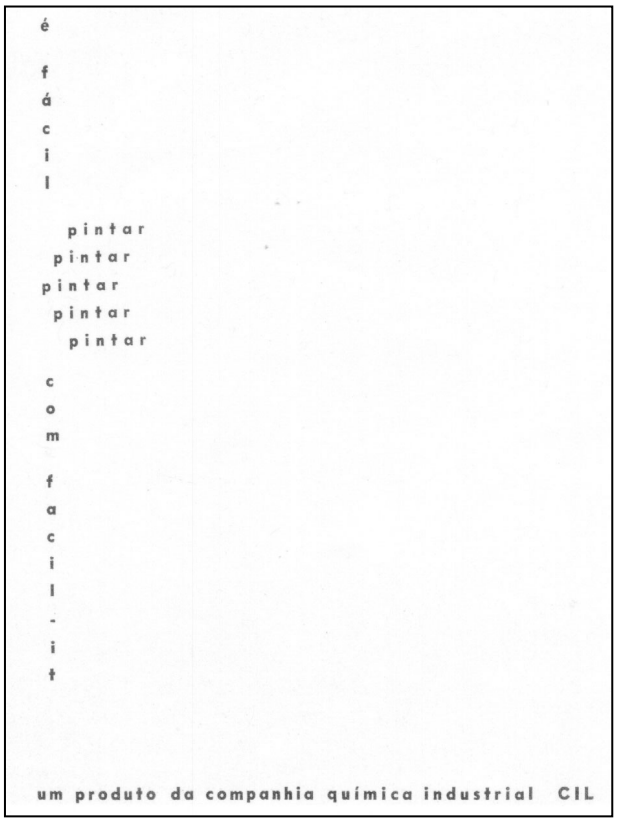

Figura 82. *anúncio Tintas Facilit* |Willys de Castro, década de 1960.

A reforma gráfica do *Jornal do Brasil* iniciada em 1956 e solidificada nos primeiros anos da década seguinte também merece destaque neste panorama, pois representa a divulgação do concretismo num veículo de comunicação de massa. Por se tratar de um veículo de grande circulação, o *JB* difundiu ainda mais a estética concretista. Amílcar de Castro, participante ativo do grupo neoconcreto, foi o responsável pelo novo projeto gráfico do *JB*. De forma inteligente, a reforma começa engatinhando, toma corpo e revoluciona o design editorial brasileiro.

Washington Dias Lessa, em seu livro *Dois Estudos de Comunicação Visual*, faz uma análise primorosa da reforma gráfica do *Jornal do Brasil* iniciada em 1956 e solidificada nos primeiros anos da década seguinte. Como o autor destaca, a reforma faz parte do conjunto de iniciativas que resultaram na implantação do jornalismo moderno no Brasil do pós-guerra (Dias Lessa, 1995: 17). Tudo começa com o poeta Reynaldo Jardim que sugere à diretora da empresa que editava o jornal, a Condessa Pereira Carneiro, a criação de uma página feminina que abordasse assuntos de cultura. Essa página, lançada em 1956, vai se transformando lentamente no irreverente caderno cultural Suplemento Dominical do *Jornal do Brasil*, ao qual colaboram Ferreira Gullar, Mário Faustino e Oliveira Bastos. Era o início da inovadora reforma gráfica e editorial do *JB*. Em 1957, Amílcar de Castro é contratado como assistente da chefia de redação para coordenar a parte gráfica da reforma.

O primeiro passo de Amílcar é dado em direção à limpeza visual, tirando linhas e fios que separavam as matérias ou sublinhavam os títulos, molduras das páginas, vinhetas e títulos em negativo, prezando por uma maior funcionalidade na leitura (Dias Lessa, 1995:21-22). Essa limpeza, segundo o autor, é de inspiração concretista. E, de fato, ao observarmos algumas páginas do *JB*, perceberemos uma sintonia com os ideais concretistas e uma semelhança com a produção dos designers que, assim como Amílcar, eram ligados ao movimento concreto.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Figura 83. *páginas 4-5 Suplemento Dominical do JB*|Amílcar de Castro, 22/03/1959.

Figura 84. *página1 Suplemento Dominical do JB*|Amílcar de Castro, 24/04/1960.

O *SDJB* funcionou como um laboratório experimental, além de ser porta-voz do movimento neoconcreto, cujo manifesto foi publicado em suas páginas em março de 1959. O que se aprovava ali era repassado para as outras páginas. A referência da reforma gráfica do *JB* era a diagramação da revista *Manchete*, fundada por Adolph Bloch em 1953 e onde trabalharam Ferreira Gullar, Jânio de Freitas e Amílcar de Castro. A *Manchete*, por sua vez, tem como referência a revista francesa *Paris Match*. O que mais admira na redação da *Manchete* é a paginação sem vinhetas, as fotos colocadas sem adorno, o espaço em branco que valoriza textos e fotos da *Match* (Dias Lessa, 1995:38). O espaço em branco pode ser visto como uma influência do poeta Mallarmé, que tira-o da estante do vazio e o redefine como dotado de significação. Porém, o ávido mercado editorial critica o uso do branco argumentando que é perda de espaço e dinheiro.

> "O espaço em branco é sistematicamente criticado por Adolph Bloch, com o argumento de que vale dinheiro e, conseqüentemente, não deve ser desperdiçado. Cria-se uma 'Guerra Contra o branco', bem-humoradamente explicada pela equipe como fruto do 'preconceito de cor' do chefe. E tudo termina com a demissão de todos em fins de janeiro de 1957. Este mesmo argumento é invocado contra o *SDJB* repetidas vezes até sua extinção" (Dias Lessa, 1995: 39).

Apesar de Amílcar ter como referência por tabela o projeto da *Paris Match*, esta, segundo Dias Lessa (1995), é vista com olhos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

concretista e neoconcretista, ou seja, seguindo os movimentos artísticos dos quais participavam Gullar, Reynaldo Jardim e Amílcar. O laboratório experimental *SDJB* pode ser visto como um marco do design concreto brasileiro. O autor ainda aponta que, considerando que a idéia do design moderno é colocada em circulação no Brasil pelos movimentos concreto e neoconcreto, e considerando que a reforma do *JB* se impõe como uma marco histórico na constituição do campo do design no Brasil, deve ser visto como esta idéia participa do trabalho de Amílcar na reforma (Dias Lessa, 1995: 42-43).

Por divergências com Odylo Costa, diretor do jornal, Amílcar deixa-o em 1958. A reforma continua no *SDJB* e no caderno de esportes. Esse último adota

> "a interdependência das massas de textos e fotos na composição de uma página de equilíbrio assimétrico, fotos em colocações pouco usuais funcionando como elementos de balanço, tudo isso caracterizando desenhos de *estilo Mondrian*, conforme se dizia na época" (Dias Lessa, 1995: 27).

Amílcar volta para o *JB* em março de 1959, por articulação de Ferreira Gullar, que também havia sido demitido em 1958 e retornado após o afastamento de Odylo Costa da direção de redação. Nesta segunda fase, a reforma é ampliada para o resto do jornal, inclusive a capa. Segundo Dias Lessa (1995), Amílcar elabora os princípios de um raciocínio projetual centrado na busca da funcionalidade da leitura, através da economia de elementos gráficos e ordenação sensível da informação. Essas características são marcantes não apenas no trabalho de Amílcar no *JB*, mas estão muito presentes nos outros projetos aqui analisados, e na revista *O Cruzeiro,* estudada nas próximas páginas, que assim como o *JB* era um veículo de comunicação de massa que utilizava recursos concretos em sua diagramação e publicidade.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA

Diante do exposto no presente capítulo, podemos concluir que a época enfocada foi realmente de aproximação da poesia e do design. Nos trabalhos observados neste panorama, identificamos isso de quatro maneiras:

1. Designers gráficos projetando suplementos e revistas de poesia – as capas da revista *Noigandres*, por Fiaminghi e o *Suplemento Invenção* por Alexandre Wollner;

2. Poetas e designers trabalhando em conjunto no desenvolvimento de peças gráficas – como as parcerias entre Wollner e Décio Pignatari;

3. Designers utilizando elementos sintáticos da poesia concreta em seus projetos gráficos – como os logotipos da *Fundação Maria Luisa & Oscar Americano* de Wolner e da *Doçucar*, de Aloísio Magalhães. Ou incorporando elementos semânticos da poesia concreta no projeto de algumas de suas peças – como o símbolo dos *Laboratórios Maurício Villela*, por Aloísio Magalhães.

4. A diagramação de poemas para os poetas concretos do Noigandres pelo artista|designer Hermelindo Fiaminghi nos anos 1955/56.

Além disso, observamos a divulgação do movimento concreto num veículo de comunicação de massa, ao estudar a reforma gráfica do *JB*. Esta questão será estudada no próximo capítulo com mais profundidade durante a análise da popularização do concretismo nas páginas da revista *O Cruzeiro*.

Este capítulo tinha a finalidade de discutir a hipótese de que existiu, assim como na poesia, fotografia e artes plásticas concretas, um design gráfico concretista brasileiro, ou seja, da existência de designers ou de artistas|designers que trabalharam seguindo uma linha de construção concreta no eixo Rio-SP. Ao longo deste panorama, nossa hipótese foi confirmada durante o estudo das obras dos artistas|designers e designers, onde identificamos elementos que apontaram na direção da adoção de uma linha de construção concreta.

• • •

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310182/CA